

COMERÇ JUST I FINANCES ÈTIQUES: REPTES COMPARTITS



Papers de l'Observatori de les Finances Ètiques



OBSERVATORI
DE LES FINANCES ÈTIQUES

INFORME

COMERÇ JUST I FINANCES ÈTIQUES: REPTES COMPARTITS

Papers de l'Observatori de les Finances Ètiques

Octubre 2022

Papers de l'Observatori de les Finances Ètiques – Núm. 11

Elaboració: Oikocredit Catalunya

Autors: David Díaz de Quijano, Joan Freixa i Francesc Xavier Sánchez

Disseny i maquetació: Muntsa Busquets

Correcció: Montse Pallarés

Impulsat per: FETS – Finançament Ètic i Solidari

Amb el suport de: Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament i LaCoordi – Coordinadora pel Comerç Just i les Finances Ètiques.



Aquesta obra ha estat elaborada sota una llicència Creative Commons. Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Espanya

Aquest text recull les opinions dels seus autors, i la interpretació que ells han fet de les opinions expressades per les organitzacions entrevistades en el marc de l'estudi. Aquestes opinions i interpretacions no tenen per què coincidir exactament amb la posició institucional de FETS, de la Generalitat de Catalunya, o de les mateixes organitzacions entrevistades.

Introducció.....	3
1. MARC TEÒRIC.....	5
1.1. Marc teòric – Comerç Just	5
1.1.1. Origen del Comerç Just	5
1.1.2. Descripció	6
1.1.3. Estat actual, reptes i tendències del sector.....	7
1.2. Marc teòric – Finances Ètiques.....	9
1.2.1. Origen de les Finances Ètiques	9
1.2.2. Descripció.....	10
1.2.3. Tipus d'entitats	11
1.2.4. Estat actual.....	11
1.2.5. Finançament actual cap al Comerç Just	14
2. METODOLOGIA	19
3. RESULTAT DE LES ENTREVISTES	21
3.1. Reptes de les entitats de segon grau i productores.....	21
3.1.1. Contrast d'opinions davant l'aparició de multinacionals al sector.....	21
3.1.2. Reptes de les productores del Sud	23
3.1.3. La falta de relleu generacional	25
3.2. Reptes de les entitats importadores	25
3.3. Reptes de les botigues especialitzades	31
3.4. Enquesta a entitats compromeses amb el Comerç Just	33
4. ÀMBITS DE MILLORA EN LA RELACIÓ ENTRE EL COMERÇ JUST I LES FINANCES ÈTIQUES	37
5. CONCLUSIONS.....	41
6. AGRAÏMENTS	43
7. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA.....	45

INTRODUCCIÓ

L'actual model econòmic i financer imperant s'ha demostrat incapaç de garantir la sostenibilitat ambiental del nostre planeta així com unes condicions de vida dignes a les persones que l'habitarem, amb creixents desigualtats, tant entre els països del Nord i del Sud, com dintre d'aquests. Les pràctiques de cooperació internacional que es porten a terme des de fa dècades han provocat impactes parcialment positius en alguns casos, però tenen un abast i un potencial de transformació limitats davant dels elevats volums econòmics i financers que mouen els mercats, i enfront de polítiques comercials internacionals dictades per grans corporacions i pels estats més poderosos. En aquest context, moviments d'economia alternativa i transformadora com ara el Comerç Just, l'Economia Social i Solidària i les Finances Ètiques, poden tenir un gran impacte en el desenvolupament sostenible de les nostres societats, i complementar les polítiques de cooperació Nord-

Sud realment transformadores i que busquen un apoderament de les comunitats del Sud Global.

Des dels seus orígens/inicis, el sector de les Finances Ètiques s'ha vinculat en moltes ocasions al moviment del Comerç Just, amb el qual comparteix valors fonamentals com el de posar les persones i el planeta per davant de la maximització de beneficis econòmics. No obstant això, **aquest alineament de principis entre ambdós sectors es tradueix en pràctiques d'intercooperació reals al dia a dia?** Les Finances Ètiques poden satisfer la necessitat de finançament de les entitats de Comerç Just per a fer front als actuals reptes del sector?

Aquest estudi es proposa respondre a aquestes preguntes i **analitzar les pràctiques i les relacions actuals entre els dos sectors**, així com fer **propostes de millora** per a **fomentar-ne la intercooperació**.

1. MARC TEÒRIC

En aquest apartat hem recopilat informació extreta de la bibliografia per introduir el Comerç Just i les Finances Ètiques, ressaltant-ne les tendències i els reptes actuals així com la situació en què es troben ambdós sectors, tant en l'àmbit internacional com l'estatal, i més concretament a Catalunya.

1.1. MARC TEÒRIC – COMERÇ JUST

Per començar, cal contextualitzar i entendre què és el Comerç Just. En aquests primers paràgrafs se n'analitzen els orígens, i les entitats i les persones que en formen part, i es mostren quins són els reptes actuals per tal d'entendre com els serveis de les Finances Ètiques poden contribuir a fer front a les necessitats del Comerç Just.

1.1.1. Origen del Comerç Just

Els orígens del Comerç Just es remunten a la dècada del 1950, després de la Segona Guerra Mundial. Fou en aquest context on diferents organitzacions religioses van començar a organitzar la venda d'artesanes per tal de donar suport a grups productors del Sud Global formats per persones refugiades, afectades per desastres naturals, guerres o pobresa. Més tard, diverses organitzacions religioses sense ànim de lucre i ONG, com ara el Comitè Central Menonita i Oxfam UK, es van començar a especialitzar en la comercialització d'aquests productes.¹

Aquestes primeres transaccions neixen, doncs, com a resposta al comerç internacional convencional establert entre els països del Nord i del Sud. L'explotació comercial dels països del Nord asfixiava les poblacions del Sud mitjançant els preus baixos del mercat i la constant dependència d'inter-

mediaris que es beneficiaven de la plusvàlua dels productes i, conseqüentment, impedièn el creixement econòmic de les comunitats en vies de desenvolupament. De fet, durant la UNCTAD (Conferència de les Nacions Unides sobre Comerç i Desenvolupament) de Delhi, l'any 1968, els països del Sud Global ja van reclamar el famós «Trade not Aid» (Comerç, no ajuda). En aquest marc, l'incipient moviment del Comerç Just es mostrava com una alternativa de consum que lluitava contra els desequilibris entre el Nord i el Sud amb l'objectiu d'enfortir la capacitat econòmica dels productors del Sud.

Progressivament, aquest comerç va anar prenent forma a Europa a través de canals de distribució especialitzats on no només s'hi venien els productes, sinó que també eren espais de sensibilització i difusió del projecte i una mostra del seu impacte. L'any 1988 va tenir lloc un punt d'inflexió, quan es va fundar la primera certificadora de Comerç Just als Països Baixos. *Max Havelaar* s'assegurava que tots els productes comercialitzats amb el seu logotip fossin complidors d'uns estàndards de Comerç Just. El nou certificat facilitava la distribució dels productes al comerç majorista com ara grans superfícies de supermercats, fet que permetia augmentar considerablement el volum de vendes i arribar al públic general i no només a aquell conscienciat que ja consumia a les botigues especialitzades.²

1. Bisailon, V., Gendron, C., i Palma Torres, A. (2014).

2. Bisailon, V., Gendron, C., i Palma Torres, A. (2014).

1.1.2. Descripció

Arran d'aquest pas, el moviment es va enfortir i van començar a aparèixer certificadores com ara Fairtrade Labelling Organizations (FLO), organitzacions amb intenció de teixir i agrupar una xarxa mundial com és World Fair Trade Organization (WFTO, antigament IFAT) i agrupacions d'importadors europees com European Fair Trade Association (EFTA).³ L'any 2001 conjuntament amb NEWS! (Network of European Worldshops) les certificadores es van aplegar de manera no oficial en una xarxa anomenada FINE⁴ i van acordar una definició comuna de què era el Comerç Just, en la qual es basa actualment la definició consensuada internacionalment per les principals xarxes de Comerç Just:

Per la seva banda, la Coordinadora Estatal de Comerç Justo (CECJ) descriu el Comerç Just com:

Un moviment internacional que lluita per una justícia global més gran en els àmbits econòmic, social, humà i mediambiental. Per a això ha desenvolupat un model comercial que protegeix els drets humans i el medi ambient.

Totes les organitzacions que pertanyen a aquest moviment han de complir els deu principis del Comerç Just,⁵ que podem resumir en aquests tres blocs:

- **Respecte als drets humans, laborals i socials:** salaris dignes, condicions laborals adequades i segures, lluita contra l'explotació infantil i igualtat de gènere.
- **Pràctiques justes:** relacions comercials estables, llibertat sindical, democràcia en la presa de decisions.
- **Protecció del medi ambient,** a través de tècniques de producció ecològiques i respectuoses amb l'entorn.

Per a poder fer possible la formalització d'aquesta definició, els diferents actors de la cadena de subministrament adopten papers vitals. Per començar, en les transaccions internacionals, les productores i importadores de Comerç Just acorden un preu mínim (FMP)⁶ que cobreix els costos mitjans de producció i permet l'accés al mercat del producte, al qual se li suma una prima de Comerç Just (FP). D'aquesta manera s'aconsegueix protegir als petits productors de la volatilitat dels preus del mercat. Seguidament, les certificadores s'encarreguen d'assegurar el compliment d'uns estàndards socials basats en els deu principis del Comerç Just i amb el seu segell faciliten la distinció dels seus productes i, per tant, la distribució. Per acabar, les comercialitzadores s'encarreguen de la distribució i la venda dels productes, i aquelles que són especialitzades també tenen una funció de promoció del sector, i donen a conèixer els objectius, els valors i la raó de ser.⁷

3. Ibídem.

4. Nom provinent de les sigles de les quatre organitzacions que en formaven part.

5. 1. Oportunitats per productors/es desfavorits; 2. Transparència i responsabilitat; 3. Pràctiques comercials justes; 4. Pagament just; 5. No al treball infantil, no al treball forçós; 6. No a la discriminació. Igualtat de gènere, llibertat d'associació; 7. Bones condicions de treball; 8. Desenvolupament de capacitats; 9. Promoció del Comerç Just; 10. Respecte pel Medi Ambient.

6. Fair Minimum Price.

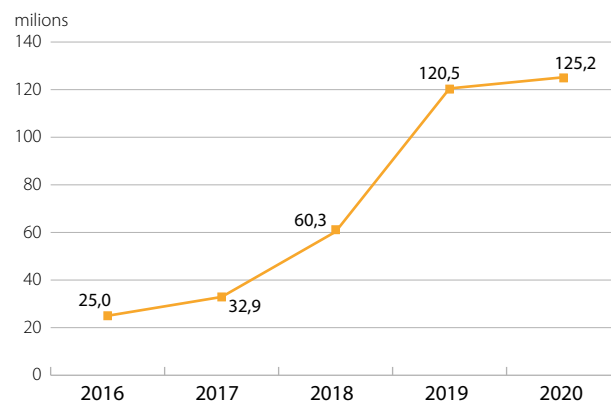
7. Grillo, S. (2015).

1.1.3. Estat actual, reptes i tendències del sector

Avui dia, segons *Fairtrade International*,⁸ el Comerç Just és present en més de 2.150 productores que al seu torn generen una ocupació justa i estable a aproximadament 3.165.000 persones arreu de tot el món. En l'àmbit local, el 2019, Catalunya gaudia d'un consum de productes de Comerç Just de 3,71 € anuals per càpita, situant-se així com una de les comunitats autònomes on el sector té força i segueix avançant. Malgrat el creixement sostingut del sector al llarg del temps, existeixen canvis, tendències i reptes que obliguen els seus integrants a reinventar-se per continuar evolucionant i, conseqüentment, créixer. A continuació, analitzarem en detall la situació al territori català, que és bastant extrapolable tant a l'àmbit internacional com al nacional.

A trets genèrics, com es pot observar al *Gràfic 1*, el Comerç Just a Espanya ha comptat amb unes vendes de 125,2 M (2020), xifra que ha continuat incrementant-se en l'última dècada malgrat els últims dos anys de pandèmia. Aquest augment exponencial de vendes en l'última dècada ha estat conduït majoritàriament per la venda de productes certificats per grans marques, que es venen quasi exclusivament en supermercats, com és el cas de les línies Fairtrade de xocolata d'ALDI o LIDL.¹⁰ Altrament dit, l'impacte que podem analitzar al gràfic prové de l'entrada del producte de Comerç Just en les grans superfícies i no de comerços independents o especialitzats. L'altra cara de la moneda és que les importadores tradicionals de Comerç Just estatals –com és el cas d'Oxfam Intermón, Alternativa3 o IDEAS– han viscut una reducció de les seves vendes aquest últim any.¹¹ Aquest fet exemplifica un

Gràfic 1. Evolució de les vendes de productes de Comerç Just per les empreses llicenciàries del segell Fairtrade 2016-2020 (milions d'euros, base 2020).⁹



canvi de paradigma dins el sector que afecta tots els actors de la cadena de subministrament.

En el cas de la distribució a Espanya, el 97% dels productes venuts són alimentaris, destacant el cacau i els dolços (78,4%) i el cafè (15%),¹² per tant, només una quota molt reduïda del mercat queda adjudicada a l'artesania, la cosmètica i el tèxtil. Això resulta en el fet que la gamma de productes actuals en el mercat convencional és reduïda i en limita les opcions de creixement. D'aquesta situació neix l'oportunitat d'ampliació i diversificació de la gamma actual per tal d'abastar un públic més global i, alhora, cobrir-ne les necessitats més àmplies del que ja està fidelitzat. Aquest procés seria possible mitjançant l'aparició dels productes de les importadores tradicionals als canals de distribució convencionals, com ara els supermercats i els grans detallistes, ja que al seu

8. Fairtrade International (2022).

9. Font: Coordinadora Estatal de Comercio Justo mitjançant les dades aportades per les importadores tradicionals de la CECJ i per Fairtrade Ibèrica.

10. O'Brien, K. (24 de juny de 2020).

11. Guijarro, M. (2021).

12. *Ibidem*.

torn, les importadores tradicionals parteixen d'un conjunt més àmplia i variada de productes i en apropar-la al consumidor general de supermercats, podria augmentar la quantitat de vendes de les empreses especialitzades en Comerç Just.

