



Lic. Juan Silva
Consultor Proyecto de Desarrollo de la
Producción Orgánica - PRODAO

El comercio internacional y la propuesta del comercio justo

Se define como “*Comercio Justo*” a un conjunto de prácticas socioeconómicas destinadas a favorecer a los pequeños productores con dificultades para acceder a los mercados. Se busca así establecer entre productores y consumidores vínculos basados en la equidad, la asociación, la confianza y el interés compartido, con el objetivo de obtener mejores y más justas condiciones para los productos.

Como representa una alternativa al comercio internacional convencional y demuestra que es posible evolucionar hacia prácticas y reglas del comercio internacional más justas y equitativas, cuenta con el apoyo de una parte de los consumidores.

Son varios los términos (**Justo, Equitativo, Alternativo, Solidario**) que se aplican al Comercio Justo, pero todos apuntan a transmitir que se trata de crear, efectivamente, condiciones para lograr igualdad de oportunidades, apoyar mediante mecanismos novedosos el desarrollo económico, y expandir el cuidado del medio ambiente.

Diálogo, transparencia y respeto

En la actualidad un complejo entramado de asociaciones de productores, importadores y consumidores, contribuyen al desarrollo sostenible procurando consolidar mejores condiciones comerciales, y asegurando los derechos de productores y trabajadores especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo colaboran con los productores y los consumidores mediante campañas de sensibilización y desarrollan acciones dirigidas a incidir en los organismos internacionales para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

Así, el concepto de comercio justo se aplica generalmente a las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores a fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial y generen modelos de desarrollo que respeten las leyes laborales y las condiciones ambientales.

Estas prácticas alternativas son promovidas por organizaciones no gubernamentales (las Naciones Unidas, por ejemplo), y por gobiernos locales y nacionales tanto en el hemisferio Norte como en el Sur. Se suman a ese accionar movimientos sociales como el pacifismo y el ecologismo.

Actualmente el Comercio Justo ha superado las expectativas de quienes lo iniciaron en la década de 1960. Cada vez son más los productores de países en desarrollo que pueden acceder a los mercados del norte estableciendo relaciones comerciales en las que se reducen al máximo la intermediación y en las que no sólo entran en juego criterios económicos sino también consideraciones sociales y ambientales.

Criterios básicos

Los criterios y condiciones en los que se basan las prácticas de las organizaciones participantes del Comercio Justo son:

- ❑ Crear una relación directa entre productores y consumidores. Se trata de limitar al mínimo el número de intermediarios y de evitar de esta forma a los especuladores.
- ❑ Pagar un precio “justo” para permitir a los productores y a sus familias vivir dignamente. Este precio debe cubrir no solamente el costo de la materia prima, de los medios de producción y del tiempo empleado, sino también los costos sociales y ambientales, debiendo permitir a los productores efectuar inversiones destinadas al desarrollo de la comunidad. Este monto siempre será superior al del mercado tradicional (de 10 a 60% mayor, según los productos y las centrales de importación).
- ❑ Respetar las condiciones de trabajo establecidas por las normas internacionales. No al trabajo forzado, no al trabajo realizado por niños, respeto al derecho de asociación, y condiciones de trabajo que no afecten a la salud de los trabajadores, etc.
- ❑ Conceder un financiamiento parcial antes de la cosecha si los productores lo demandan. Esto permite evitar que los productores asuman los altos costos ligados a los materiales de producción y cosecha, y sean víctimas de tasas exageradas locales.
- ❑ Establecer relaciones y contratos a largo plazo. Esto permite obtener un impacto real en la evolución de las condiciones de vida de los productores y dan una mayor seguridad a la sociedad. La confianza en el futuro es imprescindible para que los productores puedan encaminar proyectos sociales y ambientales a largo plazo.
- ❑ Velar porque la producción se realice en base a un respeto por el medio ambiente, condición necesaria para el desarrollo sustentable.
- ❑ Muchas organizaciones de Comercio Justo han

establecido también criterios de progreso para el desarrollo sustentable de los grupos de productores y de asalariados. Se trata de fijar criterios para el reparto colectivo de las ganancias suplementarias y las primas (montos variables transferidos a las organizaciones de productores como consecuencia de las utilidades de las organizaciones del Norte). Las organizaciones de CJ, exigen que los grupos de productores se organicen democráticamente para decidir los proyectos (sociales, educativos, ecológicos) que quieren desarrollar con esos fondos.

