



El comercio justo

► Texto: Fernando Contreras

El sistema actual de comercio internacional acentúa las diferencias entre los países ricos y pobres y, en consecuencia, aumenta el número de personas condenadas a vivir en la pobreza. Esta situación puede cambiarse a través del comercio justo, del que conoceremos qué es y cómo se establece. En España, estamos aún muy lejos de la preocupación que tienen nuestros vecinos europeos de consumir respetando al ambiente y a las personas que están detrás. Es cuestión de tiempo y de una importante labor de sensibilización que varias ONGs van haciendo desde hace ya más de diez años

El comercio justo es una propuesta alternativa al comercio internacional convencional. Se basa en garantizar a los productores del Sur una compensación justa por su trabajo, asegurándoles un medio de vida digno. Es también una herramienta de cooperación para erradicar la pobreza en los países en desarrollo ayudando a las poblaciones empobrecidas a salir de su dependencia y explotación.

Qué pretende el comercio justo

El primer objetivo es mejorar el nivel de vida y el bienestar de los productores, facilitando su acceso al mercado, fortaleciendo las organizaciones de productores, pagando un mejor precio y ofreciendo continuidad en las relaciones comerciales. También promover el desarrollo de oportunidades para los productores más desaventajados, especialmente mujeres e indígenas, y proteger a los niños y las niñas de la explotación laboral.

Otros objetivos son sensibilizar a los consumidores de los efectos negativos que las actuales condiciones del comercio internacional tienen sobre los productores del

Sur, y concretar así una cultura de la solidaridad; proteger los derechos humanos –promocionando la justicia social, el respeto ambiental y la seguridad económica– y establecer una colaboración comercial a través del diálogo, la transparencia y el respeto, realizando campañas que promuevan cambios en las prácticas del comercio internacional convencional.

Apuesta por el cultivo ecológico

Para alcanzar estos objetivos las Organizaciones de Comercio Justo trabajan con las cooperativas de países de África, América y Asia, en proyectos que faciliten su acceso al mercado (tanto local como internacional) y fortaleciendo las capacidades de estas organizaciones.

Una de las apuestas fuertes del comercio justo es convertir a ecológico muchas de las pequeñas plantaciones cafetaleras, bananeras, de té, etc. con una certificación por los organismos competentes. Con esto se persigue facilitar el acceso de las producciones de estos campesinos a mercados mejor remunerados –lo que incrementa el valor añadido de las producciones de estos productores–;

sensibilizarles hacia la importancia del respeto ambiental y preservación de la rica biodiversidad de la que disponen y concienciarles del riesgo que supone para su salud seguir empleando pesticidas y fertilizantes.

De hecho de forma natural en muchas pequeñas plantaciones ya se cultivaba de manera tradicional basándose en técnicas ancestrales, empleando los insumos disponibles en su entorno, bien distintos de los productos químicos artificiales.

Además, como hay una tendencia en los puntos de venta a ponerlos a disposición de compradores sensibles a las consecuencias ambientales y sociales de su consumo –los "consumidores responsables"– más de la mitad de los productos ofrecidos en comercio justo están ya certificados como ecológicos por organizaciones autorizadas en Europa.

Criterios del comercio justo

El comercio justo se establece sobre unas bases de igualdad y transparencia en las relaciones de trabajo, que permiten mejorar las condiciones de vida de los productores en los países del Sur y garantizar a los consumidores del Norte que los productos que compran han sido elaborados en condiciones de dignidad y perdurables en el aspecto económico, ambiental y social.

Los productos se adquieren directamente a los campesinos y a los artesanos, con una retribución adecuada a sus esfuerzos. Los precios se fijan de acuerdo con los productores, que por su parte se comprometen a funcionar y tomar decisiones de manera democrática, a no permitir el trabajo esclavizante de niños y niñas y fomentar la participación igualitaria de las mujeres en la toma de decisiones, partiendo siempre del principio de que por el mismo trabajo, mujeres y hombres reciben el mismo salario.

Por su parte, las organizaciones de comercio justo del Norte se comprometen a evitar en lo posible los intermediarios y los especuladores, y a pagar un precio justo que



permita a los productores cubrir sus necesidades vitales y los costes de producción y que deje un margen para la inversión. También se comprometen a pagar por adelantado parte del precio de la producción –para evitar endeudamientos– y establecer relaciones laborales y comerciales a largo plazo, promoviendo así el desarrollo de proyectos de futuro.

Los importadores ofrecen soporte técnico a la producción y distribución del producto, como información y asesoramiento sobre las tendencias y las modas europeas, las normas de seguridad e higiene de los productos, o la presentación final, para facilitar el acceso del productor a los mercados internacionales. De ser necesario, también se les brinda ayuda para el desarrollo de nuevos productos, se les ofrece financiación a través de créditos y formación técnica y administrativa. El objetivo final es dar a los productores del Sur una oportunidad para valerse por sí mismos.