De la mateixa manera, els supermercats són el canal de distribució més comú, amb una quota de mercat del 83,5% el 2019,¹³ mentre que els petits detallistes han patit una reducció notable de la quota tot i haver incrementat les vendes en valors absoluts. La tendència global de la digitalització de les compres i la crisi del comerç local han afectat directament les botigues del sector. Diversos establiments han patit retallades i d'altres s'han vist amb l'obligació de tancar, com és el cas de la botiga d'IDEAS a Còrdova o d'Intermón Oxfam a Sabadell.¹⁴ No es pot obviar que aquesta situació ha estat agreujada pel COVID-19 les consegüents restriccions d'aforament i la impossibilitat de celebració d'esdeveniments multitudinaris com ara fires, on els punts de venda de Comerç Just havien tingut una importància remarcable en els darrers anys, tant pel que fa a vendes com en referència a la difusió i la comunicació.

D'aquí neixen la necessitat i l'oportunitat del sector de desenvolupar botigues digitals eficients on els consumidors puguin accedir fàcilment als productes que trobarien a les botigues físiques i on inclús sigui possible ampliar l'oferta actual. Molts dels grans supermercats on es poden adquirir productes de Comerç Just ja posseeixen el seu espai virtual i la majoria de les importadores tradicionals, com ara *Oxfam Intermón*, també comptem amb una botiga en línia, que han assolit bastant d'èxit després d'experimentar un *boom* durant la pandèmia. De la mateixa manera, la sensibilització i la difusió que abans es feien en els establiments físics, fires i esdeve-

niments culturals, poden traslladar-se a les xarxes socials, on existeix un gran potencial de públic que encara no ha estat prou investigat per les entitats del sector.

Els grups productors del Sud, dependents majoritàriament dels cultius, es troben en una situació delicada a causa de l'emergència climàtica. L'augment de canvis en els patrons climàtics i els fenòmens meteorològics extrems (com ara onades de calor, tempestes, incendis, ciclons, etc.) estan tenint un efecte devastador en l'agricultura arreu del món, però, molt especialment, als països del Sud. L'impacte és encara més gran en aquelles productores més vulnerables, les petites granges familiars que a causa de la seva envergadura no disposen de la informació ni dels recursos suficients per a poder mitigar els efectes de la crisi climàtica. Per una banda, existeix la necessitat d'assessorar tècnicament a les productores mitjançant l'avaluació professional de la sostenibilitat de les explotacions, l'anàlisi del sòl o l'adaptació a les noves condicions climàtiques perquè així els cultius siguin més eficients i resilient a les situacions adverses.¹⁵ Per l'altra, es requereix inversió per a poder diversificar cultius, treballar amb agricultura regenerativa i ecològica, millorar els equips de regadiu i poder fer millores en la fertilitat del sòl, entre d'altres.¹⁶

Malgrat l'existència de finançament previ i de vincles a llarg termini dins les relacions de Comerç Just, segons la CSAF,¹⁷ el 2013, un 70% de les inversions fetes per finançadors ètics estaven destinades a la compra de collites a curt termini, mentre que només un 6% es dedicaven a inversions a llarg termini. Tot i això, en els últims anys han sortit diferents iniciatives com ara el Fair Trade Access Fund o els programes de Green Net que volen fer front al repte de les productores des d'una perspectiva més integral i duradora.

13. *Ibidem*.

14. Figueras, P. (4 de març de 2016).

15. Guijarro, M. (2021).

16. Weeks, N. (2017).

17. Council on Smallholder Agricultural Finance: www.csaf.org.

1.2. MARC TEÒRIC – FINANCES ÈTIQUES

L'altra vessant d'aquest informe són les Finances Ètiques. En aquest apartat s'exposa el més bàsic sobre aquest sector, qui en forma part i com es troba actualment al nostre territori. Aquesta informació és important per entendre la resta de l'estudi.

1.2.1 Origen de les Finances Ètiques

Els inicis de les Finances Ètiques són difícils d'identificar perquè depenen de la mateixa definició del concepte, que ha anat evolucionant i que, per tant, pot tenir diverses mirades, perspectives i orígens.

Tot i que a inicis del segle XX apareixen iniciatives de bancs i caixes amb alguns objectius socials arreu del món, el començament de les Finances Ètiques modernes, amb característiques diferenciades de les finances tradicionals, es pot determinar en els anys 60 del segle XX. El que separa les finances tradicionals de les Finances Ètiques és que les finances tradicionals van començar a centrar-se molt més en el benefici econòmic a través d'activitats especulatives, que no sempre tenen un impacte en allò que es considera economia real (XES, 2018). Així, podem dir, que a partir dels anys 60 als EUA, i des dels anys 70 a Europa, comencen a aparèixer iniciatives que inclouen els primers bancs ètics. També,

en els anys 70, sorgeixen les primeres alternatives al finançament tradicional en països empobrits, l'exemple més notable és el dels microcrèdits de Muhammad Yunus.¹⁸

A Espanya la primera entitat d'aquestes característiques és Acció Solidària Contra l'Atur, que neix l'any 1981 a Catalunya. En l'àmbit català, la primera cooperativa de serveis financers és Coop57, que es funda l'any 1995. A partir de l'any 2000, diversos fons d'inversió apliquen criteris d'exclusió social o mediambientals. Posteriorment, apareixen a Espanya dues de les principals entitats de Finances Ètiques amb enfocament internacional que existeixen avui dia: Oikocredit, l'any 2000 i Triodos Bank, l'any 2004. El 2003 es crea a Bilbao la Fundació Fiare, que el 2014 es fusiona amb Banca Popolare Etica i origina Fiare Banca Etica, una de les entitats del sector més gran i més arrelada al territori espanyol ara com ara.

18. Grameen Bank. *Grameen Bank Introduction*.

1.2.2. Descripció

Les Finances Ètiques són un element clau de l'economia social i solidària, no només a Catalunya, sinó a escala global.¹⁹ Així i tot, són un concepte que no té una definició estricta i unànime. De forma general, es poden considerar com a part de les Finances Ètiques totes aquelles entitats financeres l'objectiu final de les quals no és el benefici econòmic, més enllà de la seva pròpia sostenibilitat, sinó el desenvolupament social i sostenible del conjunt de la comunitat on actuen.²⁰

En l'àmbit europeu, les principals entitats de Finances Ètiques es troben agrupades dins de FEBEA (Federació Europea de Bancs i Financers Ètics i Alternatius), i a escala mundial s'articulen al voltant de la Global Alliance for Banking On Values (GABV).

En el cas del nostre territori, l'associació FETS - Finançament Ètic i Solidari estableix que les entitats d'aquest sector s'han de regir per 5 principis:²¹

- **Ètica aplicada:** aplicar l'ètica de forma contínua en criteris d'inversió i concessió de crèdits.
- **Participació:** tota presa de decisions parteix d'una base democràtica, incloent-hi les polítiques bàsiques de l'entitat.
- **Coherència:** ser coherent amb els valors de l'entitat en decidir com i on es gasten els diners.
- **Transparència:** oferir informació regular i pública de totes les activitats.
- **Implicació:** no només s'han de fer servir criteris negatius d'inversió (exclusió), sinó que també cal incorporar criteris positius per ajudar a la transformació de la societat.

19. Ajuntament de Barcelona. *Economia Social i Solidària*. [en línia]

20. Diner Ètic. *Coneix les finances ètiques. Què són les finances ètiques*.

21. FETS. *Els principis ètics*. Promovem el finançament ètic i solidari.

1.2.3 Tipus d'entitats

Les entitats que constitueixen les Finances Ètiques tenen moltes característiques comunes. Principalment, els objectius i la participació dins de l'organització. Així i tot, hi ha diferències entre organitzacions, la divisió més clara es veu entre aquelles que són entitats bancàries i les que no ho són.²²

- **Entitats bancàries:** són les que ofereixen la mateixa operativa que un banc tradicional i tenen llicència bancària (en el context d'aquest estudi, és expedida pel Banc d'Espanya). Els principals exemples en l'àmbit català són Triodos Bank i Fiare Banca Ètica.
- **Entitats no bancàries:** són les que, per una banda, ofereixen productes d'inversió ètica, generalment a través de la inversió en el seu capital social (enfocats a persones físiques i a persones jurídiques), tot generant rendiment econòmic i social; i, per una altra banda, ofereixen serveis de finançament no bancari adreçat a persones jurídiques. No ofereixen l'operativa dels bancs tradicionals. Els principals exemples en l'àmbit català són Oikocredit i Coop57.

Pel que fa a aquest treball en concret i com que l'anàlisi es fa en el context de Catalunya, a nivell pràctic, l'atenció se centrarà en només quatre d'aquestes entitats: Coop57, Fiare Banca Ètica, Oikocredit i Triodos Bank. Aquesta decisió es basa en el fet que aquestes quatre entitats són les més rellevants a l'Estat espanyol tant com a representants de les Finances Ètiques com pel seu paper d'impulsors del Comerç Just.²³

1.2.4. Estat actual

Si es miren els estudis més recents sobre l'estat de les Finances Ètiques, es poden observar certes tendències en l'àmbit internacional, espanyol i català. Aquest treball busca arribar a conclusions que siguin aplicables més enllà de l'àmbit català per això és important comentar les tendències que existeixen fora, tot i que en la seva part pràctica analitza només la situació a Catalunya.

Primerament, en l'àmbit internacional, es pot veure que el context financer queda molt definit per la crisi del 2008. Ara alguns bancs convencionals han optat per dur a terme pràctiques més responsables (en termes generals a escala mundial),²⁴ mentre que els bancs ètics no han canviat de manera notable el seu comportament. Han estat aquests segons els que sembla que han aconseguit més clients.²⁵ Alguns autors alerten de la tendència dels bancs convencionals a centrar-se en inversions més semblants a les dels bancs ètics com a possible porta cap al *greenwashing* d'aquestes entitats.²⁶ Si ens centrem en l'escala europea, es pot observar que les Finances Ètiques i sostenibles²⁷ representaven un 5% del PIB de la Unió Europea el 2018 i estaven constituïdes per una quarantena d'entitats diferents.²⁸

Pel que fa a l'àmbit espanyol, l'Observatori de Finances Ètiques ofereix dades del 2020 que mostren un creixement tant en estalvis com en préstecs ètics des del 2007, mentre que en el mateix període, els estalvis i préstecs de la banca tradicional disminueixen.

Finalment, en l'escala catalana, a banda de les tendències que es donen a tot l'Estat espanyol, també destaquen

22. Oikocredit. *Què és la banca ètica?*

23. Fernández, M. (coord.), Guerrero, C., Otero, L., i Escobar, R. (2019).

24. Cavallito, M., Isonio, E., i Meggiolaro, M. (2018).

25. Paulet, E., Parnaudeau, M. and Relano, F., 2014.

26. Consejo académico de Finanzas Sostenibles. (2020)

27. Inclou els actius d'una trentena de bancs ètics i alternatius europeus, així com també fons socialment responsables, els microcrèdits, els bons verds i els nous bons d'impacte social.

28. Cavallito, M., Isonio, E., i Meggiolaro, M. (2018).

algunes iniciatives concretes per ajudar al creixement de les Finances Ètiques. Entre elles, és notable la feina de coordinació sectorial que porta a terme FETS, així com diverses iniciatives locals i mocions de suport a les Finances Ètiques per part d'alguns municipis catalans. Aquest paper, que de manera creixent, estan jugant algunes administracions públiques té un gran exponent en l'Ajuntament de Barcelona, amb el foment de les Finances Ètiques i solidàries a través de la contractació pública de serveis financers ètics,²⁹ o bé a través de la implementació de l'Estratègia ESS BCN 2030, que contempla un grup de treball transversal sobre Finançament i inversió de l'Economia Social i Solidària a la ciutat de Barcelona.

Una tendència recent que interpel·la directament el sector de les Finances Ètiques és la irrupció de fons d'inversió i grans societats de capital risc interessades en inversions d'impacte.³⁰

En aquest sentit, també cal mencionar els canvis normatius en els àmbits internacional i europeu en els darrers anys, entre els quals podem destacar la publicació de la taxonomia europea de Finances Sostenibles³¹ o la implementació, el 2021, de la Regulació de Publicació d'Informació sobre Finances Sostenibles (SFDR, per les seves sigles en anglès) en el marc de la Directiva d'Informació No Financera (NFRD). Aquestes noves regulacions han impulsat canvis en el comportament i la transparència del sector financer convencional, establint-hi entorns més favorables per al desenvolupament d'inversions i finances amb impacte ambiental (i també social) positiu. No obstant això, aquests fons d'inversió, grans societats de capital risc, i molts bancs «sistèmics» o convencionals, a diferència de les entitats inherents al finançament ètic, acostumen a buscar el benefici econòmic per damunt de qualsevol altre objectiu.

Això obre un debat sobre si el seu compromís amb la sostenibilitat és real i sobre si el paper que hi juguen en aquest tipus d'inversions és l'adequat o no.³² Aquestes noves i esperançadores tendències en pro d'una major sostenibilitat continuen convivint en el si de moltes d'aquestes institucions amb elevats nivells d'inversió en sectors controvertits com ara els combustibles fòssils i la indústria de l'armament.

Serveis oferts per les entitats de Finances Ètiques a Catalunya

Actualment, les quatre principals entitats de Finances Ètiques amb presència al nostre país ofereixen la majoria de serveis financers (tant d'actiu com de passiu) que pot necessitar qualsevol organització de Comerç Just. I exceptuant productes financers complexos o especulatius, podem dir que, pràcticament, també s'ofereixen la majoria de serveis financers que trobem al sector financer convencional o «sistèmic», tot i que la varietat de productes és lògicament més limitada a causa del nombre reduït d'entitats de Finances Ètiques presents al territori.

A banda d'aquests serveis oferts per les quatre principals entitats de Finances Ètiques, cal no oblidar que existeixen altres entitats més petites i, fins i tot, iniciatives informals del sector de les Finances Ètiques, que ofereixen microcrèdits o finançament alternatiu d'importos baixos que, de vegades, poden ser també utilitzats per a satisfer les necessitats puntuals i més reduïdes de les organitzacions de Comerç Just.³³

El quadre següent recull els **diferents serveis financers que ofereixen les quatre principals entitats de Finances Ètiques al nostre país:**

29. Adeliño, A. (20 de desembre de 2017).

30. Cavallito, M., Isonio, E., i Meggiolaro, M. (2018).

31. Reglament (UE) 2020/852 del Parlament Europeu i del Consell del 18 de juny de 2020 relatiu a l'establiment d'un marc per facilitar les inversions sostenibles i pel que es modifica el Reglament (UE) 2019/2088.

