

BUENAS PRÁCTICAS DE CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO	
CIUDAD	Nenagh, Irlanda
SITIO WEB	<a href="http://www.nenaghfairtrade.org">www.nenaghfairtrade.org</a>
FECHA DE LA DECLARACIÓN DE CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO	Mayo, 2009
TEMA	CONSEJOS PARA UNA CAMPAÑA DINÁMICA
OBJETIVOS	<p><b>Objetivo general:</b> Desarrollar el Comercio Justo en toda la comunidad.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p><b>1. Incrementar el impacto en la comunidad a través de:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículos en medios de comunicación locales sobre las actividades de la campaña - Nenagh Guardian y Tipperary Star.</li> <li>- Artículos en las newsletters de las parroquias.</li> <li>- Presentaciones en centros educativos de primaria y secundaria a estudiantes y miembros del centro.</li> <li>- Stands y puestos de Comercio Justo en ferias y eventos: Nenagh Craft Fair, Nenagh Agriculture Show and Nenagh Country Market.</li> <li>- Concursos regulares con premios de cestas de Comercio Justo en Navidades y semana santa.</li> <li>- La campaña llega a los centros escolares a través de grupos de trabajo, directores y profesores.</li> <li>- Realización de una campaña impactante durante la quincena del Comercio Justo, incluyendo la invitación de un productor de Comercio Justo.</li> <li>- Página web de Comercio Justo lanzada en un evento público.</li> <li>- Guía de Comercio Justo de Nenagh.</li> </ul> <p><b>2. Incrementar el impacto en el sector comercial y empresas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones con el sector comercial de la ciudad.</li> <li>- Invitación a las empresas a los eventos.</li> <li>- Provisión de material de sensibilización: posters, flyers, etc</li> <li>- Cobertura en medios incluyendo fotografías de las empresas que optan por el Comercio Justo para motivar a otras a unirse a la campaña.</li> </ul>
RESULTADOS	Los resultados que se buscaban era desarrollar buenas relaciones con las organizaciones claves y la ciudadanía, entre ellos los medios de comunicación locales y autoridades locales (tanto el personal político como

	técnico).
<b>LECCIONES PARA APRENDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuando comienza la campaña es importante contar con la participación de las organizaciones de la sociedad civil.</li> <li>- Cuando se busque la participación de los grupos de interés hay que asegurarse de que son positivos respecto a lo que implica el Comercio Justo, no sólo en conseguir los criterios del programa.</li> <li>- Cumplir con los criterios del programa puede ser un importante hito pero solamente si se continua con el compromiso de incrementar la sensibilización y la concienciación sobre el Comercio Justo.</li> <li>- La campaña de Ciudades por el Comercio Justo es una herramienta para incrementar el apoyo al Comercio Justo y el impacto en los grupos productores.</li> <li>- El grupo de trabajo tiene que estar formado y motivado en Comercio Justo, en especial cuando se trate de motivar a empresas para que opten por productos de Comercio Justo.</li> <li>- Organizar un evento potente en torno al Comercio Justo, con la visita de un grupo productor, puede ser muy potente a nivel de diseminar el impacto del Comercio Justo y también para motivar al grupo de trabajo.</li> <li>- Ser razonable con las expectativas en cuanto a las empresas que van a adquirir productos de Comercio Justo, y sobre todo darles las opciones e información necesaria para que puedan ir incorporando la compra responsable en su gestión de adquisición de bienes y servicios.</li> <li>- Diseñar planes alcanzables y asignar diferentes responsabilidades dentro del grupo de trabajo.</li> <li>- Explotar oportunidades para fomentar la concienciación – medios de comunicación locales, ferias de artesanía, caterins, etc La página web y materiales de difusión son muy útiles tanto para el grupo de trabajo como para las actividades que se diseñen.</li> <li>- El trabajo con otras ciudades puede ser muy motivante para intercambiar experiencias.</li> </ul>