Al mismo tiempo, las organizaciones de comercio justo llevan a cabo campañas de sensibilización e incidencia política, encaminadas a cambiar las actuales estructuras injustas del comercio internacional. También se trabaja con el objetivo de fomentar la educación de la sociedad occidental en el consumo responsable y en la toma de conciencia de





la cultura, la identidad y las condiciones de vida de los productores.

Incidencia política ante los foros internacionales

Desde finales de los años 80, en Europa la toma de decisiones en materia de comercio internacional se está trasladando de los gobiernos nacionales a los órganos políticos europeos, por eso las actividades de presión política de estas organizaciones se centran en el Parlamento y la Comisión Europea. En 1993, el pleno del Parlamento Europeo aprobó por unanimidad una resolución sobre la promoción de la justicia y la solidaridad en el comercio Norte-Sur. En la resolución el Parlamento expresó su apoyo al comercio justo, al mismo tiempo que hacía una demanda a la Comunidad Europea para tener en cuenta, en el ámbito legislativo y presupuestario, la necesidad de promoverlo.

En enero de 1994, gracias a las campañas de concienciación política de la EFTA, el Parlamento Europeo se comprometió a promover acuerdos justos en el ámbito de las materias primas y a suprimir las restricciones comerciales que afectan a los pequeños productores del Sur.

En abril de 1995, el Consejo Económico y Social de la Unión Europea elaboró un documento de opinión favorable al comercio justo. En este documento se considera especialmente interesante para las empresas y los consumidores la creación de un estilo de mercado que permita desarrollar los valores añadidos de los productos. El texto también promueve el reconocimiento

del etiquetado de garantía social y apoya la consideración del comercio justo dentro de las políticas de cooperación. Hoy la Unión Europea tiene una línea especial de subvenciones para la sensibilización sobre el comercio justo.

El sello de comercio justo

Las organizaciones de comercio justo no sólo influyen en la toma de decisiones políticas, sino que también trabajan en la elaboración de un modelo concreto de comercio justo que las empresas tradicionales puedan adoptar. Los criterios de este modelo han quedado definidos en el sello de comercio justo FLO.

La organización FLO nació en 1997 a raíz de la necesidad –identificada por las

organizaciones que administran los sellos de comercio justo de distintos países, las Organizaciones de Comercio Alternativo y otras entidades de Comercio Justo– de sistematizar el programa de certificación y sello de garantía, mejorar el control de flujo de productos certificados y así ampliar la distribución de dichos productos.

FLO agrupa a las organizaciones que administran los sellos de comercio justo de distintos países del Norte. Contempla un conjunto de actividades y de servicios fundamentales que han de permitir el éxito y el crecimiento del Comercio Justo. Por ejemplo el Sistema de Certificación establece las condiciones mínimas; verifica que las cooperativas cumplen con las normas establecidas y que los beneficios económicos se utilizan para el bien de

Los esfuerzos de las Organizaciones de Comercio Justo por comercializar productos del sur son sólo una parte de la lucha por cambiar las injustas estructuras del comercio internacional

los miembros de las cooperativas; ofrece asesoría sobre temas específicos para mejorar la situación empresarial, social y ambiental de las cooperativas y facilita relaciones comerciales directas con los actores del norte capaces de ofrecer créditos y contratos a largo plazo.

El Sello de Comercio Justo ofrece al consumidor una imagen reconocible que le da unas garantías y permite que los importadores y los distribuidores convencionales puedan ofrecer productos de Comercio Justo con el Sello de garantía.

FLO está implantado en 22 países y en España la Coordinadora de Comercio Justo acaba de promover la fundación de la Iniciativa Nacional española para comenzar a desarrollar sus actividades junto a otras organizaciones españolas que ya prestan su apoyo como Cruz Roja Española, Cáritas Española, CECU, Fundación Ecológica y Desarrollo, etc.



El comercio justo en España

La expansión territorial y organizativa y el impacto social del comercio justo en España han sido espectaculares. El volumen de ventas en 1990 se acercaba a los 13 millones de pesetas. Según datos de la EFTA, en 1994 se situaba cerca de los 200 millones. 520 millones de pesetas, en 1996; 700 millones en 1997, y más de 10 millones de euros en la actualidad. INTERMÓN OXFAM es una de las organizaciones con mayor facturación en comercio justo, con un total de ventas en el 2004 de 6 millones de euros.

Hay que destacar la expansión territorial y organizativa de las también llamadas Organizaciones de Comercio Alternativo y Solidario (OCAS), que en su conjunto disponen actualmente de más de 70 puntos de venta permanentes. Además, se pueden adquirir productos de comercio justo a través de internet; en las redes de voluntarios vendedores; a través del correo tradicional, el suministro a instituciones y en otras tiendas del mercado tradicional, como tiendas de comercio ecológico. En España los pro-



ductos de comercio justo más habituales son el café, los chocolates y derivados del cacao, la artesanía decorativa y del hogar, textiles, objetos de librería, joyería, instrumentos musicales y juegos.

El movimiento de comercio justo en el mundo

En la década de los 60, los países pobres reunidos en la Conferencia que realizó en Ginebra la UNCTAD (siglas en inglés de Comisión de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas) ya hicieron oír su voz reclamando un sistema comercial más justo. Denunciaron en la conferencia que el proteccionismo de los países ricos y su control sobre los precios de las materias primas (en muchos casos más del 70% de las exportaciones de los países del Sur), impedía que los beneficios del comercio les permitieran salir de la pobreza.