32. *Ibidem*.

33. La majoria d'aquestes petites entitats de Finances Ètiques s'agrupen en la Xarxa de Finances Alternatives i Solidàries (REFAS, per les seves sigles en castellà): <https://www.refas.org/>.

Serveis ofertats per les entitats de Finances Ètiques a Catalunya



	Fiare Banca Ètica	Triodos Bank	Oikocredit	Coop57
Finançament				
Avançament de subvencions	Sí	Sí	No	Sí
Avançament de factures	Sí	Sí	No	Sí
Préstec hipotecari	Sí	Sí	Sí	Sí
Préstec hipotecari per habitatge	Sí*	Sí	No	Sí*
Préstec personal	No**	Sí	No	No
Pòlissa de crèdit / línia de risc	Sí	Sí	Sí	Sí
Crowdfunding	Sí	Sí	No	No
Préstec d'intercooperació	No	No	No	Sí
Préstec per a la capitalització de cooperatives	No	No	No	Sí
Crèdit ordinari	Sí	Sí	Sí	Sí
Microcrèdits	Sí	No	Sí	No
Serveis bancaris generals (per a entitats)				
Compte corrent	Sí	Sí		
Targeta de dèbit	Sí	Sí		
Targeta de crèdit	Sí	Sí		
Banca electrònica	Sí	Sí		
Cobraments (domiciliació de rebuts i xecs)	Sí	Sí		
Pagaments (transferències i xecs)	Sí	Sí		
TPV (físic i en línia)	No	Sí		
Ingrés en efectiu	No	Sí***		
Reintegraments en efectiu	Sí***	Sí***		
Estalvi i inversions				
Aportacions al capital social de la cooperativa	Sí	No	Sí	Sí
Dipòsits a termini fix	Sí	Sí	No	No
Certificats de dipòsit per a accions	No	Sí	Sí	No
Plans de pensions	No	Sí	No	No

* Sí, però només per a projectes d'habitatge cooperatiu en cessió d'ús. ** En general no, però han començat a donar préstecs per a instal·lacions de sistemes d'autoproducció d'energia renovable. *** Sí, però amb limitacions pel que fa a la manera en què s'ha de fer la gestió. Per a reintegrament en efectiu, Fiare permet fer-ho amb una comissió reduïda en caixers amb conveni o amb una comissió més alta en altres caixers. Triodos permet fer ingrés en efectiu a través de Correus i reintegraments a través de Correus o de la mateixa manera que Fiare. (Elaboració pròpia a partir de dades de www.dineretic.net).

1.2.5. Finançament actual cap al Comerç Just

Les sinergies entre les Finances Ètiques i el Comerç Just varien molt segons l'escala a la qual es mirin. Tot i que l'aparició d'institucions que formalitzin aquesta relació és relativament recent, ja fa temps que el finançament ètic ha tingut present el Comerç Just com a opció per invertir.³⁴

Àmbit internacional

En l'àmbit internacional s'han identificat diversos exemples de bones pràctiques enfocats a la mobilització de fons publicoprivats o al finançament directe d'organitzacions productores de Comerç Just. Alguns dels més destacats són el Fair Trade Access Fund, i l'IDH Farm Fit Fund. Ambdós també contemplen, en alguns casos, accions de capacitat i assistència tècnica per a les organitzacions receptores de finançament. En els quadres següents en destaquem els elements més rellevants:

34. Weeks, N. (2017).



Fons IDH per a l'agricultura

www.idhsustainabletrade.com/farmfit

El Fons de Garantia IDH es va posar en marxa el 2020, i és el major fons d'impacte publicoprivat del món per als petits agricultors. El model de finançament innovador del Fons fa atractives les inversions als petits agricultors, redueix el risc de les inversions en l'agricultura dels petits agricultors i ajuda a generar un impacte sostenible tot reduint els riscos i els costos tant per als agricultors com per als inversors.

Reduint el risc en el finançament de les petites empreses:

El Fons redueix el risc de les inversions en la cadena de valor per a les petites empreses mitjançant l'ús de diferents eines. Com a resultat, catalitza als inversors comercials a invertir en petits productors i en altres actors de la cadena de valor agrícola.

El Fons es complementa també amb serveis no financers com l'IDH Farmfit Business Support i l'IDH Farmfit Intelligence.

Els fons disposa de 100 milions d'euros per cobrir possibles pèrdues, i compta també amb el suport d'un segon mecanisme de garantia de la USAID (de fins a 250 milions de dòlars addicionals).

Sectors: aliments, cultius bàsics i d'exportació, incloent-hi cacau, cafè, cotó, oli de palma, te, aqüicultura, soja, cassava, arròs i altres productes bàsics.

Instruments: garanties, préstecs subordinats, inversió en capital.

Ús dels fons: finançament d'actius, préstecs d'entrada, capital de treball, capex, inversions en renovació i rehabilitació.

Termini: fins a 10 anys.

Socis impulsors del fons: Ministeri d'afers exteriors dels Països Baixos, USAID, Jacobs Douwe Egberts, Mondelez International, Rabobank, UKaid, Unilever.



Fons d'Accés al Comerç Just (Fairtrade Access Fund)

www.incofinfaf.com

El Fons d'Accés al Comerç Just (FAF) és un fons perenne regulat fundat el 2012. El FAF opera a Amèrica Llatina, el Carib i Àfrica, oferint productes de préstec per a exportadors agrícoles que treballen principalment amb petites explotacions agrícoles i tenen un ferm compromís amb el desenvolupament sostenible.

El FAF té els següents objectius:

1. Contribuir al desenvolupament d'un sector agrícola just i sostenible.
2. Abordar les necessitats financeres dels petits agricultors proporcionant un millor accés al finançament (especialment el capital a llarg termini) i als mercats sostenibles, tant localment com a l'estranger.
3. Proporcionar una rendibilitat justa als inversors.

Fins a data d'avui el FAF ha beneficiat més de 250.000 persones vinculades al Comerç Just i ha desemborsat \$128M en finançament. Té presència a 20 països d'Amèrica Llatina i Àfrica i finança 14 cultius diferents, incloent cafè, cacau, nous, mel i fruites.

Incofin Investment Management (IM) és l'assessor del Fons d'Accés al Comerç Just.

Incofin IM és una empresa d'inversió d'impacte amb llicència AIFM amb seu a Bèlgica i una xarxa global de 4 oficines regionals. Té un equip de més de 70 professionals.

Promotors del fons: Incofin cvso, Fairtrade International, Grameen Foundation, KFW, EDFI (European Development Finance Institutions) Management Company, i BIO.

Metodologia

El Fons d'Accés al Comerç Just inverteix en organitzacions de productors i institucions financeres que serveixen al sector agrícola.

Paral·lelament, el FAF Technical Assistance (FAF TAF) ajuda als inversors de FAF existents i potencials a abordar els reptes relacionats amb les finances agrícoles. I també dona suport a la millora de la productivitat i la qualitat de la feina dels petits agricultors, el compliment dels requisits de certificació, així com l'intercanvi de coneixements i millors pràctiques per promoure un finançament agrícola sostenible. El fons també inverteix i proporciona assistència tècnica als projectes que donen suport a l'adaptació i la mitigació del canvi climàtic.

A més, existeixen altres sinergies i projectes a tenir en compte, com ara les pràctiques dutes a terme per la Banca Popolare Etica a Itàlia. D'una banda, l'empresa filial **CreSud** ofereix des de 1999 **recursos financers i serveis d'assistència a grups productors de Comerç Just**, organitzacions de microfinances, cooperatives, xarxes i ONG d'Amèrica Llatina, Àfrica i Àsia.³⁵ D'aquesta manera, permet l'accés al crèdit a persones i empreses productores que queden excloses del circuit bancari tradicional.³⁶ De l'altra, la banca ètica italiana ha establert una relació directa amb Altromercato³⁷ mitjançant l'oferta de serveis financers als seus clients, com ara el Certificat de Dipòsit dedicat a Altromercato, on un percentatge anual dels interessos generats en el dipòsit es destina al finançament de l'organització.³⁸

Als països del Sud Global també existeixen iniciatives financeres amb un potencial considerable, com és el cas de Green Net, una cooperativa tailandesa centrada en la producció i distribució de productes de Comerç Just a Tailàndia, especialment d'arròs. Arran de les males collites dels productors per culpa de l'**emergència climàtica**, l'empresa social, conjuntament amb Earth Net, fa anys que crea programes i fons perquè els agricultors siguin més resilents a aquest fenomen. Aquests programes abasten des d'**ajudes tècniques**, on s'avalua la sostenibilitat dels sòls i es fan formacions, fins a ajudes financeres mitjançant **préstecs a llarg termini (6 anys) o millores al procés de distribució en els mercats, tant locals com internacionals**.

De fet, les entitats de Finances Ètiques i les finançadores socials a escala internacional ofereixen, fins i tot, finançament

a llarg a termini a petites cooperatives, un tipus de finançament que pot ser molt arriscat en aquest sector.³⁹ Quan es tracta de finançar el Comerç Just, hi ha un risc elevat que és definit per la mateixa naturalesa de l'activitat (sobretot, en el cas de l'agricultura, que és una part molt important del Comerç Just). Pel seu funcionament, les organitzacions importadores han de **prefinançar** gran part de l'activitat de les productores. La resta del pagament el solen efectuar quan reben el producte. Això fa que en algunes ocasions les entitats importadores acabin pagant tot el producte sense haver-lo pogut començar a vendre encara.

Tot i que aquesta manera de fer és molt més justa per a les persones treballadores de l'organització productora, les entitats **importadores de Comerç Just es veuen exposades a un risc molt elevat** comparat amb les mateixes entitats del comerç tradicional. En el període comprès entre el pagament i el cobrament dels productes, tenen unes **necessitats de liquiditat** molt altes, i en funció del finançament que puguin aconseguir. Com que moltes d'aquestes organitzacions ja funcionaven d'aquesta manera –tant en l'àmbit europeu com a Catalunya– abans de la implantació de les Finances Ètiques en molts territoris, quan aquestes últimes entren en joc, no han d'inventar cap producte financer específic. Però, per contra, les Finances Ètiques es troben amb un panorama en el qual han d'esdevenir més competitives davant les finances tradicionals i comunicar millor els seus valors diferencials si volen ser les principals finançadores del Comerç Just.

Per acabar, cal ressaltar la tasca de la CSAF (Council on Smallholder Agricultural Finance), aliança d'entitats de finan-

35. Banca Etica. CreSud (2022).

36. Grillo, S. (2015).

37. Altromercato és una de les principals organitzacions de Comerç Just a Itàlia amb el paper d'importadora, distribuïdora, comercialitzadora i agent de denúncia social.

38. Unimondo. (2009). *Banca Etica: accordo con Ctm-Altromercato per sostenere il commercio equo*.

39. Weeks, N. (2017).

ces socials, ètiques i cooperatives, amb l'objectiu comú de crear un mercat inclusiu i sostenible per a les petites i mitjanes empreses del sector agrícola mitjançant el finançament responsable d'aquestes. Des del 2013, els membres de la CSAF han finançat més de 1400 petites i mitjanes productores agrícoles a països empobrits amb un valor prestat superior als \$4,3B. Una part considerable de les inversions de la CSAF van adreçades a productores de Comerç Just, tenint així un impacte en el sector, el seu desenvolupament i el de les productores locals.

Àmbit català i estatal

En el cas de **les entitats de Finances Ètiques amb presència a Catalunya, no trobem pràcticament cap servei especialitzat o específicament dirigit al sector del Comerç Just**, tot i que gran part dels serveis financers oferts per aquestes entitats (descrits al punt 2.2.4) són utilitzats de for-

ma freqüent per les diverses organitzacions de Comerç Just presents a Catalunya i l'Estat espanyol. Com a únics exemples a destacar de productes específicament relacionats amb el Comerç Just, trobem el Dipòsit Triodos (anteriorment «Compte Just») de Triodos Bank o el finançament específic d'organitzacions de Comerç Just per part d'Oikocredit:

- El Dipòsit Triodos és un dipòsit a dotze mesos que ofereix als seus titulars l'opció de donar els interessos generats a diverses ONG i entitats, entre elles, tres de relacionades amb el Comerç Just: IDEAS, Oxfam Intermón, i la Federació SETEM.
- En el cas d'Oikocredit, l'entitat s'especialitza a finançar projectes de finances inclusives, agricultura sostenible o energies renovables només a països del Sud Global, però, tot i això, contempla l'excepció de poder finançar també alguns projectes a països del Nord, sempre que es tracti d'organitzacions de Comerç Just (generalment importadores).

2. METODOLOGIA

Després de fer la revisió bibliogràfica i la descripció i sistematització de tendències i reptes actuals dels sectors del Comerç Just i de les Finances Ètiques, es van dur a terme una sèrie d'entrevistes en profunditat amb diferents actors representatius del sector del Comerç Just, que hem agrupat en 3 categories:

- 1. Organitzacions de segon grau, certificadores, o representants de productores del Sud.** Amb aquestes organitzacions es pretenia contrastar aquella informació extreta de la revisió bibliogràfica que tingués un caire més internacional o transversal, així com incorporar alguns *inputs* de la realitat de les organitzacions productores del Sud, que seran de gran ajuda per entendre també el context del sector al Nord. *Organitzacions entrevistades:* LaCoordi-Coordinadora pel Comerç Just i les Finances Ètiques, Fairtrade Ibèrica, Coordinadora Estatal de Comercio Justo, Gaia Consulting i Gaia Coffee Farm.
- 2. Organitzacions importadores.** L'objectiu d'entrevistar aquestes organitzacions era conèixer les dificultats i els reptes de la baula de la cadena on possiblement les necessitats de finançament ètic són més grans; i, a la vegada, contribuir a entendre tot el sector des d'una perspectiva vertical. Aquestes organitzacions són les que, en major mesura, posen en contacte les productores amb les consumidores finals; i, per tant, compten amb un important coneixement de tots dos mercats. *Organitzacions entrevistades:* Oxfam Intermón, Alternativa3, IDEAS, Adsis-Equimercado.