A estos criterios de base se suma una serie de criterios específicos. Como a cada producto le corresponden condiciones de producción y de comercialización diferentes, esto resulta indispensable. Para el café, por ejemplo, sector donde dominan los pequeños productores independientes, los criterios en juego serán diferentes de aquellos ligados a la producción de bananas, una agricultura de plantación que muy a menudo involucra a trabajadores asalariados.

Las agencias de certificación efectúan un control con los socios, mientras que las centrales de compras y los locales de venta alternativos se comprometen a trabajar en el marco de condiciones definidas, y colocan toda la información a disposición de sus clientes o consumidores.

Bajo estos criterios a partir de 1969 surgieron las denominadas tiendas solidarias. Posteriormente se instituyeron organizaciones certificadoras, y en 1988 se creó el sello de Comercio Justo “Max Havelaar” en Holanda, que se replicó luego en casi toda Europa, y después en EEUU, Canadá y Japón. En 1977 se unieron todas las marcas y sellos de Comercio Justo en la *Fair Trade Labelling Organization* (FLO) para adjudicarse un sello internacional.

Las organizaciones internacionales

Existen cuatro organizaciones principales de CJ:

❑ **IFAT** – la Federación Internacional para un Comercio Alternativo (*International Federation for Alternative Trade*), creada en 1989, que agrupa a organizaciones de productores de los países en desarrollo y organizaciones de apoyo al CJ en los países del Norte. La Federación apoya los esfuerzos de sus miembros para extender el mercado del CJ.

❑ **EFTA** – la Federación Europea del CJ (*European Fair Trade Association*) agrupa desde 1990 a 12 centrales de compras importadoras de CJ pertenecientes a 9 países europeos. Facilita el intercambio de información y la comunicación en red entre sus miembros, y lleva a cabo campañas de información y de presión frente a la Unión Europea.

❑ **NEWS** - La Red de Tiendas del Mundo Europeas (*Network of European World Shops*) es desde 1994 una red de asociaciones nacionales de tiendas del mundo, que representa actualmente a más de 3000 tiendas en 13 países. Su papel en relación con sus miembros es similar al de la EFTA para las centrales de compra.

❑ **FLO** – Organización Internacional de Certificación del Comercio Justo (*Fairtrade Labelling Organization International*). Fundada en 1997, es una red de 17 iniciativas nacionales de certificación, proveniente de 14 países europeos, de América del Norte y de Japón. FLO coordina el trabajo de organizaciones de certificación, y vigila, entre otros puntos, la armonización y monitoreo de los criterios. En 2001 representantes de los productores empezaron a figurar en su Consejo de Administración.



Estas cuatro organizaciones coordinan su actividad en el seno de la mesa redonda FINE. Los desafíos actuales en términos de integración de los actores están centrados más bien en la colaboración con las organizaciones del Sur, que intentan así desarrollar sus propias redes nacionales e incluso continentales, o con actores que operan en sectores que podrían considerarse complementarios, como por ejemplo la agricultura orgánica, el turismo responsable o la finanza ética.

Para superar asimetrías

En las últimas décadas, el movimiento del CJ ha conocido un desarrollo sostenido en Europa y América del Norte, al que siguieron incipientes, pero firmes, iniciativas en América Latina.

La facturación mundial de productos de comercio justo con certificación FAIRTRADE alcanzó en 2007 los 2,4 billones de euros, lo que representó un crecimiento de 47% respecto del año anterior.