Se observaba ya entonces que los países desarrollados optaban por una política de concesión de créditos, que en vez de al desarrollo de estos países llevaba a un aumento de su dependencia económica y de su endeudamiento. Pero una minoría de europeos que buscaban diferentes maneras de paliar la pobreza del Sur se hizo eco de estas reclamaciones y así nació el movimiento de comercio justo, llamado también comercio alternativo.

La primera tienda de comercio justo se abrió en 1969 en Holanda. A partir de ahí, el movimiento se extendió rápidamente por los Países Bajos, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. En 1990, después de 10 años de cooperación informal, nació la European Fair Trade Association (EFTA o Asociación Europea de Comercio Justo), de la que INTERMÓN OXFAM es miembro desde 1995.

Actualmente, EFTA es una federación de 12 organizaciones de comercio justo de 9 países europeos que representan alrededor del 60% de las importaciones de comercio justo de Europa. También funcionan otras dos grandes organizaciones internacionales de comercio justo: la IFAT

(Federación Internacional de Comercio Alternativo), que reúne a 148 organizaciones de comercio justo de África, Asia, Australia, Sudamérica, Norteamérica y Europa, y NEWS, coordinadora de tiendas de comercio justo europeas, de la cual forma parte la Coordinadora Estatal de Organizaciones de Comercio Justo que agrupa a 31 organizaciones españolas.

En Europa el comercio justo moviliza a más de 100.000 voluntarios y un millar de profesionales. Existen unas 3.000 tiendas solidarias, y los productos de comercio justo pueden encontrarse en más de 70.000 establecimientos. Esto ha posibilitado el trabajo de más de 500.000 campesinos y trabajadores del Sur.





A pesar de esta evolución positiva y realmente significativa, España se encuentra todavía en un proceso de definición teórica y de consolidación, y el volumen de ventas está aún muy lejos de las cifras de otros países vecinos.

Las OCAS no se limitan a la distribución y comercialización de los productos. La mayoría tienen como actividades principales las que realizan en pro de la educación y sensibilización de la población y en el terreno de la movilización ciudadana y presión política.

Cada año grupos de voluntarios de toda España llevan a cabo actividades de difusión y venta de comercio justo (ferias, exposiciones...). La fiesta anual "Un Día para la Esperanza", congrega cada primavera a más de 200.000 personas en más de cuarenta ciudades, y el comercio justo ocupa siempre un lugar destacado.

Algunos logros de las OCAS en la movilización y presión política

Uno de los frutos es que los parlamentos del País Vasco, Navarra, Cataluña, Madrid, Valencia, Aragón, Murcia y Baleares han aprobado declaraciones a favor del comercio justo en las que se solicita a las administraciones correspondientes la incorporación del comercio justo en las políticas de cooperación al desarrollo, así como un apoyo económico específico para dichas organizaciones, y un respaldo y difusión de las actividades llevadas a cabo.

En diciembre de 1996, se consiguió que la Comisión de Cooperación y Ayuda al Desarrollo del Congreso de Diputados aprobara una Proposición No de Ley sobre

comercio justo. El documento recoge algunas de las propuestas efectuadas por el Parlamento Europeo en su resolución de 1994 sobre un comercio justo y solidario entre el Norte y el Sur. De esta manera se instaba al Gobierno a incluir el comercio justo y solidario en el marco de su política de cooperación al desarrollo y a presentar un programa para su respaldo que incluyera medidas jurídicas, financieras y organizativas.

El actual Plan Director de Cooperación que se encuentra en trámite por la Secretaría de Estado de Cooperación incorpora el comercio justo como una herramienta de cooperación y de educación al desarrollo. Todavía está en trámite, pero tenemos muchas esperanzas de que sea por fin un instrumento aprobado por las ONGs y al servicio de la erradicación de la pobreza.

Así mismo, algunas de las organizaciones que forman parte de federaciones europeas, como EFTA y NEWS, han participado en campañas internacionales, como la que intentó evitar que la Unión Europea autorizara la sustitución de hasta un 5% de la manteca de cacao por otras grasas vegetales en la fabricación del chocolate. Esta medida, aprobada finalmente en marzo de 2000, perjudica a más de dos millones de familias africanas que viven de la exportación del cacao y que pueden ver sustancialmente reducida la demanda de materia prima.

Aunque en algunos países se ha optado por realizar campañas concretas de boicot contra firmas comerciales para mermar sus ventas, en España hasta ahora la aproximación al ámbito empresarial ha sido mediante acciones positivas orientadas a sensibilizarles y comprometerles con el desarrollo de las regiones en las que operan. El objetivo es que adopten códigos de conducta que sean una garantía para el consumidor y un valor añadido a sus productos en el mercado. ■

Sobre el autor

Responsable Área de Alimentación y Distribución
Dpto. Comercio Justo - Fair Trade Dpt. www.intermonoxfam.org