- 3. Organitzacions comercialitzadores i botigues especialitzades.** Havent-les identificat com un element de l'engrenatge del Comerç Just que ha viscut enormes dificultats en els darrers anys, l'objectiu d'entrevistar aquestes organitzacions era valorar si, des de les Finances Ètiques, es podien dissenyar o oferir serveis que els permetessin millorar la gestió o incrementar les vendes. Així mateix, es pretenia esbrinar quins són els seus principals reptes i quina visió tenen del mercat i el consumidor/a final de productes de Comerç Just. *Organitzacions entrevistades:* Botiga La Peixateria (Fundació Tercer Món), SETEM Madrid, Càritas-Kidenda, Oxfam Intermón i IDEAS.

Posteriorment a la ronda d'entrevistes amb les organitzacions de Comerç Just esmentades, es van portar a terme **entrevistes en profunditat amb les principals entitats de Finances Ètiques amb presència al nostre territori**, amb l'objectiu de compartir-hi els reptes i les necessitats que es van identificar en les entrevistes amb les organitzacions de Comerç Just, i així valorar propostes de millora dels serveis financers que els ofereixen o nous camps de col·laboració conjunta en un sentit més ampli que el purament financer. *Organitzacions entrevistades:* Oikocredit Internacional, Fiare Banca Ètica, Coop57, Triodos Bank. (Paral·lelament, també es va recollir la visió d'Alterfin, una finançadora social internacional sense presència a Catalunya, però que té relació contractual directa amb la persona representant de la consultora Gaia i la Gaia Coffee Farm).

3. RESULTAT DE LES ENTREVISTES

3.1. REPTES DE LES ENTITATS DE SEGON GRAU I PRODUCTORES

Amb la intenció de conèixer i contrastar amb profunditat els reptes i les tendències del Comerç Just, es van dur a terme diverses entrevistes amb productores del Sud, entitats de segon grau i organitzacions d'incidència política del sector. Aquestes van ser:

- **La Coordinadora pel Comerç Just i les Finances Ètiques**, coneguda com a LaCoordi: Entitat de segon grau nascuda el 2018 amb l'objectiu d'articular el Comerç Just i les Finances Ètiques a Catalunya.⁴⁰
- **Fairtrade Ibèrica**: certificadora local representant de Fairtrade International, responsable de les llicències, la comercialització, el desenvolupament de negocis i la sensibilització a Espanya i Portugal.
- **GAIA Coffee Farm i consultora GAIA**: productora de cafè de Comerç Just certificada amb Fairtrade i SPP, amb dues finques a Hondures, consultora especialitzada en temes relacionats amb el sector agrícola i de Comerç Just i amb relació directa amb la finançadora social belga Alterfin.
- **Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ)**: organització de segon grau que aglutina els principals actors del Comerç Just en l'àmbit de l'Estat espanyol i que porta a terme tasques de representació, incideix en les polítiques públiques, crea fòrums de debat i genera coneixement sobre el Comerç Just.

Cal esmentar, però, que som conscients de la poca participació directa en l'estudi d'organitzacions productores, fet motivat per la distància geogràfica, l'àmbit d'actuació i l'abast d'aquest informe. Tot i això, n'hem volgut recollir la veu a través de moltes d'aquestes organitzacions sectorials, així com mitjançant les seves publicacions i d'altres organitzacions (importadores i finançadores) que hi treballen estretament en el dia a dia. Confiem, per tant, haver pogut recollir amb prou fidelitat els principals reptes i necessitats de les organitzacions productores del Sud.

3.1.1. Contrast d'opinions davant l'aparició de multinacionals al sector

Com ja s'ha mencionat al marc teòric, els últims anys les vendes del sector han estat impulsades majoritàriament per la comercialització dels productes certificats per part d'empreses multinacionals. Paral·lelament, la realitat de les empreses tradicionals de Comerç Just és tota una altra, ja que moltes continuen afectades per la crisi de 2008 i, a més, han patit una reducció de vendes durant el 2020.⁴¹ El plantejament de l'actual model de creixement del sector –tot i que les entitats en divergeixen– i els efectes que aquest pot tenir en tots els seus integrants neix d'aquest context.

Partint de la base que les productores de Comerç Just tan sols venen un 10-20% de la seva collita a les importadores del sector, mentre que la resta es destina al mercat convencional, l'Anna Bardolet, coordinadora de LaCoordi, considera

40. LaCoordi. *Qui som*. Recuperat el 23 de desembre de 2022 de <https://lacoordi.cat/qui-som/>.

41. Guijarro, M. (2021).

la certificació de les grans empreses com una possible oportunitat per incrementar l'impacte del moviment i, així, millorar les condicions comercials dels petits productors del Sud. Al cap i a la fi, aquesta és la raó de ser del Comerç Just. En la mateixa línia, des de Fairtrade Ibèrica es manté que, per tal que el sector creixi, **se n'ha de facilitar l'accés als productes i aparèixer allà on la població general consumeix i no obligar-la a anar on no hi acostuma**. Així, proposen seguir l'exemple de França, on els supermercats convencionals acostumen a tenir tota una secció especialitzada en Comerç Just. No obstant això, aquestes opinions també provoquen certa controvèrsia dins el moviment i, per exemple, **des de la CECJ recorden que el Comerç Just no és només comercialització, sinó també sensibilització**, i que s'ha de vetllar per no oblidar aquesta segona pota del moviment.

Tot i això, la visió de moltes productores és una altra. A causa de les seves experiències comercials, creuen que **s'hauria d'establir una diferència entre les empreses especialitzades en Comerç Just i les grans multinacionals que fan ús dels segells**. Mentre les primeres mantenen una relació directa amb els productors i en garanteixen un preu just, les grans multinacionals fan ús d'intermediaris per tal d'aconseguir els seus productes. Aquests intermediaris, en molts casos, negocien amb les petites organitzacions productores mitjançant els combos, una pràctica comercial que comporta la compra conjunta d'alguns contenidors a preu de Comerç Just i d'altres a preu de mercat o més rebaixat, encara, tot abaratint els costos globals de proveïment d'aquestes grans empreses. **Aquesta pràctica de greenwashing oportunista sumada a la dificultat de controlar totes les accions d'aquestes grans empreses gaire més enllà dels productes certificats, fa abaixar els preus efectius del Comerç Just i perjudica així les petites productores locals i, consegüentment, desvirtua tot el sector.**⁴²

42. Dalvai, R. (9 de desembre de 2012).

Des de la CECJ reclamen la **necessitat de més i millors aliances publicocomunitàries** que puguin finançar la tasca de sensibilització i difusió. A l'Estat espanyol **el moviment del Comerç Just no ha rebut el suport de l'administració pública que sí que han rebut d'altres sectors privats, o que s'ha donat en altres països** que han fet molt més costat al Comerç Just, com ara França, Alemanya i el Regne Unit. **Entre les mesures a dur a terme per millorar la situació del Comerç Just s'hi podrien incloure:**

- un major **foment de la compra pública ètica** associada al Comerç Just;
- **reducció de l'IVA per a productes de Comerç Just;**
- **més subvencions, no només per a activitats de sensibilització**, sinó també de comercialització, de formació, de digitalització i innovació tecnològica, i de finançament del cost de les certificacions;
- més **suport en la difusió a través de mitjans de comunicació públics;**
- **introducció del Comerç Just als currículums educatius;**
- i una **normativa i regulació específica que reconegui legalment el sector** per a facilitar-ne el finançament i per a evitar l'intrusisme d'empreses que s'estan apropiant del terme.

Des de la mateixa CECJ també plantegen la necessitat de superar barreres o etiquetes i cercar l'acostament entre diferents àmbits o sectors afins, no només amb les Finances Ètiques sinó amb tot el sector de l'Economia Social i Solidària i els moviments alternatius. Per poder identificar i ubicar la resta d'actors dels moviments alternatius, caldria conèixer millor el seu discurs. Així mateix, la CECJ considera que pot ser de molta utilitat **visibilitzar les bones pràctiques en promoció i articulació de moviments alternatius**, tant en l'àmbit dels diferents territoris de l'Estat espanyol com en l'àmbit internacional, per poder-ne aprendre i replicar-les on més calguin.

3.1.2. Reptes de les productores del Sud

Les organitzacions productores del Sud i, en especial, les més petites, afronten diversos reptes. Per començar, s'estan registrant **incrementos de costos de producció i transport**, derivats de la inflació en el preu de matèries primeres com el petroli, i fins i tot se'n preveu un futur augment. Aquest fet té, òbviament, conseqüències importants per a sectors enfocats a l'exportació per al comerç internacional, i el Comerç Just no n'és aliè. A més, darrerament un alt percentatge de les **primers de Comerç Just** no s'ha destinat a millorar el desenvolupament econòmic i social de la zona, sinó que es dedica a cobrir altres despeses, com per exemple s'ha donat en els moments més àlgids de la pandèmia, quan en van destinar una part a l'adquisició de mascaretes o a cobrir despeses d'enterraments.

Amb tot, segurament el major d'aquests reptes es troba en les **conseqüències de l'emergència climàtica**, ja que els cultius són altament dependents dels esdeveniments meteorològics. En el cas del cafè, l'augment de les temperatures afecta directament el rendiment del cultiu i la formació de guindes de cafè perquè la seva mida es veu molt reduïda en zones de sequera. A l'extrem oposat, les precipitacions i les pluges extremes poden provocar la proliferació de fongs i inundar les arrels dels cultius i, en conseqüència, podrir-les.⁴³ És per això que, tal com es denuncia des de diverses organitzacions de productors, com per exemple la CLAC, els petits productors del Sud es troben amb la necessitat d'accedir a finançament addicional per tal de mitigar els efectes d'aquests fenòmens climàtics.

Algunes de les necessitats més rellevants de les organitzacions productores, relacionades i no relacionades amb l'emergència climàtica, són:

- La **diversificació d'ingressos en diversos sectors o productes, així com un major coneixement dels mercats i de les necessitats comercials del sector**. De forma que les productores puguin adaptar-se millor a les demandes comercials de les seves persones clientes, i consegüentment, ser més eficients, a la vegada que es redueixen els riscos i la volatilitat d'ingressos, com per exemple els provocats per una mala collita.
- El fàcil **accés a assegurances de vida i d'invalidesa, o a assegurances agrícoles adaptades a la realitat dels petits productors, com per exemple les pòlisses basades en índexs meteorològics**.⁴⁴ Tot i que aquests serveis ja els ofereixen algunes entitats amb enfocament social, tenen molt poca presència i, en canvi, poden ajudar les productores a ser més resilients davant les situacions adverses, i tindrien més coherència encara si s'aconsegueixen articular des del moviment de les assegurances ètiques i solidàries.
- L'**increment de la capacitat tècnica i tecnològica** de les organitzacions productores mitjançant les millores dels sistemes d'informació, la recollida de dades en línia, els cobraments, etc. Això requereix una inversió inicial significativa que podria ser finançada i alhora acompanyada per entitats de Finances Ètiques que també estiguin treballant en processos de digitalització, o bé d'acostament a solucions *fintech*.

43. El portal de la economia solidaria (12 de gener de 2022).

44. Collier, B., Skees, J., i Barnett, B. (2009).

- **La facilitació de l'accés a formacions, acompanyaments i el foment d'intercanvi de pràctiques i d'experiències entre grups i països productors, fent èmfasi en qüestions relacionades amb pràctiques agrícoles eficients** com per exemple l'anàlisi de l'estat del sòl, la programació de les activitats, el coneixement dels riscos dels diferents productes, etc.
- **Un major abast de les entitats de Finances Ètiques al Sud**, ja que sovint els petits grups productors tenen dificultats per conèixer els serveis i arribar a les seus de les entitats financeres ètiques, tot i ser els més interessats. De manera que tot i tenir necessitats financeres que podrien ser cobertes per aquelles entitats, acaben en mans d'altres finançadors com ara els usurers *coyotes*.
- **L'adaptació de les Finances Ètiques a l'heterogeneïtat dels diferents grups productors** i les seves necessitats pel que fa als cultius, les zones geogràfiques, els coneixements tècnics i la mida de les empreses, mantenint alhora un marc articulador comú.⁴⁵

Davant el repte climàtic, durant la COP-26⁴⁶ la CLAC⁴⁷ va emfatitzar la necessitat de fer arribar el finançament climàtic a les petites productores que no l'acostumen a tenir a causa dels elevats costos i les dificultats tècniques que comporta.

D'aquesta manera, es va posar al centre el problema d'equitat que existeix, ja que només les productores amb certa envergadura arriben a ser finançades. En conseqüència, tracta de fer-hi front mitjançant l'aplicació de dos fons climàtics que donen suport a les iniciatives de regeneració del sòl i de bones pràctiques renovables, a més de potenciar l'ús d'instruments de finançament mixt.⁴⁸

Cal destacar també l'advertència que fa la CSAF, en afirmar que avui dia **l'agricultura sostenible no és rendible** per als finançadors per culpa de l'alt risc d'inversió del sector.⁴⁹ Aquest sector reporta beneficis fins que arriba una crisi econòmica o mediambiental i es perden diners. Aleshores, **el gran repte de les Finances Ètiques radica en el fet d'adaptar-se al context actual i d'intentar donar respostes amb noves eines financeres adaptades a les necessitats de l'agricultura del Comerç Just**. Com compartir els riscos davant l'emergència climàtica? Com potenciar les relacions directes entre tots els actors de la cadena productiva i les empreses i persones inversores? Finalment, cal remarcar que aquest risc implica que les empreses socials que continuen invertint en el sector estan motivades més per l'impacte que pel benefici, i en millorar les relacions directes entre les empreses amb consciència social es pot generar un canvi en el sector.

45. El portal de la economia solidaria (12 de gener de 2022).

46. Conferència de les Nacions Unides sobre el Canvi Climàtic de 2021.

47. La *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo* (CLAC) és la xarxa de productores llatinoamericanes copropietària del sistema Fairtrade Internacional.