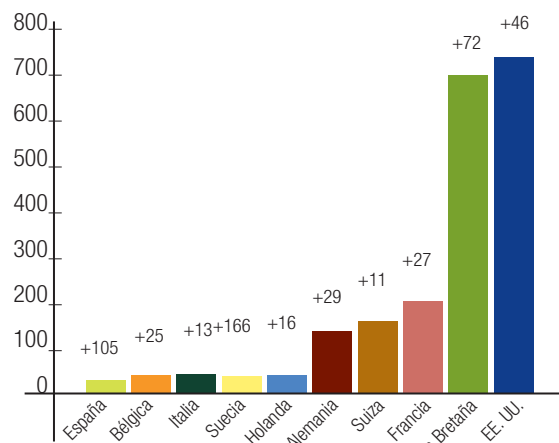
El interés por estos productos es cada vez mayor en España, donde -pese a que su demanda mantiene un gran retraso respecto a los países del norte europeo-, el consumo ha protagonizado un crecimiento vertiginoso. El Sello FAIRTRADE Comercio Justo se creó allí en 2005, representando ese año un monto de 0,03 millones de euros, en el siguiente 1,9 millones, y en 2007 3,9 millones.

En el Sur, grupos de productores tomaron la iniciativa de crear alianzas y coaliciones internacionales. En América Latina, se han constituido redes internacionales de productores, tales como la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC), creada en 1991 sobre la base de una red nacional de Ecuador. Desde 1990, la Coalición Rural agrupa a organizaciones de pequeños productores y trabajadores agrícolas de los Estados-Unidos y México, y pronto Canadá. Cabe destacar la labor de Comercio Justo México, que no solo ha conformado el primer sello de Comercio Justo, sino que también constituyó la primera certificadora de América Latina: CertiMex.

En el contexto nacional, desde la década pasada la producción de miel ha crecido significativamente, hasta situar a la Argentina en el segundo lugar como exportador mundial. Parte de esta exportación, cuya base productiva está vinculada, en gran medida, a pequeños productores, comenzó a ser realizada por la Cooperativa Norte Grande, que además de haberse constituido, ha promovido y conformado un "cluster" de emprendimientos que prestan distintos servicios. Obtuvo la certificación FLO, al igual que la Cooperativa Coopsol de Santiago del Estero, que también aglutina a pequeños productores de miel. Además, cuentan con sello FLO vinos de San Juan y de Mendoza.

La seguridad alimentaria es la base del desarrollo sustentable y uno de los objetivos principales del Comercio Justo, por lo que es esencial seguir incentivando la producción en términos compatibles con la cultura y alimentación de las poblaciones, y ayudar a la implementación de soluciones para la comercialización de estos productos no sólo con

Ventas per capita en algunos países de referencia (2007)



Fuente: Datos extraídos de <http://www.saboretico.com/es>

los países denominados desarrollados, sino también en el ámbito nacional y regional.

Para superar asimetrías y desencadenar verdaderos procesos sociales de desarrollo el CJ deberá situarse en un contexto más amplio que el de las relaciones comerciales Norte - Sur. Autores provenientes de los más variados campos disciplinares, confirman a través de diversos estudios realizados en las últimas décadas, que para los países en desarrollo las políticas destinadas a tales fines deben ser integrales, incluyendo los aspectos culturales, medioambientales, políticos y económicos. Así, para que el Comercio Justo alcance sus objetivos y cobre sentido, tiene que superar el estricto plano de las relaciones comerciales Norte - Sur, y situarse también en el campo de la acción local, particularmente importante a la hora de fortalecer la solidaridad entre consumidores urbanos y productores rurales, y a la vez ser promovido en el ámbito regional consolidando un comercio justo Sur-Sur,

Páginas Web Internacionales

Cooperativa Chico Mendes: <http://www.chicomendes.it/> -
 Cooperativa Mandacarú: <http://www.mandacaru.it/> -
 CTM-Altromercato: <http://www.altromercato.it/> - EFTA (European Fair Trade Association): <http://www.eftafairtrade.org/>
 FLO (Fairtrade Labelling Organizations International): <http://www.fairtrade.net/>
 FLO en Castellano: <http://www.fairtrade.net/home.html?&L=1> -
 IDEAS: <http://www.ideas.coop/html> - IFAT (International Fair Trade Association): <http://www.ifat.org/> - NEWS!: <http://www.worldshops.org/index.html> - RELACC: <http://www.relacc.org/> -
 Comercio Justo México: <http://www.comerciojusto.com.mx/>