48. El portal de la economia solidaria (12 de gener de 2022).

49. CSAF (2021).

3.1.3. La falta de relleu generacional

Des de LaCoordi es va identificar la tendència d'envelliment del Comerç Just i la falta de relleu generacional, tant pel que fa als integrants dels diferents actors del sector, com pel que fa a les persones consumidores.

En l'àmbit professional, aquesta tendència, juntament amb la situació econòmica de les empreses tradicionals del sector, dificulta l'adaptació al context actual i, per tant, la difusió i la promoció dels productes i dels objectius del Comerç Just a les xarxes socials. Així, és molt més difícil arribar a les persones consumidores més joves que no freqüenten els canals de distribució i difusió habituals del sector (botigues especialitzades, fires, etc.). D'aquí sorgeix el gran repte de **generar consciència per tal que les persones joves optin pel consum de Comerç Just tot i no ser l'opció més econòmica**. I a la vegada, el repte de les productores de crear condicions de treball prou dignes per **evitar el despoblament rural** i que les persones més joves de la comunitat continuïn treballant al sector primari, aportant-hi millores i innovació.

3.2. REPTES DE LES ENTITATS IMPORTADORES

Amb la intenció de conèixer i contrastar amb profunditat els reptes i les tendències del Comerç Just, es van dur a terme diverses entrevistes amb diferents importadores i distribuïdores del sector. Aquestes van ser:

- **Oxfam Intermón**, organització molt involucrada en el sector des de diferents perspectives, és importadora i distribuïdora, i també té una xarxa pròpia de botigues físiques i una botiga en línia, i porta a terme diverses campanyes de sensibilització i incidència política relacionades amb el Comerç Just.
- **IDEAS Comercio Justo**, aquesta cooperativa andalusa, tot i no ser de grans dimensions, treballa tant en l'àmbit local com en l'internacional (a través d'Ethiquable) i majoritàriament distribueix a altres botigues, recentment va tancar la seva pròpia botiga física i només ven de forma directa al consumidor final a través de la seva botiga en línia.
- **Adsis-Equimercado**, és una distribuïdora del sector vinculada a la Fundació Adsis i a la seva línia d'activitats, amb un enfocament internacional, que se centra en productes alimentaris i de cosmètica natural, tot i que no de manera exclusiva. També disposa de botiga en línia.
- **Alternativa 3**, aquesta cooperativa catalana se centra en l'elaboració de productes ecològics i de Comerç Just i els distribueix a botigues i establiments diversos, tot i que també fa venda en línia directa a consumidors.

Es tracta d'organitzacions que, tot i ser importadores a l'Estat espanyol i tenir activitats molt semblants, es mouen en contextos diferents. Sigui per la forma de la institució o per la manera en què han prioritzat rebre i donar ajuda al

llarg dels anys, tenen condicions una mica diferents en la seva activitat. Això porta que els principals problemes que identifica cadascuna d'elles siguin lleument diferents, si bé el rerefons d'aquests reptes és comú a totes elles.

És important tenir en compte l'activitat d'aquestes entitats. En algunes ocasions duen a terme activitats que van molt més enllà de la importació. Així i tot, les quatre fan d'importadores a través d'una activitat comercial molt semblant. De forma general, primer contacten amb els productors a l'estranger i determinen un **prefinançament del producte** perquè els productors puguin desenvolupar la seva activitat. La proporció d'aquest prefinançament pot variar molt, però majoritàriament és **igual o superior al 50% del preu final del producte que s'importarà**. Existeix una dificultat afegida en preveure el preu exacte de tot el que s'importarà perquè en el moment de formalitzar el contracte no es pot saber amb certesa quines seran les característiques de la collita ni quin serà el preu final de mercat, qüestió que depèn de molts altres factors (sobretot el clima, pel que fa als productes agrícoles). Un cop el producte està acabat (pel que fa a transformacions al país productor) i s'importa, se sol pagar als productors la resta del preu estipulat. A més, els problemes i els increments dels terminis en el comerç internacional de contenidors està dilatant els períodes de temps compresos entre que les importadores realitzen el prefinançament fins que reben la mercaderia. Això porta les organitzacions a una situació complicada de tresoreria, que es comentarà més endavant, i que implica, principalment, tenir moltes existències ja pagades sense haver-les pogut col·locar en el mercat.

Moltes vegades el que arriba del país productor només és una matèria primera o a mig transformar que s'ha d'acabar de convertir en un producte final. Segons l'entitat de què es tracti i, sobretot, segons el producte, hi ha moltes diferències. Hi ha casos en què encara que la matèria primera pogués ser transformada en el país productor, aquest producte concret no aguantaria en bon estat fins a arribar al país consumidor. Tractant-se majoritàriament de productes agrícoles, a banda

de les condicions ja esmentades, cal afegir-hi una certa estacionalitat. Aquesta és una raó més per aprofitar un sol transport cap al país importador. Tot plegat ajuda a incrementar el **volum d'existències que han d'emmagatzemar les importadores fins que poden vendre el producte al mercat**.

Un cop tenen el producte llest per comerciar, les entitats analitzades solen centrar-se a **vendre a través de diferents canals** com ara supermercats i grans superfícies, botigues i altres entitats, o directament al públic general. També poden exportar el producte a altres països, però això és molt minoritari. Un cas és el d'Alternativa 3, ja que la seva venda es concentra molt en altres comercialitzadores o botigues, però això no impedeix que també ofereixi els seus productes directament al públic general mitjançant fires i la seva botiga en línia; tanmateix, aquest és un petit percentatge de les seves vendes.

Més enllà d'aquesta activitat comercial, **cal destacar que totes les entitats executen altres tasques d'ajuda a la zona o comunitat on se situen les entitats productores**. Les accions que ajuden al desenvolupament de la comunitat productora són una part inherent de la importació de productes de Comerç Just, generalment vehiculades a través de la prima del Comerç Just. A més de la prima, les diferents entitats importadores entrevistades també col·laboren de forma puntual o regular amb les organitzacions productores del Sud, amb qui mantenen relacions de llarga durada. Cada entitat col·labora de forma diferent i dins dels marges de la seva capacitat, generalment **vehiculant fons públics provinents de subvencions per a la cooperació al desenvolupament** (tot i que no exclusivament). Per exemple, la cooperativa **Ethiquable**, de la que IDEAS forma part, destina cada any una **part dels seus beneficis a la inversió o finançament a fons perdut de projectes de millora tecnològica o productiva** de les organitzacions productores del Sud. És important tenir clar que el Comerç Just no es limita al preu mínim pel producte i a la seva prima. Per tant, es requereix un esforç per part de les importadores que les seves

competidores –grans empreses tradicionals amb només alguna línia de producte de Comerç Just– no acostumen a fer.

Un cop analitzada de forma general l'activitat que realitzen aquestes entitats, cal veure com descriuen la situació actual del Comerç Just a Catalunya. Un dels objectius de les entrevistes dutes a terme era saber de primera mà quines situacions o factors externs estan afectant avui dia el Comerç Just, per tenir-los en compte a l'hora de proposar possibles sinergies entre aquest sector i el de les Finances Ètiques.

En descriure la situació del Comerç Just en un plànol general, entre les explicacions donades per les diferents organitzacions hi havia més similituds que diferències. Al cap i a la fi, totes duen a terme el mateix paper (o molt semblant) dins el cercle del Comerç Just. Les poques diferències identificades provenen de les activitats que fan més enllà de la importació.

Una de les concepcions més esteses sobre el Comerç Just, i que es vol canviar, és que es basa en productes que es consumeixen a les llars. Dues de les quatre importadores entrevistades assenyalaven que tenen l'**objectiu de tenir més presència en el món de l'Horeca**.⁵⁰ Aquest és el primer repete que es pot identificar fàcilment en el Comerç Just, i que podria necessitar finançament per tal d'invertir en actius fonamentals per oferir solucions al sector Horeca, com, per exemple, màquines de cafè i servei tècnic i assessorament per a bars i cafeteries.

Un dels principals esdeveniments que s'han donat al Comerç Just i que totes les importadores han detectat és el **canvi de lloc del consumidor/a de Comerç Just**. Aquest fet és provocat per diversos factors, dos dels quals van ser identificats com a causants definitius per totes les entitats. El primer dels factors és que en l'àmbit de Catalunya i de l'estat Espa-

nyol, el perfil de la persona consumidora de Comerç Just és el mateix ara que el que hi havia al final del segle XX quan es va començar a estendre pel territori. És a dir, no s'ha produït un relleu generacional. Aquesta és la causa d'altres problemes que s'explicaran més endavant, però en aquest cas concret, implica que els nous consumidors/es que cal atreure comprin en llocs diferents. L'altra causa principal és l'efecte que la pandèmia de la Covid-19 ha tingut en la manera en què la gent fa la compra. Les importadores assenyalen que a Catalunya i, en general, a Europa, hi ha una **crisi de la botiga especialitzada del Comerç Just**. Aquest tipus de botiga havia estat la manera per excel·lència d'arribar al públic; tanmateix, amb la Covid-19 i els hàbits de les noves generacions s'ha reduït el nombre de consumidors/es que van a la botiga. Per la seva banda, s'han incrementat les vendes per internet i en els grans supermercats. Tot i que en el passat existia un debat de caire ideològic sobre on havien d'estar els productes de Comerç Just, avui hi ha més consens que cal anar on estigui el consumidor/a. Les organitzacions que defensen aquesta aproximació no ho fan de manera infundada, prenen com a referent l'experiència d'altres països europeus on els productes de Comerç Just es poden trobar als grans supermercats i superfícies i on els resultats són positius. De fet, ara l'estat Espanyol és un dels llocs de la UE on menys Comerç Just es consumeix.

Així les coses, tot i que cada cop més veus comencen a **defensar la venda de productes de Comerç Just en grans superfícies**, respecte a la venda en línia les importadores presenten experiències força diferents. De manera general, cap d'elles posseeix un **canal de venda en línia** amb gaire més facturació que la d'una botiga habitual, però difereixen en quina és la manera de prosseguir. Hi ha entitats, com Ox-

50. HORECA és l'acrònim d'hotels, restaurants i cafeteries, que s'utilitza per a referir-se al sector dels serveis de menjars.

fam, que defensen que amb l'impuls correcte es pot aconseguir una venda substancial per mitjans en línia, mentre que altres entitats, com ara Alternativa 3, tot i reconèixer que aconsegueixen captar clients nous amb la seva botiga en línia, creuen que les vendes no són significatives. En el cas d'Alternativa 3, han observat que la majoria de consumidores van a botigues que tenen més varietat de productes (entre ells també els productes d'Alternativa 3). Per tant, la manera d'obtenir clients que comprin directament a través de la botiga en línia és ampliant-ne la gamma de productes, cosa que consideren que no surt a compte. S'ha de tenir present que en tractar-se d'importadores, la prioritat de la majoria d'elles no és arribar de manera potent i directa al públic general.

Un altre factor extern que afecta el Comerç Just és la normativa a què es veu subjecte. Per una banda, la **normativa específica de Comerç Just** a l'Estat espanyol és limitada en diversos aspectes i les organitzacions que s'han queixat d'aquest fet defensen un model semblant al d'alguns països europeus (entre ells el francès), que reconeixen de manera expressa el sector i li donen suport en diversos àmbits. Per l'altra, i més vist en les entrevistes realitzades a les entitats importadores, les **normatives de qualitat que afecten tots els productes venuts a Europa** suposen una pressió addicional sobre els productors de Comerç Just que, en alguns casos, no es poden permetre. Des d'IDEAS han posat alguns exemples molt clars de països productors que han hagut d'invertir en noves eines o tecnologia per fer productes que s'adeqüessin a la normativa europea i això els ha suposat un cost molt elevat que **ha restringit el marge de benefici**.

Un altre factor recent que ha afectat el marge de benefici ha estat la **pujada del preu de l'energia**. Totes les importadores han patit un increment dels seus costos, però han hagut de mantenir els preus per coherència amb el consumidor i per ser mínimament competitives respecte als productes de comerç convencional.

Altres factors que estan penalitzant el Comerç Just en l'actualitat tenen a veure amb la limitació de la seva **capaci-**

tat d'adaptació. Tot i que, des d'Oxfam assenyalen que tenen molt a aprendre dels productes ecològics, que han aconseguit atreure una part molt important de la població, des d'IDEAS també assenyalen que aquest tipus de **noves modes i hàbits de consum** han perjudicat els grups productors en alguns casos. Un exemple clar exposat per la mateixa importadora és el del sucre. Davant de la tendència per una nutrició més saludable, s'ha reduït el consum de sucre a tot el continent europeu sense discriminar entre quin tipus de sucre. Això ha provocat que productors de sucre a l'estranger no puguin vendre el seu producte perquè les importadores no troben demanda per a ell.

Un objectiu de futur per al Comerç Just, present en un nombre rellevant de les entrevistes realitzades és el de **comerç «Nord-Nord»**. És a dir, mantenir els principis de Comerç Just, però entre països del Nord Global. Des del sector s'hi està treballant, principalment pel que fa a **sistemes d'acreditació d'organitzacions (no de certificació de productes)**. Així i tot, com a mínim en l'àmbit espanyol, i a excepció del projecte de cítrics valencians d'Oxfam, no sembla que per ara sigui una gran prioritat.

En descriure la situació actual del Comerç Just a Catalunya, Oxfam feia molt d'èmfasi en el fet que hi ha una **clara falta de sinergies amb les Finances Ètiques**. Defensa que hi ha un desig per part de les entitats de Comerç Just de fer-les servir; tanmateix, en molts casos, per una manca d'oferta de serveis, no ho poden fer. Creu també que fora bo que hi hagués una **integració on les entitats s'ajudin entre si per crear una base de consumidors/es forta**. IDEAS, per la seva banda, fa una aposta i un ús molt estès de les Finances Ètiques, però sembla més aviat una excepció.

Més endavant es fa un anàlisi dels productes financers que fan servir les diferents entitats.

Finalment, en la situació actual del Comerç Just hi ha una **característica única: les subvencions**. Tot i que aquestes no cobreixen les despeses extres que fan les entitats d'aquest sector, cal tenir-les en compte. Primordialment, perquè és

una transferència econòmica, no només exempta d'interessos, sinó que a més no s'ha de tornar. Per tant, es tracta d'un instrument de finançament que no es pot suplir des de les Finances Ètiques. Entre les importadores entrevistades hi havia una mica de divergència pel que fa al paper de les subvencions. Totes estaven d'acord que és un instrument econòmic insuperable i que pot ajudar-les molt. Així i tot, des d'Oxfam creuen que és important que el Comerç Just sigui sostenible per si sol, per tal de defensar-lo com a opció comercial realista. Amb tot, també cal denunciar l'elevada burocràcia que algunes subvencions impliquen i que hi fan molt difícil l'accés, o bé en disminueixen notablement el benefici final per a les entitats que les sol·liciten.

Amb tota aquesta informació s'han pogut identificar **diferents reptes i obstacles de les importadores dins del Comerç Just espanyol**:

- Un dels principals és el **repte d'adaptar-se al context actual, tant aquí com al país productor**. La capacitat que té aquest sector per adaptar-se és molt més limitada que la del sector convencional. Això fa que tingui més dificultats per adaptar-se tant a canvis de llarg termini, com el canvi climàtic (que afecta de manera molt més severa els països productors) i canvis més immediats, com les noves normatives sobre els productes o les modes dels consumidors/es.
- De manera molt lligada, hi ha el **repte d'aconseguir nova tecnologia en els països productors**. Una tecnologia més avançada ajudaria a complir els tres pilars del desenvolupament sostenible (econòmic, social i ambiental), però en tractar-se d'entitats petites, no es poden permetre una constant **despesa d'R+D** com fan les importadores convencionals. A més, el prefinançament característic del Comerç Just dificulta l'obtenció de fons per poder créixer, tant al país importador com al productor.

- La **falta de relleu generacional ha afectat les persones consumidores, però també les persones treballadores**. Això fa que sigui difícil rejuvenir el personal que treballa en el sector, tant al nostre país com als països del Sud, on es viuen tendències de despoblament rural. Des d'Oxfam, apunten que aquesta falta de força de treball jove és una de les causes de la falta de presència o d'impacte del Comerç Just a les xarxes socials i a la venda en línia, ja que no els és fàcil trobar professionals d'aquests sectors.
- Algunes de les entitats veuen com a obstacle els **requisits creixents que es demanen per obtenir subvencions i que requereixen una professionalització cada cop major del procés de sol·licitud d'aquestes ajudes**. Això fa que moltes convocatòries de subvencions només siguin assumibles per entitats que tenen un mínim volum i estructura, fent que les entitats petites (la majoria en el Comerç Just) quedin discriminades a l'hora d'aconseguir aquestes ajudes.
- D'una manera o d'una altra, totes les entitats detecten la **necessitat de construir un discurs potent que defensi l'ús del Comerç Just i el torni a posar a l'ordre del dia**. En cas contrari, les potencials persones consumidores es limiten al comerç de proximitat, al simplement ecològic o, fins i tot, a productes de grans empreses que s'apropien d'uns valors que realment no defensen.
- Totes les entitats estan d'acord en la **necessitat d'ampliar la quota de mercat**. Sembla que la majoria d'elles estarien d'acord amb l'objectiu d'entrar en sectors com l'hostaleria (tot i que arran de la pandèmia de Covid-19 també ha sofert molt i no està en el seu millor moment). Encara que la informació que tinguin d'aquest sector és molt limitada, volen trencar amb la idea que el Comerç Just només es consumeix a casa.

- En línia amb el repte anterior, totes les entitats estan d'acord que **cal apropiarse a les persones consumidores**. Sembla que totes coincideixen en la defensa d'un model semblant al d'altres països de la UE amb els productes de Comerç Just, molt presents en cadenes de grans supermercats. Amb tot, des de més d'una de les importadores, assenyalen la dificultat de competir en el mateix lloc amb productes convencionals, que solen tenir preus més competitius, així com la dificultat que presenta complir amb les **exigències de descomptes, alts nivells d'estoc i terminis de cobrament molt dilatats que exigeixen les grans superfícies**.
 - Des d'IDEAS també han assenyalat la importància, i el repte, de **mantenir el compromís amb el països productors encara que els seus productes ara es puguin produir en altres llocs**. És per exemple el cas de la quinoa, que ara es comença a plantar a Espanya.
 - En **termes financers**, totes les entitats necessiten certs serveis que ara per ara les entitats de Finances Ètiques no poden oferir en condicions competitives. Entre ells destaca l'accés a una oficina per fer tràmits concrets, sobretot per a la gestió de l'efectiu.
- Per últim, un dels principals reptes és el **desequilibri de tresoreria**. Pel prefinançament de l'activitat al que es veuen subjectes les entitats, es crea un període (fins que cobren) en el qual tenen una necessitat de liquiditat que a vegades els costa cobrir. Per fer-ho, necessiten finançament en bones condicions. De les importadores entrevistades, algunes han defensat que la **diferència de preu entre el finançament tradicional i el finançament ètic** era significativa, però n'hi ha d'altres que no ho han valorat com a tan rellevant. Tanmateix, cal tenir en compte que aquests preus són interessos que es paguen en percentatges. Per tant, la mateixa diferència en punts percentuals pot suposar un valor molt elevat o molt baix en nombres absoluts, segons el volum de l'entitat.

3.3. REPTES DE LES BOTIGUES ESPECIALITZADES

En la darrera part de l'estudi es van entrevistar una selecció de les botigues especialitzades de Comerç Just més rellevants a Catalunya i a l'Estat espanyol –algunes d'elles vinculades també a organitzacions importadores com Oxfam Intermón o l'antiga botiga d'IDEAS, ara tancada–. Per aquesta secció vam comptar amb les entitats següents:

- **La Peixateria de la Fundació Tercer Món** de Mataró. Es tracta d'una de les botigues històriques de Catalunya especialitzades en Comerç Just. Ubicada a l'emblemàtic espai municipal de La Peixateria, forma part de la Fundació que porta a terme activitats de sensibilització i cooperació al desenvolupament.
- **SETEM Madrid**. La botiga més important de les que han tingut les diverses ONG vinculades a la Federació SETEM. També participa en activitats de sensibilització i incidència política, i disposa de botiga en línia.
- **Kidenda** (Cáritas – Misioak – Alboan) de Bilbao. Botiga amb vint anys d'història i un alt grau d'implicació en el moviment i en activitats de difusió i sensibilització. També disposa de botiga en línia.
- **Oxfam Intermón**. Com ja s'ha comentat a l'apartat anterior, aquesta organització és activa en diferents rols dins el sector del Comerç Just: des de la importació i la distribució de productes, fins a campanyes de sensibilització i incidència política. Disposava de la principal xarxa de botigues especialitzades a l'Estat espanyol, i també té una de les botigues en línia amb majors vendes.
- **IDEAS**. Tot i que aquesta cooperativa va tancar recentment la seva botiga física, vam voler incorporar la seva visió i experiència en aquest camp, més enllà de la seva activitat com a importadora i distribuïdora de productes de Comerç Just. Actualment disposa de botiga en línia.

A partir de les entrevistes a aquestes organitzacions hem pogut extreure el següent:

Hi ha **diferents nivells de professionalització i d'èxit** de les botigues, en funció de la seva història, ubicació, model de negoci i vinculació o dependència a altres entitats. No obstant això, **totes elles han vist disminuir considerablement les vendes en els darrers anys**, fins al punt que algunes han tancat (botiga històrica d'IDEAS a Còrdova, o diverses botigues d'Oxfam Intermón arreu del territori espanyol), o bé han de confiar cada vegada més en el suport de persones voluntàries i/o en subvencions per assegurar-ne la viabilitat.

Aquesta disminució de les vendes, que en alguns casos ja es va començar a notar després de la crisi del 2008, s'ha vist **agreujada per la pandèmia del COVID-19, i pels canvis d'hàbits de consum que se n'han derivat**. Contràriament al que podria semblar, les botigues que fan també venda en línia no han vist incrementada la venda per aquest canal (o no l'han vist incrementada excessivament, segons el cas).

Els **productes d'alimentació, que són el gruix de la facturació** de les botigues especialitzades, han anat disminuint les seves vendes els darrers anys davant d'una **major facilitat per trobar-los també a grans superfícies** (on els volums de vendes han crescut en el mateix període). Aquesta qüestió mostra que moltes persones consumidores prefereixen fer tota la compra en un mateix lloc, i que la **gamma de productes reduïda que ofereixen la majoria de botigues especialitzades de Comerç Just** no ajuda en aquest sentit. Davant d'aquest fet, algunes botigues han optat per **incorporar també altres productes** agroecològics, de quilòmetre zero o de l'Economia Social i Solidària, a la seva oferta, però no sembla ser suficient per contrarestar la tendència exposada més amunt, i els marges que tenen aquests productes tampoc són gaire més elevats que els dels productes de Comerç Just.

Per altra banda, tot i existir estudis que assegurin que cada cop més persones estan disposades a pagar un sobre-

preu per consumir de forma responsable, a la pràctica sembla que **el Comerç Just no és prou conegut o no es valora suficientment**. I també es constata que hi ha molta desinformació i *greenwashing* que confon el consumidor/a (en són exemple les més de 450 «ecoetiquetes» existents al mercat, algunes d'elles sense cap contingut real al darrere).

Pel que fa als **productes d'artesanía** (emblema dels inicis del moviment de Comerç Just), han passat a tenir menor rellevància, i noves línies de productes com la **cosmètica** o el tèxtil (moda), tot i tenir bona acollida, en general, no arriben a compensar la disminució de les vendes dels productes alimentaris. Tot i això, sembla que **podria haver-hi mercat per a noves marques de moda de Comerç Just** (cosa que possiblement sí que requeriria finançament, així com un treball conjunt de diverses entitats).

En alguns casos també es destaca com a repte clau el **relleu generacional** a les organitzacions, ja que tant el voluntariat en les botigues i algunes entitats, com bona part de la clientela són d'edat avançada, i costa arribar a públics més joves.

Existeix també el repte de com fer **propostes a la ciutadania per combinar les diferents qüestions (Comerç Just, Finances Ètiques i consum responsable)**. Es podrien buscar sinergies compartint clientela entre el sector de Comerç Just i les Finances Ètiques, i explicant millor la relació entre elles.

Pel que fa a qüestions més directament relacionades amb les seves necessitats financeres:

En tant que botigues, **en general no necessiten finançament extern** ni tenen projectes importants d'inversions a

curt termini. De fet, en algun cas, com per exemple SETEM Madrid, s'havien arribat a plantejar de fer un salt qualitatiu per obrir botiga en una zona més comercial i fer-hi una inversió important en campanyes de promoció, però en el context actual no ho veuen factible, ni tan sols amb accés a finançament en condicions especials. Afegit a això, els preus elevats dels lloguers també són una dificultat considerable per a la **viabilitat de moltes botigues de Comerç Just**.

Pel que fa a l'ús de les Finances Ètiques, les botigues són un dels actors del moviment de Comerç Just on, **tot i la consciència socioambiental, encara trobem un nivell baix d'ús dels serveis oferts per la banca ètica**. Això és principalment a causa de la **necessitat de poder treballar amb efectiu** i fer ingressos en metàl·lic, cosa que porta algunes botigues a funcionar amb bancs convencionals (o també en algun cas, caixes cooperatives de crèdit) que tinguin àmplia xarxa d'oficines. En funció de cada cas, aquest ús de la banca convencional pot ser exclusiu, o bé complementat en major o menor mesura amb altres serveis de la banca ètica com TPV físics o virtuals o bé comptes corrents amb l'operativa associada. Cal mencionar també algun cas d'utilització de sistemes de pagament fora dels oferts per la banca, com seria el cas de Stripe.

Una altra de les **raons esgrimides per no treballar (o no de forma exclusiva) amb banca ètica** és el cert retard tecnològic d'aquesta respecte a la banca convencional, per exemple **dificultant la integració dels sistemes de pagament amb el programari de gestió** de l'entitat de Comerç Just.

3.4. ENQUESTA A ENTITATS COMPROMESSES AMB EL COMERÇ JUST

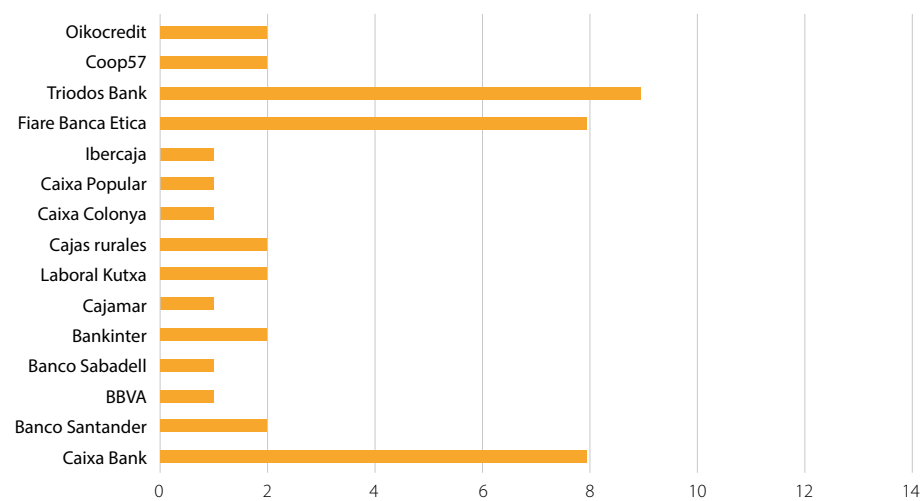
Un cop analitzat el material obtingut amb les entrevistes a les diferents entitats, es va decidir realitzar una enquesta per poder arribar, encara que fos de forma menys intensa, a una **mostra més gran d'entitats compromeses amb el Comerç Just, i comprendre millor la seva relació amb les Finances Ètiques**. Al cap i a la fi, és impossible englobar un volum considerable del Comerç Just en unes poques entrevistes.

En aquest sentit, es va elaborar una mostra de 30 **entitats sòcies o col·laboradores de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo**. Es va realitzar una enquesta que comptava amb preguntes sobre certes característiques bàsiques d'aquestes organitzacions. L'objectiu d'aquesta enquesta era

obtenir un mínim de trets descriptius de les entitats que ens ajudessin a veure si les situacions sorgides a partir de les entrevistes també s'hi veien reflectides, i fins a quin punt.

Finalment, l'enquesta va ser resposta per 17 de les entitats contactades. Els principals resultats obtinguts són diversos. Primerament, com es pot apreciar al Gràfic 1, hi ha tres entitats financeres que les organitzacions de Comerç Just fan servir molt més que la resta. Aquestes són Triodos Bank, Fiare Banca Ètica i Caixa Bank, amb Triodos situant-se una mica per sobre de les altres dues. Fiare Banca Ètica i Triodos són entitats de Finances Ètiques; i, de fet, no sorprèn que aquestes entitats estiguin molt presents en diferents organitzacions de Comerç Just, ja que totes dues són bancs i ofereixen operativa per al dia a dia. Per tant, si una organització està decidida a fer un ús de les Finances Ètiques, trobarà que Triodos i Fiare li ofereixen més serveis que la resta d'entitats (com ja s'ha mostrat al marc teòric d'aquest informe).

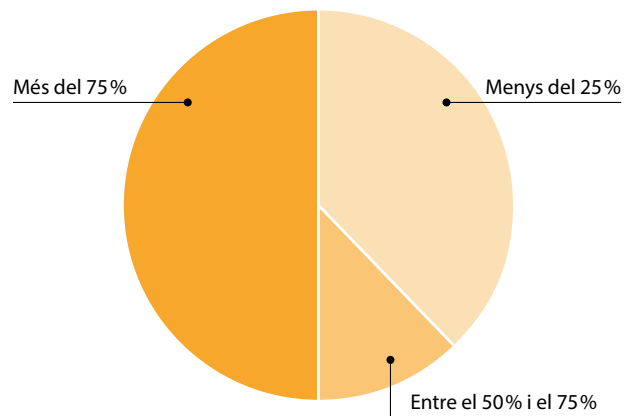
Gràfic 1. Nombre d'organitzacions que fan servir cada entitat financera



Així i tot, no es pot concloure que hi hagi un ús important de les Finances Ètiques, ja que, tot i que moltes organitzacions les fan servir, això no vol dir necessàriament que aquestes en facin un ús extensiu. Per això a l'enquesta es preguntava pel volum de l'activitat econòmica que es canalitzava a través d'entitats de Finances Ètiques. A continuació, es poden veure els resultats en el gràfic 2.

En aquest gràfic es pot observar que la gran majoria d'entitats gestionen entre o bé més del 75% o bé menys del 25% del seu volum a través d'entitats financeres ètiques. Aquesta polaritat en els resultats és prou curiosa i no hi ha conclusions clares que puguin explicar-la. Així i tot, el fet és que la gran majoria d'organitzacions del Comerç Just que s'han entrevistat tenen o gairebé tota l'activitat gestionada amb finançament ètic o bé només fan un ús anecdòtic o simbòlic d'aquest tipus d'entitats financeres.

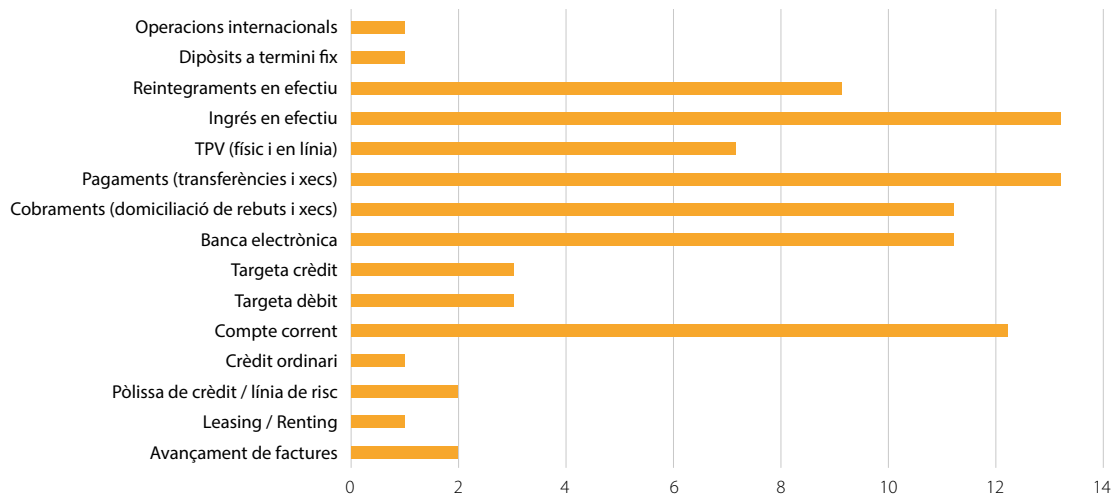
Gràfic 2. Nombre d'entitats segons volum d'activitat en Finances ètiques



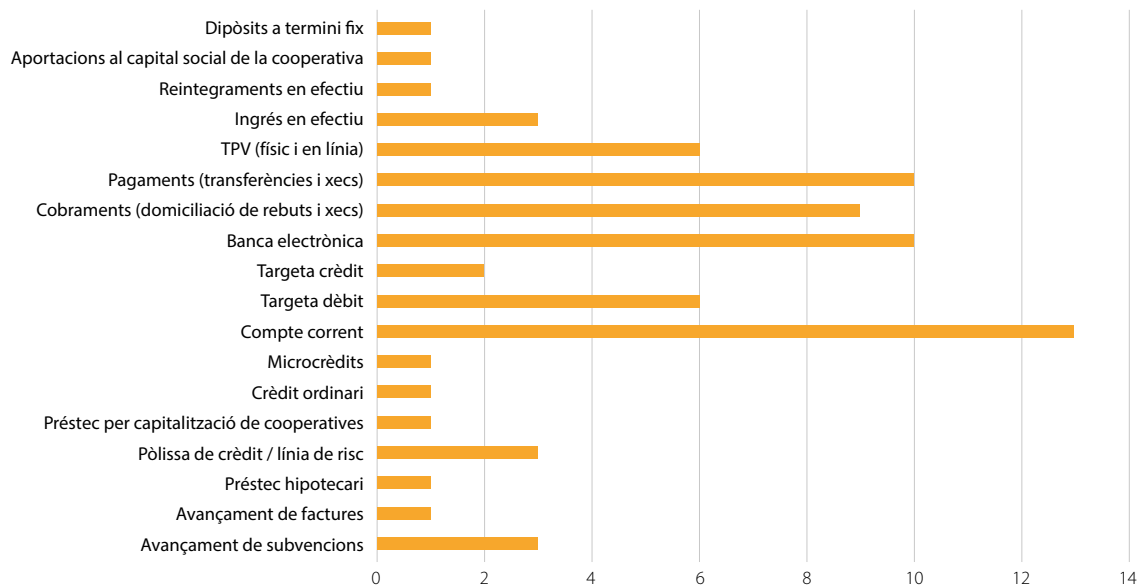
Com a resultats més importants a destacar, també hi ha el dels serveis bancaris i financers que fan servir les organitzacions de Comerç Just, que es poden veure als gràfics 3 i 4. Al **gràfic 3** es mostra la quantitat d'entitats que fan ús de cadascun dels serveis en les finances convencionals, i en el **gràfic 4** es mostra el mateix pel que fa a les Finances Ètiques. Primer cal assenyalar que només una de les entitats enquestades no fa servir entitats de finances convencionals, la resta sí. En segon lloc, cal remarcar que només hi ha un servei que es faci servir molt més en finances convencionals que en Finances Ètiques: els ingressos en efectiu. Aquest fet té sentit tenint en compte les dificultats que hi ha dins del finançament ètic per dur a terme aquest servei (es pot veure en el marc teòric d'aquest informe). Així mateix, hi ha molts serveis que es fan servir extensament, tant en un sector com en l'altre: pagaments, banca electrònica i comptes corrents.

Finalment, hi ha altres resultats que cal destacar de l'enquesta. En aquest sentit, cal assenyalar que més del 70% de les enquestades són entitats en forma d'associació (un 58,8%) o en forma de fundació (un 23,5%). Pel que fa a la seva activitat, un 64,7% d'elles són botigues, fet que ajuda a aquest informe, ja que són les organitzacions més variades i a les que menys s'ha pogut arribar amb les entrevistes. I, per últim, cal apuntar que mentre que la majoria d'entitats són clientes de Fiare o Triodos, un 64,3% d'elles són col·laboradores de Fiare (amb relacions institucionals més enllà de la de client i proveïdor de serveis financers); i només un 28,6% ho són de Triodos. Aquest fet fa pensar que l'estructura cooperativa de Fiare Banca Ètica, més arrelada al territori a través dels seus Grups d'Impuls Territorial (GIT), i la major facilitat de les organitzacions de Comerç Just per a participar com a sòcies directes del banc, afavoreix que hi tinguin una relació de col·laboració o treball en xarxa més elevada que la que tenen amb Triodos Bank.

Gràfic 3. Nombre d'entitats que fan ús dels diferents serveis de finances convencionals



Gràfic 4. Nombre d'entitats que fan ús dels diferents serveis de Finances Ètiques



4. ÀMBITS DE MILLORA EN LA RELACIÓ ENTRE EL COMERÇ JUST I LES FINANCES ÈTIQUES

Arran de les entrevistes dutes a terme, es van identificar diferents reptes i dificultats a les quals s'enfronten les entitats de Comerç Just. En aquest apartat s'exposen els principals àmbits de millora per a una col·laboració entre aquest sector i el de les Finances Ètiques, perquè ambdós es puguin potenciar mútuament. Hem classificat aquestes propostes entre aquelles que requereixen un esforç per part dels dos sectors, les que en requereixen un més elevat per part de les Finances Ètiques i les que el necessiten per part del Comerç Just.

Primerament, s'ha identificat un àmbit clar de millora en el que els dos sectors han de fer un esforç: la comunicació. En concret, i tot i que els dos sectors s'interrelacionen i es troben en algunes plataformes i espais de l'Economia Social i Solidària (com ara REAS, la XES, la Coordinadora Estatal de Comerç Justo i LaCoordi), les entrevistes constaten que la **comunicació** entre els dos sectors podria ser més fluida i regular. A causa d'aquesta manca de comunicació, per exemple, algunes entitats de Comerç Just no tenen informació actualitzada dels serveis que les Finances Ètiques ofereixen. Aquesta qüestió també s'ha fet palesa quan s'han contrastat els comentaris d'algunes organitzacions de Comerç Just i la realitat de les entitats de les Finances Ètiques: per exemple, quan afirmaven que els tipus d'interès i les comissions que carreguen les entitats de Finances Ètiques són molt elevats, i, per la seva banda, aquestes entitats financeres asseguraven no haver rebut demandes per negociar les condicions dels seus serveis. A més, les entitats financeres tenen, en molts casos, un cert marge de maniobra que els permet ajustar els tipus d'interès i les comissions als requisits de les organitzacions de Comerç Just si aquestes ho demanen. Cal assenyalar que, tot i això, sí que existeixen certes limitacions per part de les entitats de Finances Ètiques. En el cas de Coop57, per exemple, pel fet de ser una entitat no regulada i tractar-se d'una institució relativa-

ment petita aconsegueix adaptar-se de manera molt flexible a cada client, però per contra, i també per aquestes mateixes característiques (institució petita i no bancària), hi ha molts serveis que no pot oferir. Aquest lleu «desajust» entre els **serveis oferts per les entitats de Finances Ètiques i les necessitats o aspiracions de les organitzacions vinculades al Comerç Just** s'ha identificat en menor o major grau en totes les organitzacions entrevistades; tanmateix, aventurarem que **podria ser molt menys rellevant si hi hagués una comunicació més efectiva entre les organitzacions dels dos sectors.**

En segon lloc, hi ha diversos àmbits de millora per part de les Finances Ètiques. Un d'ells està relacionat amb el que s'exposa al paràgraf anterior, tot i que ja existeix una voluntat d'adaptació, possiblement caldria que aquestes entitats mirassin de **ser encara una mica més flexibles amb les organitzacions de Comerç Just.**

A més, si les entitats de Finances Ètiques poguessin **oferir un ventall més gran de serveis financers** als seus clients, s'evitaria que les entitats de Comerç Just recorreguessin a entitats financeres convencionals, que poden no compartir els mateixos valors. Per exemple, la limitació en oferta i condicions competitives de TPV per a botigues de Comerç Just i les dificultats i impossibilitat per fer ingressos d'efectiu, fa que moltes d'aquestes organitzacions acabin treballant, en major o menor mesura, amb entitats financeres convencionals, que al seu torn solen pressionar perquè els contractin altres serveis.

En aquest sentit, el gran repte de les entitats de Finances Ètiques és aconseguir **oferir solucions integrals i mínimament competitives** a les necessitats inherents d'un sector que treballa des de la importació fins a la venda al públic. És a dir, **des de facilitats per a gestions duaneres i passarel·les de pagament fins a gestió d'efectiu i TPV.**

En aquest sentit, tot i que **el sector de les Finances Ètiques** ha fet esforços per resoldre algunes de les necessitats i reptes plantejats, és **conscient de les seves limitacions** i en el context actual reconeix que no pot oferir solucions a totes aquestes necessitats. Això porta a imaginar que tal volta seria necessari un **major treball conjunt entre entitats de Finances Ètiques, tant a escala estatal com internacional, i d'aquestes amb altres actors mínimament afins**, com podrien ser les caixes cooperatives de crèdit o *fintech* amb enfocament social, per poder **desenvolupar de forma conjunta tecnologia i solucions** que puguin respondre a les necessitats del Comerç Just; ja que de manera segregada no poden competir amb les condicions de la gran banca convencional. En aquest punt, també seria important poder **treballar conjuntament amb el sector assegurador ètic i solidari per desplegar assegurances específicament dissenyades per al Comerç Just**, i així garantir que aquestes tinguessin un enfocament social.

Un altre camp de millora per a les Finances Ètiques és la **cerca de sistemes de cofinançament i d'aliances amb sistemes de garanties o avals** addicionals. En aquest cas existeixen algunes iniciatives a escala internacional per al finançament de les organitzacions productores de Comerç Just, com són l'IDH Farm Fund i el Fair Trade Access Fund. Pel que fa a l'ús de sistemes de garanties externs, totes les entitats de Finances Ètiques hi treballen, en major o menor mesura, però en l'àmbit estatal i català no hi ha cap sistema d'aquestes característiques específicament dissenyat per al sector del Comerç Just. En definitiva, calen eines de **cooperació financera** publicoprivada i *multi-stakeholder* que facilitin els processos de finançament ètic del sector. En referència a aquesta qüestió, i com a exemple de bones pràctiques, cal esmentar el projecte pilot que està portant a terme l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament amb l'Institut Català de Finances i amb el suport del programa FETSCoopera. Aquest projecte vol facilitar, mitjançant un mecanisme d'avals, la concessió de préstecs per part de les entitats financeres ètiques a

iniciatives de Comerç Just i d'Economia Social i Solidària al Sud Global.

Certs casos, com els préstecs solidaris d'IDEAS, mostren un ús efectiu del **crowdfunding** per part de les organitzacions sense haver de recórrer a les entitats financeres. No obstant això, i tenint en compte que tant Triodos Bank com Fiare Banca Ètica (en aquest cas a través de Goteo) disposen de plataformes de *crowdfunding*, es planteja que en algunes ocasions aquestes podrien ser interessants per a les organitzacions relacionades amb el Comerç Just, sobretot per aquelles que tinguin una base social àmplia, ja que en cas contrari els imports recaptats solen ser molt limitats. Aquest tipus de campanyes conjuntes per a activitats o projectes puntuals relacionats amb el Comerç Just, també permetrien una major visibilitat pública de la relació i afinitat entre ambdós sectors.

Finalment, pel que fa a millores de les Finances Ètiques, tant aquestes com les entitats de Comerç Just tenen una necessitat de professionals joves. Concretament, persones que puguin aportar en l'àmbit del comerç electrònic i la digitalització. Sembla que ara per ara, les entitats de Finances Ètiques estan fent una captació millor d'aquest tipus de professionals. Per tant, tot i ser sectors diferents i que en molts casos requereixen perfils professionals diferents, tal vegada l'experiència de les Finances Ètiques podria ajudar el Comerç Just a fer el mateix i resoldre el repte del **relleu generacional** que han exposat moltes de les seves organitzacions.

En una línia similar, però especialment enfocada a organitzacions productores de Comerç Just, s'ha constatat que les **accions de capacitat tècnica i assessorament en temes ben diversos** que promouen algunes entitats de Finances Ètiques tenen impactes molt positius en la millora dels projectes de Comerç Just i, per tant, és aconsellable continuar-les impulsant i, en la mesura del possible, fer-ho de forma conjunta amb actors afins d'ambdós sectors.

Així mateix, s'han detectat dos àmbits de millora per al Comerç Just que ajudarien a una relació mútuament beneficiosa amb les Finances Ètiques. La primera, **prioritzar l'ús**

del finançament ètic per a les seves activitats i a la vegada **fer-lo més visible**. Algunes ja ho fan, però n'hi ha moltes que no, i algunes, tot i reconèixer els valors compartits entre els dos sectors, no reconeixen que això impliqui que hagin de treballar junts. Cal aconseguir fer visible la unió entre Comerç Just i Finances Ètiques perquè puguin tenir una integració més orgànica en la qual els dos sectors surtin beneficiats.

Per acabar, igual com s'ha comentat anteriorment en referència a les Finances Ètiques, creiem que **les entitats de Comerç Just** també haurien de treballar per **crear sinergies més grans entre elles**. D'aquesta manera serien capaces de construir economies d'escala i aconseguir, entre altres avantatges competitius, relacionar-se i interactuar amb les Finances Ètiques com un bloc unit.



5. CONCLUSIONS

Per concloure, el primer que cal assenyalar és que **s'han trobat molts reptes que afecten el Comerç Just a Catalunya**. Pràcticament, tots **es poden traslladar a escala de l'Estat espanyol o fins i tot a escala d'Europa**; tanmateix, s'han detectat algunes diferències que mostren que la majoria de països de la UE es troben en millors condicions.

Tot i que el gruix d'aquests reptes es troba fora de l'àmbit financer, **la contribució de les Finances Ètiques és clau** per afrontar-los. A l'apartat de propostes de millora s'han esmentat les principals idees i s'identifica com es pot concretar aquesta contribució. Cal destacar la notable **falta de comunicació** que existeix ara mateix entre les Finances Ètiques i el Comerç Just. Això provoca que un sector no estigui al corrent de les innovacions o necessitats de l'altre, i impedeix possibles escenaris de sinergia.

També s'han assenyalat certs punts de millora per part de cadascun dels sectors. Per la banda de les Finances Ètiques, hi ha un punt que ja s'està duent a terme, que és **l'ampliació dels seus serveis**. D'aquesta manera les organitzacions de Comerç Just no hauran de recórrer a les entitats de finances convencionals quan necessitin aquests serveis concrets. Així i tot, el principal repte de les Finances Ètiques pel que fa a aquest punt concret és poder **oferir solucions integrals que responguin a les necessitats identificades pel sector del Comerç Just, i fer-ho de forma mínimament competitiva**. Per part del Comerç Just, en alguns casos es demana un tractament preferencial per part de les entitats de Finances Ètiques. Aquesta podria ser una solució puntual, però cal una millora estructural de l'oferta de les Finances Ètiques (així com de la visibilització del seu valor socioambiental) perquè aquestes siguin prou potents per atraure el Comerç Just. En aquest informe s'ha assenyalat la necessitat d'un major treball conjunt entre les mateixes Finances Ètiques

i els actors afins per aconseguir avantatges que, per separat, no s'assolirien. Un dels àmbits suggerits, a causa de l'impacte immediat que podria tenir, és el de **la cerca de sistemes de cofinançament i d'aliances amb sistemes de garanties o avals**.

En referència al Comerç Just, s'han detectat dos àmbits principals de millora per potenciar les sinergies amb les Finances Ètiques. En primer lloc, **cal un esforç d'aquest sector per prioritzar i ajudar a visibilitzar les Finances Ètiques**. Sobretot en aquesta part, s'ha posat de manifest que tot i que les Finances Ètiques i el Comerç Just tenen clients que són potencialment comuns, molts clients del Comerç Just romanen completament aliens al sector de les Finances Ètiques (i viceversa). En segon lloc, i de manera semblant a les Finances Ètiques, **cal que el mateix sector del Comerç Just trobi maneres de crear sinergies dins de les diferents entitats que el conformen**. Això li atorgaria avantatges d'economia d'escala que de manera individual no es poden assolir. Entre aquests avantatges, hi ha la possibilitat d'aconseguir millors condicions pels serveis de Finances Ètiques i les negociacions amb aquestes entitats financeres.

Finalment, cal assenyalar que hi ha reptes que són comuns tant al Comerç Just com al comerç convencional. Tot i això, el Comerç Just se sol trobar en una posició més vulnerable, tant des del punt de partida com a l'hora de trobar possibles solucions. El cas més clar d'aquesta vulnerabilitat és com l'afecta el **canvi climàtic**, ja que gran part del Comerç Just és dependent de cultius que es veuen fortament afectats per aquests canvis. També s'ha emfatitzat la **necessitat de fer arribar finançament a les petites productores** on no sol arribar a causa als elevats costos i les dificultats tècniques que hi ha darrere.

Per acabar, també s'ha identificat una **necessitat de major suport per part de les administracions públiques** en la promoció d'ambdós sectors, i en la promoció de les relacions entre ells, situació que sí que es dona en altres països de la UE i que és més necessària cada dia tenint en compte la contribució de tots dos sectors a l'Agenda 2030 i els Objectius de Desenvolupament Sostenible. En aquest context, tots dos sectors podrien treballar conjuntament en una major incidència política per comprometre les administracions

públiques (per exemple, amb la contractació i la compra públiques sostenibles).

Amb tot, en aquest informe s'ha mostrat que el marge de millora en la relació entre les Finances Ètiques i el Comerç Just és encara prou gran, i segurament **la promoció d'espais de trobada, reflexió i treball conjunt entre ambdós sectors, permetria crear sinergies i fer-los créixer més enllà de la simple relació comercial** entre entitats financeres i organitzacions clients.

6. AGRAÏMENTS

Des d'aquí fem un especial esment i agraïment a totes les persones representants d'entitats que han col·laborat de manera oberta i desinteressada amb aquest treball aportant informació i reflexions, i que han participat en les entrevistes sempre amb una visió crítica i a la vegada constructiva:

- Álvaro Goicoechea, *Fairtrade Ibérica*.
- Anna Bardolet i Maria Fernández, *LaCoordi – Coordinadora pel Comerç Just i les Finances Ètiques*.
- Barbara Rademaker, *Oikocredit International*.
- Bernard Ornilla, *Gaia consultora, Gaia Coffee Farm i Alterfin*.
- Daniel Maria, *Triodos Bank*.
- Dolors Márquez, *UAB*.
- Jordi Serena, *Adsisí-Equimercado*.
- Juanjo Martínez, *Oxfam Intermón*.
- Juan Garibi, *Fiare Banca Ètica*.
- Imma Codina, Pol Romano i Albert Dresaire, *Botiga La Peixateria (Fundació Tercer Món)*.
- Maria Ferrer, *Kidenda*.
- Marta Lozano, *Coordinadora Estatal de Comercio Justo*.
- Mercedes García de Vinuesa i Juan Carlos Bujalance, *IDEAS*.
- Mónica Gómez, *SETEM Madrid*.
- Raimon Gassiot, *Coop57*.
- Rosa Guinot, *Alternativa 3*.

7. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

- Ajuntament de Barcelona. *Economia Social i Solidària*. Recuperat el 23 de setembre de 2022 de <https://ajuntament.barcelona.cat/economia-social-solidaria/ca>
- Adeliño, A. (20 de desembre de 2017). Banca ètica, un pas endavant en aliança amb l'administració local i el sector de l'ESS. *El Crític*. <https://www.elcritic.cat/mes/espai-critic/banca-etica-un-pas-endavant-en-alianca-amb-ladministracio-local-i-el-sector-de-less-14684>
- Banca Ètica. CreSud (2022). <https://www.bancaetica.it/cresud>. (2 de desembre de 2021).
- Bisaillon, V., Gendron, C., i Palma Torres, A. (2014). *El comercio justo: Hacia nuevas formas de gobierno en el intercambio*. Txalaparta.
- Bozzola, M., Charles, S., Ferretti, T., Gerakari, E., Manson, H., N. Rosser, i Goltz, P. (2021). *The Coffee Guide*. Quarta edició. International Trade Center.
- Cavallito, M., Isonio, E., i Meggiolaro, M. (2018). *Les finances ètiques i sostenibles a Europa*. Fundación Finanzas Éticas.
- Consejo académico de Finanzas Sostenibles. (2020) *Las finanzas sostenibles: estado de la cuestión y motivaciones para su desarrollo*. Foro Académico de Finanzas Sostenibles.
- Collier, B., Skees, J., i Barnett, B. (2009). Weather Index Insurance and Climate Change: Opportunities and Challenges in Lower Income Countries. *The Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice*, vol. 34, n. 3, 401-424. <http://www.jstor.org/stable/41953038>.
- CSAF (2021). *State of the Sector 2021*. Recuperat el 23 de setembre de 2022 de <https://csaf.org/publications/2021-state-of-the-sector/>
- Dalvai, R. (9 de desembre de 2012). *The metamorphosis of Fair Trade*. Fair World Project. <https://fairworldproject.org/metamorphosis-of-the-fair-trade-movement/>
- Diner Ètic. *Coneix les finances ètiques. Què són les finances ètiques*. Recuperat el 23 de setembre de 2022 de <https://www.dineretic.net/coneix-les-finances-etiques/que-son-les-finances-etiques/>
- El portal de la economia solidària. *La financiación climática a las pequeñas productoras es escasa en relación a los desafíos*. Recuperat el 23 de setembre de 2022 de <https://www.economiasolidaria.org/ca/noticias/la-financiacion-climatica-a-las-pequenas-productoras-es-escasa-en-relacion-a-los-desafios/>
- Fairtrade International (2022). *Annual Report 2020-2021*. <https://www.fairtrade.net/library/2020-2021-annual-report>
- FETS. *Els principis ètics*. Promovem el finançament ètic i solidari. (Recuperat l'11 de desembre de 2021 de <https://fets.org/els-principis-etics/>
- Fernández, M. (coord.), Guerrero, C., Otero, L., i Escobar, R. (2019). Ús de les finances ètiques en les entitats del Tercer Sector. L'Observatori del Tercer Sector i Arç Cooperativa, 15-28. <https://docplayer.es/227600283-Us-de-les-finances-etiques-en-les-entitats-del-tercer-sector.html>
- Figueras, P. (4 de març de 2016). Oxfam Intermón tanca la seva botiga de Comerç Just a la ciutat. *Diari de Sabadell*. <https://www.diaridesabadell.com/2016/03/04/oxfam-intermon-tanca-la-seva-botiga-de-comerc-just-a-la-ciutat/>
- Grillo, S. (2015). *Fair Trade and Ethical Finance: The Possible Synergy*. The Social Solidarity Economy resource website. PRICE Project. https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-3729_en.html

Guijarro, M. (2021). *El Comercio Justo en España 2020. Emergencia climática, consumo y modelo comercial*. Coordinadora Estatal de Comercio Justo.

Grameen Bank. *Grameen Bank Introduction*. Recuperat el 23 de setembre de 2022 de <https://grameenbank.org/introduction/>

O'Brien, K. (24 de juny de 2020). *15 Fairtrade Chocolate Choices on the High Street*. Fairtrade Foundation UK. <https://www.fairtrade.org.uk/media-centre/blog/15-fairtrade-chocolate-choices-you-can-find-on-the-high-street/>

Oikocredit. *Què és la banca ètica?* Recuperat el 23 de setembre de 2022 de <https://catalunya.oikocredit.es/ca/que-es-la-banca-etica>

Paulet, E., Parnaudeau, M. and Relano, F., 2014. Banking with Ethics: Strategic Moves and Structural Changes of the Banking Industry in the Aftermath of the Subprime Mortgage Crisis. *Journal of Business Ethics*, 131(1), pp.199-207.

Weeks, N. (2017). *The Fairtrade Access Fund: Does Linking Ethical Investment with Fairtrade Certification Enhance Credit Outcomes for Small Farmers?* [Tesi, Colorado State University]. https://mountainscholar.org/bitstream/handle/10217/181383/Weeks_colostate_0053N_14110.pdf?sequence=1

Impulsat per:



Realitzat per:



Amb el suport de:

