

El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos

Brisa Ceccon R.

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México
Copl-t-arXives
2008

CopIt-arXives
Ciudad de México Madrid
Boston Cuernavaca Viçosa

Copyright© 2008 por Brisa Ceccon R.

Publicado 2008 por CopIt-arXives

Todos los derechos de propiedad de esta publicación pertenece al autor quien, no obstante, concede su autorización al lector para copiar, imprimir y distribuir su trabajo libremente, en partes o completo, con la única condición que (i) el nombre del autor y y el título original del trabajo sea citado en todo momento, (ii) que el texto no sea modificado o mezclado y (iii) el uso final de este contenido no debe ser comercial, el incumplimiento de estas condiciones será una violación a la ley.

Imagen de portada: Campesinos de Ecuador comerciando quinoa
cortesía de wikimedia.org

Producido electrónicamente usando software libre y en cumplimiento con un espíritu Open Acces para publicaciones académicas.

*A mis padres con cariño.
A la UNAM y a la educación pública, con agradecimiento.*

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
1. EL COMERCIO INTERNACIONAL Y EL INTERCAMBIO DESIGUAL ENTRE EL NORTE Y EL SUR.....	10
1.1. El Proceso de Globalización	10
1.2. El Comercio Internacional: la teoría y la práctica	16
1.2.1. La teoría del comercio internacional.....	16
1.2.2. Más allá de la teoría	18
1.3. El sistema capitalista mundial y el intercambio desigual	29
1.3.1. El intercambio internacional en el sistema capitalista mundial y su desarrollo	30
1.3.2. La teoría clásica del comercio internacional desde la perspectiva del intercambio desigual	35
1.3.3. El intercambio desigual.....	38
1.3.4. La importancia de los precios en la teoría del intercambio desigual	41
1.4. Las relaciones Norte-Sur.....	43
1.4.1. El diálogo Norte-Sur	47
1.5. América Latina en la arena del comercio internacional.....	50
1.5.1. De la colonia al modelo de sustitución de importaciones.....	50
1.5.2. De la década perdida a la economía global.....	54
2. EL MOVIMIENTO DEL COMERCIO JUSTO	59
2.1. ¿Qué es el Comercio Justo?.....	59
2.1.2 Principales productos	66
2.2. Orígenes del Comercio Justo	68
2.2.1 Primera parte: los inicios en el comercio alternativo:.....	68
2.2.2. Segunda parte: La segunda generación del Comercio Justo. Del afianzamiento de las organizaciones al nacimiento de los sellos de calidad.....	70
2.3. Los actores del Comercio Justo	71

2.3.1. Los productores.....	71
2.3.2. Las organizaciones de Comercio Justo: el importante papel de las importadoras	74
2.3.3. Las tiendas de Comercio Justo.....	76
2.3.4. El consumidor y el consumo consciente y responsable	78
2.3.5. Principales organizaciones internacionales <i>sombrilla</i> de Comercio Justo: International Federation for Alternative Trade (IFAT), Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), European Fairtrade Association (EFTA), Network of European Worldshops (NEWS) y FINE	80
2.4. El esquema del Comercio Justo	90
2.4.1. El precio justo, la prefinanciación y las relaciones a largo plazo	95
2.4.2. Los sellos de Comercio Justo y la certificación.....	99
2.5. Algunos logros	103
2.6. Dilemas y retos	105
2.6.1. ¿Depender sólo del Comercio Justo?.....	107
2.6.2. ¿Expandir el mercado del Comercio Justo significa dejar de hacer Comercio Justo?.....	107
2.6.3. Los productores y la certificación: una relación difícil	110
2.6.4. La Diversificación de los productos y el problema de la transformación.....	112
2.6.5. El estancamiento del crecimiento	113
3. AMÉRICA LATINA Y EL COMERCIO JUSTO	115
3.1. La participación de América Latina en el movimiento del Comercio Justo internacional.....	116
3.1.1. El café	120
3.1.2. Las artesanías	124
3.2. Coordinación del movimiento del Comercio Justo en América Latina.....	126
3.2.2. Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)	131
3.2.3. IFAT-América Latina	133

3.3. El impacto del Comercio Justo en las comunidades y organizaciones de pequeños productores latinoamericanas.....	137
3.3.1 Algunos problemas encontrados	146
3.4. Los retos del Comercio Justo en América Latina	152
3.5. ¿Puede el Comercio Justo ser una alternativa para los pequeños productores en América Latina?.....	153
CONCLUSIONES	159
BIBLIOGRAFÍA	167
ANEXO 1: Código de Práctica de IFAT	175
ANEXO 2: Declaración de Cochabamba	179

INTRODUCCIÓN

*“Son cosas chiquitas.
No acaban con la pobreza, no nos sacan del subdesarrollo,
no socializan los medios de producción y de cambio,
no expropián las cuevas de Alí Babá.
Pero quizá desencadenen la alegría de hacer, y la traduzcan en actos.
Y al fin y al cabo, actuar sobre la realidad y cambiarla aunque sea un poquito,
es la única manera de probar que la realidad es transformable”*
(Eduardo Galeano, Bajo el Mismo Techo)

La *globalización*, concepto empleado para describir el proceso de transformación y articulación que vive el mundo a nivel económico, político, social y cultural, no es un hecho reciente: desde sus orígenes, el capitalismo se ha caracterizado por la gradual expansión e integración de los mercados, tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, en los últimos veinticinco años, dicho proceso global, muchas veces contradictorio, se ha acelerado e intensificado, generando diversos cambios en el sistema internacional que ahora lo hacen más complejo; de hecho, parte de esa complejidad tiene que ver con la conformación de bloques regionales y de diversos polos de poder en la arena mundial (EUA, Europa, etc.) que hacen relativa la integración alcanzada en los circuitos de la globalización. En dicho contexto, las relaciones internacionales han estado enmarcadas por un orden político y económico neoliberal y de dominación, en donde las decisiones políticas están fuertemente influenciadas por lo económico y donde la brecha de desigualdad entre los países del Norte y los del Sur y los niveles de pobreza se han incrementado significativamente.

Ahora bien, las relaciones económicas internacionales actuales, las cuales toman como uno de los principales referentes teóricos a la *Teoría neoclásica del Comercio*

*Internacional*¹, se basa en la idea de que todas las naciones son interdependientes económicamente y que la política económica que más las beneficia es el *libre comercio*. Dicha concepción y visión teórica del mundo es promovida por instituciones comerciales y financieras internacionales como un medio para generar más comercio, más riquezas y, por lo tanto, más prosperidad económica y social para los países. Para que funcione y sea eficiente, dicha teoría se basa en el principio de la *ventaja comparativa*, según la cual los países prosperarán mientras se especialicen en lo que pueden producir mejor para posteriormente intercambiarlo con lo que produzcan los demás países bajo la misma lógica.

Sin embargo, en la práctica de la economía mundial, el comercio internacional no ha sido del todo libre: por un lado, los países del Norte y las instituciones financieras internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, imponen el libre comercio en los países del Sur, mientras que esos mismos países llevan a cabo políticas proteccionistas, impulsan subsidios y cierran sus fronteras (a través de una serie de barreras arancelarias y no arancelarias) a muchos productos, sobre todo del sector agrícola, que son producidos en el Sur. Por el otro, la *ventaja comparativa* de muchos países de América Latina, del sur de Asia y de África, ha sido la mano de obra explotada y no calificada, las materias primas con precios inferiores a su valor y una historia de dominación-explotación y saqueo de las riquezas que durante siglos han minado, entre otros factores, la capacidad propia de desarrollo de dichos países.

Así, la actual economía mundial, basada en el libre comercio, la integración global del mercado y las políticas económicas neoliberales, por un lado ha dinamizado e integrado el comercio mundial y, por el otro, se ha debatido en una contradictoria situación de liberalización y proteccionismo, propiciando que el intercambio y la especialización internacional siga siendo desigual, injusto y de exclusión, y que la brecha y la dependencia estructural entre el Norte y el Sur sean cada vez mayor.

¹ Derivada de la Teoría Clásica de Ricardo basada en los “costos comparativos” y de las cuales se hablará más ampliamente en el primer capítulo de este trabajo.

En ese contexto general, los campesinos y pequeños productores pertenecientes al sector agrícola de América Latina han sido de los más afectados por el sistema económico internacional y por las políticas neoliberales, sobre todo después de la profunda y recesiva crisis del sistema capitalista de los años setenta, de su reestructuración en los años ochenta y de las actuales políticas proteccionistas y de subsidios llevadas a cabo por los países del Norte. En consecuencia, miles de campesinos han estado abandonando sus tierras por los altos costos que representa cultivarlas, por la abrupta caída de los precios de muchas de las materias primas (como fue el caso del café) y porque no pueden competir en un mercado donde el *dumping*² es llevado a cabo sistemáticamente por los países del Norte. Además de sufrir la exclusión en la participación de la estructura de la economía mundial, asimismo, los productores se enfrentan a la intermediación excesiva y abusiva, conocida también como “coyotaje”, a los precios distorsionados por la especulación financiera en las bolsas internacionales, a los créditos insuficientes debido a las reglas bancarias y a la falta de políticas públicas, a la carencia de infraestructura en las zonas marginadas donde viven los productores, y a los altos precios de traslado que incrementan enormemente los costos de producción y comercialización, poniéndolos en una evidente situación de desventaja y desigualdad.

Ante ese panorama y como una respuesta a dichas contradicciones y desigualdades, nace en la década de los ochenta, el movimiento del Comercio Justo, como un modelo comercial y de cooperación alternativo que, además de analizar críticamente el sistema económico internacional imperante, impulsa la creación de redes de comercialización entre el Norte y el Sur que sean más equitativas y que garanticen a los productores del Sur un pago justo y seguro por su trabajo. Así, a través de la adquisición directa de una serie de productos a los campesinos y artesanos del Sur (entre los cuales se destaca el café), de la eliminación de los intermediarios y de los procesos de especulación, y en algunos casos, de la certificación, el Comercio Justo, en una acción

² El dumping es “la exportación de una mercancía por debajo de su costo, o al menos la venta de la mercancía a precio inferior en el exterior respecto al del mercado doméstico”. Ver Dominik Salvatore. *Economía internacional*. Traduc. Andrés Lozano Hirschfeld, Ed. Prentice Hall, México, 6ª ed., 1999, p. 264.

coordinada entre productores, organizaciones y consumidores, plantea una posibilidad real de que miles de productores y sus comunidades participen más equitativamente en el comercio internacional, y que ello les traiga mejoras en su capacidad productiva y de desarrollo. Por lo tanto, “resulta alentador encontrarse actualmente con propuestas comerciales que integren elementos de categorías como desarrollo y equidad junto a los de competitividad, posicionamiento y rentabilidad, por mencionar sólo algunos de los fundamentos de las acciones comerciales de nuestra época”³.

Por su reciente creación, el Comercio Justo ha sido poco analizado por la disciplina de las Relaciones Internacionales, que, al estudiar la realidad internacional a través de sus variables económicas, políticas, jurídicas y sociales, puede brindarnos las herramientas adecuadas para investigar y estudiar este importante movimiento que busca, a través de la cooperación y la solidaridad entre el Norte y el Sur, brindar un alternativa viable de desarrollo.

En este sentido, la presente investigación es un estudio de este movimiento, desde el sur y a nivel regional, partiendo de la siguiente hipótesis: América Latina tiene una importante participación en movimiento del Comercio Justo, el cual ha representado una alternativa viable de desarrollo para miles de pequeños productores, que no contaban con soluciones para enfrentar a la crisis permanente en el sector agrícola del subcontinente, y que ahora, además, empiezan a coordinarse a nivel regional, junto con otras organizaciones de Comercio Justo y Alternativo.

Para ello, la presente investigación se divide en tres capítulos. En el primero, con la intención de exponer las principales razones que hacen que el comercio internacional sea injusto y desigual y cómo esto afecta a los pequeños productores latinoamericanos, se estudian diversos aspectos que caracterizan a la economía mundial : el proceso de globalización y el capitalismo mundial que componen el contexto de las relaciones

³ Gastón K. Viscarra, “El Comercio Justo: Una alternativa para la agroindustria rural de América Latina”. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – Oficina regional para América Latina y el Caribe, Santiago, Chile, 2002, p. 5.

económicas internacionales, las bases de la *Teoría neoclásica del Comercio Internacional* y sus contradicciones con la práctica; se analiza críticamente, desde la *Teoría marxista del Intercambio Desigual* el funcionamiento del sistema capitalista mundial y la brecha entre el Norte desarrollado y el Sur subdesarrollado; el porqué se habla de Norte y Sur, cómo se relacionan y cual ha sido el diálogo llevado a cabo entre ellos; y finalmente se hace una breve revisión histórica del papel que ha jugado América Latina en la arena del comercio internacional, desde la colonia hasta nuestros días.

En el segundo capítulo, previo a la exposición de la participación de América Latina en el Comercio Justo, se hace un esbozo del movimiento a nivel global, sus orígenes, su estructura y esquemas de operación, los principales actores que en él participan, y finalmente cuáles han sido sus logros y sus principales dilemas y retos como movimiento.

Por último, en el tercer capítulo, una vez expuesto en que consiste el movimiento del Comercio Justo, se estudia y expone la participación de América Latina en el movimiento del Comercio Justo a partir de los productos y organizaciones de productores que forman parte de las redes de comercialización y certificación del Comercio Justo a nivel internacional; se describe su naciente coordinación a nivel regional; se analiza el impacto que la participación en el movimiento del Comercio Justo ha tenido sobre las organizaciones de productores y sus comunidades; se enuncian los retos que el movimiento enfrenta en la región; y por último, se hace un breve análisis del Comercio Justo como alternativa para los pequeños productores de América Latina.

El enfoque teórico metodológico utilizado en esta investigación se basa en la *Teoría Marxista del Intercambio Desigual*, la cual, desde el enfoque del *materialismo histórico*⁴, realiza una crítica a la *Teoría del Comercio Internacional* que rige a las

⁴ También conocida como *Teoría Marxista de la Historia*, fue el marco teórico utilizado por Marx como hilo conductor en el estudio científico del modo de producción capitalista. Es, así, un cuerpo de conceptos abstractos que sirven como instrumentos para analizar, de manera científica, las diversas formaciones sociales. Algunos de dichos conceptos son: “Fuerzas productivas, relaciones sociales de producción,

relaciones económicas en el sistema capitalista mundial. Para ello, se han consultado algunas obras escritas por Samir Amin (El Cairo-Egipto, 1931-) y Arghiri Emmanuel (Patras-Grecia, 1911-2001), quienes han estudiado las relaciones económicas de explotación-dominación entre los países desarrollados y los subdesarrollados. De acuerdo con ellos, el capitalismo y la globalización son polarizantes por sí mismos ya que reproducen las estructuras que dan pie al intercambio desigual, generando una creciente y profunda brecha entre el Norte y el Sur (o *centro* y *periferia*).

En suma, las causas de la desigualdad mundial son complejas y contradictorias, que van desde hechos históricos como el colonialismo, hasta las estructuras de control y funcionamiento actual de la economía capitalista global, las reglas del comercio internacional y las políticas económicas. Sin embargo, hoy sabemos que existen alternativas viables y solidarias de cooperación y comercialización entre el Norte y el Sur y que el movimiento del Comercio Justo ha constituido en los últimos veinticinco años, una posibilidad real de desarrollo y de vida digna para miles de pequeños productores y sus comunidades, quienes no tenían otra alternativa que la migración, la explotación y la marginación. De ahí la importancia de estudiar este tema y de analizarlo como una posible salida para mitigar el intercambio desigual y las injustas condiciones en las que se lleva a cabo el comercio internacional en las actuales relaciones internacionales de dominación.

infraestructura, superestructura, estructura ideológica, estructura jurídico-política, modo de producción, formación social, determinación en última instancia por la economía, autonomía relativa de los otros niveles, clases sociales y lucha de clases relacionadas a las relaciones sociales de producción, transición y revolución, etc. [...] Aunque este cuerpo de conceptos nunca fue desarrollado en forma sistemática por Marx, fue, sin embargo, utilizado por él en el estudio del modo de producción capitalista permitiéndole pasar de una simple descripción del sistema a una comprensión profunda de sus leyes, de su dinámica y de sus perspectivas futuras”. Ver Marta Harnecker y Lapidus y Ostrovitianov. *El capital: conceptos fundamentales. Manual de economía política*. Ed. Siglo XXI, trad. Marta Harnecker, Madrid, 1974, pp. 27-29.

1. EL COMERCIO INTERNACIONAL Y EL INTERCAMBIO DESIGUAL ENTRE EL NORTE Y EL SUR

“El alza del precio del pan puede equilibrar la oferta y la demanda de pan, pero no resuelve el hambre de la gente”. Julio Boltvinik

1.1. El Proceso de Globalización

Buscar una definición que abarque todos los aspectos y opiniones respecto a la *globalización* resulta una tarea difícil: para algunos representa una gran oportunidad, para otros un gran reto o incluso una amenaza. Aún así, no cabe duda que, como afirma Octavio Ianni, “el mundo se ha mundializado” y que la comunidad mundial, con ayuda de la comunicación y la electrónica, conforma hoy una “aldea global”⁵. Sin embargo, más que un proceso homogenizador, la globalización ha sido compleja y contradictoria, expresándose en los distintos grados de integración y fragmentación, nacionalismo y regionalismo, crecimiento y pobreza que existen en y entre los países.

Para describir a la globalización, principalmente desde el punto de vista de la primacía de lo económico, Ianni y otros autores como Fernand Braudel e Immanuel Wallerstein también emplean los términos “fábrica global”, “economías-mundo” o “sistemas mundo”, los cuales describen una transformación cualitativa y cuantitativa del modo capitalista de producción que va más allá de todas las fronteras. Así, “toda economía nacional, sea cual sea, se vuelve provincia de la economía global”⁶ y los procesos productivos se vinculan en una red basada en el principio de maximización de acumulación del capital. Por lo tanto, el mundo está compuesto por varias economías-

⁵ Octavio Ianni. *Teorías de la Globalización*. Ed. Siglo XXI, México, 1999, pp. 3-5.

⁶ *Ibidem*, p. 6.

mundo regionales en el marco de una economía-mundo capitalista global⁷. Sin embargo, lo importante es destacar que, sea “sistema-mundo” o “economía mundo”, la globalización, en toda su complejidad, no es solo económica, sino también política, social y cultural y trasciende todo lo que es local, nacional y regional.

A pesar de que su naturaleza e impacto han variado a lo largo de la historia, la globalización no es un proceso nuevo ya que, desde sus orígenes, el capitalismo ha estado asociado a la gradual integración de los mercados nacionales e internacionales⁸. Sin embargo, en los últimos 25 años dicho proceso se ha incrementado y acelerado de tal manera que ha introducido cambios significativos en el sistema internacional que constituyeron el marco del desarrollo capitalista desde la segunda posguerra⁹.

Asimismo, el que en los últimos años las relaciones internacionales se hayan desarrollado bajo el marco de una rápida integración mundial de la comunidad internacional y de una creciente y profunda interdependencia entre los países, no obstante, ha traído como consecuencia el deterioro de la capacidad de autodeterminación de las naciones¹⁰, además de que no ha distribuido equitativamente los beneficios y la riqueza de dicha integración. Así, mientras ésta se ha incrementado, también lo ha hecho la desigualdad, por lo que se han ido beneficiando solamente a unos pocos mientras que la mayor parte de la humanidad queda cada día más atrapada en la pobreza y la desigualdad.

De igual manera, el proceso de globalización ha contribuido a la conformación de un nuevo orden político global en donde organismos financieros internacionales, como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, han inducido en las políticas

⁷ *Ibidem*, pp. 6-21.

⁸ Roberto Bouzas, “Agenda de gobierno y desafíos en América Latina”, en Labastida Martín del Campo, Julio y Camou, Antonio (coord.). *Globalización, identidad y democracia. México y América Latina*. Ed. Siglo XXI-UNAM, México, 2001, p. 286.

⁹ Rolando Cordera Campos. “Globalidad sin equidad: Notas sobre la experiencia latinoamericana”, en *ibid*, p. 300.

¹⁰ Julio Labastida Martín del Campo. “Introducción”, en *ibid*, p. 12.

económicas de los gobiernos nacionales y han influido la política interna de los países, principalmente en aquellos a los cuales prestan recursos monetarios.

Los cambios también son perceptibles en organizaciones internacionales multilaterales como la ONU, principalmente después de la caída de la URSS. Ahora existe una tendencia de regulación global de la política internacional a través de diversos sistemas y mecanismos, que sin embargo no han eliminado las asimetrías en las relaciones de poder que hacen que predominen los intereses y las perspectivas de las principales potencias occidentales.

En el plano cultural, encontramos que existe una fuerte tendencia de homogenización cultural que se basa en los modelos culturales de sociedades occidentales desarrolladas y que utilizan a los medios masivos de comunicación y la informática como vías para su expansión. Es por ello que han surgido, paralelamente a la pretendida globalización cultural, movimientos nacionalistas, fundamentalistas y en defensa de culturas y etnias, que se han visto agredidos por dicho proceso y que quieren rescatar y afirmar su identidad.

Específicamente como un fenómeno de mercado, la globalización se caracteriza por la expansión de la actividad económica, a través del movimiento creciente de bienes, servicios y factores de producción, más allá de las fronteras nacionales. Esto es posible gracias a la disminución de la *distancia económica* generada por el progreso técnico y su capacidad para reducir los costos del movimiento de bienes, servicio, dinero e información, los cuales a su vez van reduciendo la importancia de la geografía y de las barreras políticas¹¹. Así, la producción en el comercio mundial se encuentra internacionalmente organizada por la estrategia global de las corporaciones transnacionales que buscan formas de integración productiva, en las que los elementos que componen el producto final son ensamblados a lo largo de cadenas que se extienden sobre diversos nichos económicos y donde se buscan factores de producción lo menos

¹¹ Roberto Bouzas. *Op. cit.*, p. 286.

costosos posibles, ya sea mediante la búsqueda de la mano de obra más barata o mediante una estrategia de abastecimiento global¹².

Esta capacidad de las empresas para fragmentar geográficamente los procesos productivos (principalmente en manufacturas) ha aumentado las inversiones internacionales y el comercio. Sin embargo, el proceso no ha sido homogéneo: mientras que la movilidad y la integración es elevada en ciertos mercados, por ejemplo, el financiero, en otros ámbitos, como la libre movilidad de personas y de ciertos productos, los rasgos nacionales todavía son dominantes, sea por el argumento de la seguridad, del proteccionismo o por falta de competitividad.

Respecto el sector agro-alimentario, en el cual más participa el movimiento del Comercio Justo¹³, la globalización económica ha roto la relación entre los alimentos y un territorio determinado y ha generado un proceso de industrialización y terciarización encabezado por las transnacionales de dicho sector¹⁴. Esto ha agudizado la competencia entre sus actores económicos, haciendo que a los campesinos les sea cada vez más difícil participar en el comercio de productos agro-alimentarios. Así, las cadenas agroalimentarias mundiales, manejadas por grandes empresas transnacionales, tienden a la “homogeneización de la producción y la integración vertical, el desarrollo y la imposición de tecnologías agrícolas uniformes mediante la producción bajo contrato, la

¹² Marie-Christine Renard. *Los intersticios de la globalización: Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos *et. al.*, México, 1999, p. 61.

¹³ El movimiento del Comercio Justo es un modelo comercial y de cooperación alternativo que impulsa la creación de redes de comercialización entre el Norte y el Sur más equitativas y que garantizan a los productores del Sur una compensación justa y segura por su trabajo, a través de la adquisición directa de una serie de productos a los campesinos y artesanos, de la eliminación de los intermediarios y de los procesos de especulación, y en algunos casos, de la certificación.

¹⁴ Entre las transnacionales del sector agroalimentario las que más se destacan son Nestlé, Unilever, Philip Morris, Kraft, Coca-Cola, Kellogs, Pepsi, Mars, BSN (Danone), por mencionar algunas. Ver Marie-Christine Renard. *Op. cit.*, pp. 56-68.

innovación constante en las fases industriales y agroindustriales, la uniformización de las pautas de consumo, y los cambios institucionales y organizacionales”¹⁵.

Por otro lado, quienes ven a globalización como un fenómeno omnicompreensivo tienen “una fe generalizada en que el mercado escoge adecuadamente entre agentes y coloca los incentivos apropiados para un buen desempeño. Esta deficiente comprensión sobre el funcionamiento de los mercados –en particular los financieros, de tecnología, educación y trabajo– explica parte del sesgo regresivo y desestabilizador de algunas de las políticas desarrolladas durante las reformas estructurales¹⁶”, llevadas a cabo sobre todo en América Latina en los últimos 15 años. Además, queda claro, especialmente en los mercados financieros, cómo las heterogeneidades existentes tanto en el desarrollo económico como en la capacidad de inversión de los países, no han favorecido al desarrollo y a la equidad entre los mismos. Es más, no se ha visto que existan mercados privados que resuelvan por sí solos los problemas de la reproducción de la pobreza y la desigualdad. De ahí la responsabilidad del estado y de los organismos internacionales de incentivar la educación, la capacitación laboral y el acceso a nuevas tecnologías, que son canales eficaces para superar dichos problemas.

Cabe resaltar que la globalización no es un proceso impulsado solamente por el mercado, sino también por las políticas que promueven la integración de los mismos, acelerando así dicho proceso. Como consecuencia de esto y del proceso de globalización en sí, hemos vivido diversas tensiones en el orden político, económico y social producidos también por otras variables como son: el “déficit democrático”, resultado de la transferencia de poder de los estados a los mercados; por la vulnerabilidad de las economías nacionales, debido a su creciente integración al mercado mundial; y por la asimetría con que la globalización impacta a distintos grupos sociales en términos culturales y de empleo.

¹⁵ Diego E. Piñeiro. *En Busca de la Identidad. La Acción Colectiva en los Conflictos Agrarios de América Latina*, CLACSO, Buenos Aires, 2004, p. 44.

¹⁶ Roberto Bouzas. *Op. cit.*, p. 294.

En contrapartida a los aspectos negativos de la globalización, ésta también plantea la oportunidad de mejorar las condiciones de acceso a los mercados que antes estaban más fragmentados o cerrados (como el de información y tecnología, capital de cartera y de bienes). Sin embargo, debemos nuevamente recordar que las condiciones para aprovechar dichas oportunidades no están homogéneamente distribuidas como lo demuestran las diferencias en la capacidad de las distintas economías nacionales para participar, en sus diversos niveles, en las redes internacionales de comercialización y producción¹⁷.

Así, algunos ven a la globalización como un reto o incluso como una amenaza, otros como una gran oportunidad. Más que frenarla o negarla, situación prácticamente imposible, debemos entenderla para utilizarla a favor de quienes ahora se ven perjudicados o excluidos de ella, construyendo alternativas que permitan dar respuestas constructivas a los desafíos y efectos no deseados de este polémico proceso en que vivimos. Sin embargo, la incertidumbre que provoca la evolución del escenario económico internacional, sobre todo a los actores que tienen muy limitada capacidad de influir sobre el ambiente externo, también coloca una responsabilidad muy importante en el diseño e implementación de políticas nacionales e internacionales que reduzcan la desigualdad que ha venido generando la globalización misma. Las iniciativas deberán hacer la diferencia entre una estrategia de adaptación pasiva y otra creativa, que responda a los rápidos y constantes retos que plantea dicho proceso.

¹⁷ *Ibid.*, p. 290.

1.2. El Comercio Internacional: la teoría y la práctica

1.2.1. La teoría neoclásica del comercio internacional

La *teoría neoclásica del comercio internacional* parte del supuesto de que todos los países son interdependientes económicamente¹⁸ y que la mejor política económica para el mundo es el *libre mercado*, de tal manera que “cada nación se especializará en la producción de la mercancía que puede producir con mayor eficacia y, mediante el intercambio, cada nación ganará (estará en posibilidad de consumir más bienes y servicios de lo que sería posible en ausencia de comercio)”¹⁹. Así, tomando como base dicha teoría, promovida por instituciones comerciales y financieras internacionales, el comercio internacional ha aumentado en los últimos años, teniendo incluso un crecimiento más rápido que la producción mundial misma²⁰.

Los adeptos al *libre mercado (o libre comercio)*²¹, política con la cual el estado no debe intervenir en el comercio entre los países mediante aranceles, contingentes u otros instrumentos que obstruyan la libre circulación de bienes y servicios, afirman que existe una relación directa entre crecimiento económico y libertad económica. Muchas veces se relacionan los términos *libre mercado* y *neoliberalismo* ya que éste último se

¹⁸ Para medir la interdependencia entre las naciones debemos obtener la razón de sus importaciones y exportaciones de bienes y servicios respecto a su producto interno bruto (PIB), que representa, a su vez, el valor total de todos los bienes y servicios producidos en una nación. Ver Dominik Salvatore. *Economía internacional*. Traduc. Andrés Lozano Hirschfeld, Ed. Prentice Hall, México, 6ª ed., 1999, p. 4.

¹⁹ Dominik Salvatore. *Op. cit.*, p. 9.

²⁰ *Ibid.*, pp. 7, 9.

²¹ Algunos de los autores más destacados que promovieron el liberalismo económico y las políticas neoliberales a partir de los años 40 fueron los dos premios Nobel Friedrich Hayek y Milton Friedman, pertenecientes a las escuelas Austriacas y de Chicago respectivamente. Ambos autores vincularon la ideología liberal con la lucha contra el comunismo y cualquier movimiento de izquierda que promoviera la intervención del Estado o que frenara el desarrollo de la sociedad de mercado capitalista.

utiliza para describir las políticas de desregulación y privatización y la institucionalización del liberalismo económico en los organismos internacionales y en comercio mundial en general.

En el marco del libre mercado, el *comercio internacional* se define como el sistema mediante el cual los países importan y exportan bienes y servicios. Ahora bien, si éste se realiza sin restricciones, sus resultados serán benéficos para todos los participantes. Según la OMC, “los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico [y que] todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos —humanos, industriales, naturales y financieros— que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan”²².

Los promotores del libre comercio ven en él una vía para que los países alcancen la prosperidad, aduciendo que “el comercio fomenta la especialización, y la especialización aumenta la productividad. A largo plazo, el aumento del comercio y de la productividad mejora el nivel de vida de todos los países”²³. Fomentan también la idea de que un aumento de las oportunidades comerciales resulta benéfico para los países por las diferencias entre las condiciones de producción (sobre todo en los costos), los gustos de los distintos países y los costes decrecientes de la producción en gran escala²⁴.

Uno de los principales principios que rige el libre comercio es el de la *ventaja comparativa* o *Ley de costos comparativos*²⁵. De acuerdo con éste, “cada país se beneficia si se especializa en la producción y exportación de los bienes que puede

²² Sitio oficial de la Organización Mundial del Comercio (OMC), disponible en www.wto.org, consultado el 15 de marzo de 2007.

²³ Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus. *Economía*. Traduc. Esther Tabasco y Luis Toharía, Ed. McGraw-Hill, Madrid, 17ª ed., p. 259.

²⁴ *Ibid.*, p. 260.

²⁵ El primer economista que defendió la especialización internacional y sus beneficios para los países fue el inglés David Ricardo, en 1817, con la *ley de la ventaja comparativa*.

producir con un coste relativamente bajo e importando los bienes que produce con un coste relativamente elevado”²⁶. Dicho de otra manera, el principio de la ventaja comparativa significa que los países prosperan aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor y, después, intercambiando esos productos por los que otros países producen mejor.

Así, el libre comercio es una condición esencial para que el comercio internacional opere adecuadamente y para que los países puedan concentrarse en las áreas en las que tienen una ventaja comparativa y beneficiar a todos los países en conjunto, de tal manera que “las políticas comerciales liberales —que permiten la circulación sin restricciones de bienes y servicios— intensifican la competencia, fomentan la innovación y producen éxito. Multiplican los beneficios que reporta el producir los mejores productos con el mejor diseño y al mejor precio”²⁷. Por lo tanto, el principio de la *ventaja comparativa* y el *libre comercio*, de acuerdo con los economistas neoclásicos y neoliberales, constituyen la base inquebrantable del comercio internacional en la teoría económica.

1.2.2. Más allá de la teoría

A pesar de la constante defensa del libre comercio, de los beneficios que teóricamente plantea y de la existencia de instituciones que lo promueven, en las últimas décadas el régimen internacional del comercio no ha sido libre ni ha mejorado el nivel de vida de todos los habitantes del mundo. Por el contrario, el proceso de globalización económica se ha debatido en una contradictoria situación de liberalización y proteccionismo y ha aumentado la brecha de desigualdad entre los países del Norte y del Sur, sin que todos se puedan beneficiar de dicho proceso. Así, por un lado, las reformas

²⁶ *Op. cit.*, p. 261.

²⁷ Sitio oficial de la OMC. *Op. cit.*

estructurales²⁸, los programas de ajuste, las reformas de mercado y la liberalización financiera y comercial han caracterizado el contexto económico e institucional en el que viven los países del Sur, teniendo un gran impacto en el sector agrícola y afectando a individuos, grupos y comunidades enteras. Por el otro, los países del Norte siguen impulsando a su interior subsidios y siguen manteniendo cerradas sus fronteras al “libre comercio” de ciertos productos, principalmente de aquéllos en los que tienen una supuesta “ventaja comparativa”. Citando a Anwar Shaik, “El principio [de la ventaja comparativa] no dice absolutamente nada sobre lo que realmente pasa en el comercio internacional. De hecho, parecería irrelevante para el proceso real. Las exportaciones y las importaciones, después de todo, son llevadas por los capitalistas para obtener ganancias, no para provecho de ‘la nación’”²⁹.

Las políticas económicas neoliberales y los problemas más recientes de lento crecimiento económico tienen sus raíces más inmediatas en los años setenta, cuando la economía mundial sufrió una grave crisis, ocasionando el rompimiento de los acuerdos de Breton Woods³⁰ y la reestructuración del capitalismo mundial. En especial para América Latina, representó el periodo de agotamiento del *modelo de sustitución de importaciones*, del cual hablaremos más adelante, y el incremento de la deuda externa³¹. Como consecuencia, la década de los ochenta se caracterizó por las profundas

²⁸ Caracterizadas por la disminución de la participación del estado en las actividades económicas, la eliminación de las fronteras para bienes y servicios, la privatización, la reducción de los subsidios, la eliminación de las barreras no arancelarias, reorientación de la economía hacia la exportación y la promoción de la inversión extranjera.

²⁹ Anwar Shaik. *Valor, acumulación y capital*. Ed. RyR, Buenos Aires, 2006, pp. 190-191.

³⁰ Los Acuerdos de Bretton Woods son las resoluciones de la *Conferencia Monetaria y Financiera de las Naciones Unidas*, realizada en el complejo hotelero de Bretton Woods, Nueva Hampshire, entre el 1 y el 22 de julio de 1944, donde se decidió la creación del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional y la sustitución del patrón oro por el uso del dólar como moneda internacional. Ver Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus. *Op. cit.*, p. 541.

³¹ A raíz del alza abrupta de las tasas de interés, de los grandes empréstitos concedidos a los países de tercer mundo por la banca privada, y la imposibilidad de cubrir su amortización, la situación se convirtió en una amenaza de quiebre para el sistema internacional, por lo que el Fondo Monetario Internacional fungió como “prestamista de última instancia” a cambio de la firma de convenios y de cartas de intención.

transformaciones en la economía mundial impulsadas por el libre comercio, la liberalización de la economía y las políticas promovidas por el Consenso de Washington³², donde el crecimiento económico (cuyos beneficios serían filtrados hacia los que “menos tienen”) era considerado por los economistas neoliberales como un prerrequisito para el desarrollo y para alcanzar la reducción de la pobreza.

Así, en los últimos veinte años, no obstante el lento crecimiento de la economía, el comercio mundial ha aumentado sobre todo los productos manufacturados y los flujos de capital, las exportaciones triplicaron el crecimiento del PIB de 1985 a 2000 y el comercio internacional se expandió a tasas que se acercan al 6 por ciento promedio anual entre 1990 y 2003³³ (Ver cuadro 1). Esto ha sido posible gracias a los sistemas internacionales de producción integrada, a la reducción de los costos de transporte de bienes e información derivados de la revolución tecnológica y la creciente liberalización comercial en la industria manufacturera y en los servicios, los cuales, en conjunto, han ampliado los mercados a dimensiones globales³⁴.

³² Originalmente formulado por John Williamson en un documento redactado en 1989 denominado "What Washington Means by Policy Reform", consiste en lo que el denomina "una lista de diez políticas que yo pensaba eran más o menos aceptadas por todo el mundo en Washington y lo titulé el *Consenso de Washington*". Así, dicho Consenso es un listado de políticas económicas creada a finales de los años ochenta en Washington DC, consideradas por los organismos financieros internacionales y centros económicos como el mejor programa económico que los países debían aplicar para impulsar el crecimiento. Las principales medidas económicas recomendadas, sobre todo para América Latina fueron: Disciplina fiscal, reordenamiento de las prioridades del gasto público, reforma impositiva, liberalización de las tasas de interés, una tasa de cambio competitiva, liberalización del comercio internacional, liberalización de la entrada de inversiones extranjeras directa, privatización, desregulación, y derechos de propiedad. Ver J. E. Stiglitz. *El Consenso Post-Consenso de Washington*. Disponible en http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/Stiglitz_PWCC_SPA.pdf, consultado el 31 de octubre de 2007.

³³ Maria Teresa Aguirre. “América Latina en la economía mundial. Una mirada a mediano plazo”, en Norma de los Ríos Méndez e Irene Sánchez Ramos (Coord.). *América Latina: historia, realidades y desafíos*. FFyL-UNAM et. al, México, 2006, p. 240.

³⁴ *Ibidem*.

Cuadro 1: Tasas de Crecimiento ($\Delta\%$) del comercio y de la producción 1985-1998

Regiones	Componentes	1985-1990	1990-1998
Mundo	PIB	3.3	2.3
	Exportaciones (volumen)	6.4	6.7
	Exportaciones (valor)	12.1	6.3
	Importaciones (volumen)	7.1	7.0
	Importaciones (valor)	12.0	6.3
América Latina			
América Latina	PIB	1.9	3.4
	Exportaciones (volumen)	5.1	9.3
	Exportaciones (valor)	5.8	9.8
	Importaciones (volumen)	6.4	14.3
	Importaciones (valor)	9.7	14.3

Fuente: CEPAL. *Crecimiento, empleo y equidad*, FCE-CEPAL, Chile, 2000, p. 38.

Sin embargo, lo anterior presenta también una serie de otras características que reflejan las contradicciones y fallas de la economía y del comercio internacional:

- La mayor parte del comercio internacional se da entre países desarrollados. Salvo algunos rubros en los que se destacan países como Chile, Brasil o India, los países en vías de desarrollo representan sólo el 30 por ciento del comercio de mercancías, mucho menos en servicios y flujos de capital³⁵.
- En los últimos veinte años los términos de comercio entre el Norte y el Sur se han deteriorado, por lo que la mayor fuente de desarrollo en los países del tercer mundo recae en el sector informal³⁶.
- La participación de las empresas multinacionales (casi todas del Norte) en el comercio mundial sigue creciendo, representando casi un tercio del comercio de mercancías y servicios³⁷.

³⁵ René De Schutter. “¿Qué está en juego en el comercio mundial”, en Jean-Marie Krier (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003*. EFTA, Bélgica, 2001, pp. 16-17.

³⁶ *Ibidem.*, pp. 16-17.

- Por otro lado, teniendo en cuenta que uno de los principales objetivos del libre comercio es, además de hacer más eficiente el comercio internacional, incrementar el bienestar social, la pobreza ha aumentado a nivel mundial: el 54 por ciento de la población mundial, 3300 millones de personas, viven con menos de dos dólares diarios, límite para definir la pobreza según el Banco Mundial, de las cuales 1.200 millones de personas (20 por ciento) sobreviven con menos de un dólar por día definido como umbral de indigencia. Estos datos son preocupantes, sobre todo si tomamos en cuenta que uno de los temas principal del Foro Económico Mundial de Davos, es la brecha entre ricos y pobres³⁸.

Así, más que un medio para alcanzar la prosperidad, para una mayor convergencia en los niveles de los ingresos, para equilibrar los precios o para beneficiar todos los países como afirma la teoría, el libre comercio y las políticas económicas neoliberales han sido promotoras del aumento de la brecha entre en Norte y el Sur y del incremento de los niveles de pobreza y de desigualdad³⁹.

Los promotores y defensores del libre comercio, como son el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, afirman que podría ser una poderosa herramienta de desarrollo, de reducción de la pobreza y de crecimiento económico. Sin embargo, los resultados del Consenso de Washington no se han hecho ver todavía y crece el reconocimiento de que, independientemente del crecimiento del PIB, la reducción de la pobreza está ligada a una distribución más equitativa del ingreso y de acceso a recursos, ingresos, educación y empleo.

³⁷ *Ibidem.*, pp. 16-17

³⁸ CIDUTAL. “Aumenta la pobreza a nivel mundial”. 14 de marzo de 2001. Disponible en <http://www.analitica.com/va/internacionales/document/6124265.asp>, consultado el 10 de marzo de 2007.

³⁹ Por ejemplo, de acuerdo con datos del Informe sobre el Desarrollo Mundial 2006 del Banco Mundial, el nivel promedio de ingreso real de los países más ricos supera en cincuenta veces el de las naciones más pobres. Aunque tampoco debemos olvidar las desigualdades al interior mismo de los países.

Sumado a lo anterior, encontramos una profunda contradicción en el sistema económico mundial que surge del hecho de que casi todos los países que recomiendan la apertura de los mercados imponen restricciones comerciales, justificándose en razones de bienestar nacional y seguridad. Dicha situación ha llevado al fracaso de diversas reuniones ministeriales de la Organización Mundial de Comercio, sobre todo la celebrada en Cancún en el 2003, donde temas como la agricultura y la apertura comercial han tenido muy poco avance⁴⁰. En palabras de Joseph Stiglitz: “Algunos de los países desarrollados que se han mostrado como los más ardientes defensores de la liberalización comercial han sido en cierto modo hipócritas en su postura. Han negociado la reducción de aranceles y la eliminación de subvenciones para productos en los que ellos tienen una ventaja comparativa, pero son más reticentes a abrir sus propios mercados y a eliminar sus propias subvenciones en otras áreas en las que los países en desarrollo tienen la ventaja. Como resultado ahora tenemos un régimen de comercio internacional que, en muchos aspectos, deja en desventaja a los países en desarrollo”⁴¹.

Así, mientras que los países del Sur se han visto obligados, a través de las condiciones de préstamos de las instituciones financieras internacionales (como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial), de las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC)⁴² y de los acuerdos multilaterales, a abrir cada vez más sus economías, los países del Norte protegen sus fronteras, subsidian la agricultura promoviendo la producción masiva y practican el dumping.

El dumping es “la exportación de una mercancía por debajo de su costo, o al menos la venta de la mercancía a precio inferior en el exterior respecto al del mercado doméstico”⁴³. Existen tres tipos diferentes de dumping:

⁴⁰ Joseph E. Stiglitz. *Comercio Justo para Todos*. Ed. Taurus, México 2007, p. 27-40.

⁴¹ Joseph Stiglitz. *Op. cit*, p. 39.

⁴² En 1995, cuando fueron establecidos la Organización Mundial del Comercio y el respectivo Acuerdo en Agricultura, se esperaba que se redujeran los subsidios y el proteccionismo del Norte para que los países del Sur pudieran expandir sus exportaciones y obtener los beneficios de estas.

⁴³ Dominick Salvatore. *Op. cit*, p. 264.

1. Dumping persistente (también conocido como discriminación internacional de precios) : “es la tendencia continua de un monopolista doméstico por maximizar los beneficios totales mediante la venta de mercancía a precio mayor en el mercado doméstico (aislado por los costos de transporte y las barreras arancelarias) que en el exterior (donde tiene que enfrentarse a la competencia de productores extranjeros).”
2. Dumping depredador: “es la venta temporal de una mercancía a un costo más bajo o a un precio inferior externo con el fin de arruinar a los productores extranjeros, después de lo cual se elevan los precios para sacar ventaja del poder monopolístico recién adquirido afuera”.
3. Dumping esporádico: “es la venta ocasional de una mercancía por debajo de su costo o a un precio más bajo en el exterior que domésticamente con el propósito de descargar excedentes imprevistos y temporales de la mercancía sin necesidad de reducir los precios domésticos”⁴⁴.

Sin embargo, la OMC⁴⁵, quién debería evitar que se llevaran a cabo los subsidios y el dumping, no ha cumplido con su papel; por el contrario, permite que países como Estados Unidos o como la Unión Europea subsidien a sus grandes productores agrícolas, promoviendo la sobreproducción de las cosechas, que son lanzadas al mercado con precios que descienden a un tercio del precio real de producción.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 264.

⁴⁵ La OMC es el lugar donde acuden los países miembros para arreglar las controversias comerciales que tienen entre si. Es además, una Organización para liberalizar el comercio y un foro para que los gobiernos negocien acuerdos comerciales. Los principios que rigen la OMC son: 1) Nación más favorecida: igual trato para todos los países miembros de la OMC; 2) Trato nacional: igual trato para mercancías nacionales y extranjeras; 3) Comercio más libre a través de la reducción de obstáculos y de la realización de negociaciones, de manera gradual; 4) Previsibilidad mediante la negociación y la transparencia; 5) Fomento de la competencia libre, leal y sin restricciones; y 6) Promoción del desarrollo y de la reforma económica. Disponible en sitio oficial de la OMC, *op. cit.*

Curiosamente, contrario a lo que se piensa, los subsidios que dan tanto Estados Unidos como la Unión Europea no llegan a los pequeños productores para que puedan competir en el mercado internacional; quienes los reciben son los grandes productores de la agroindustria. Por ejemplo, en Estados Unidos el 8% de los principales productores recibe el 78% de todo el apoyo del gobierno, mientras que en la Unión Europea el 25% de las más importantes granjas productoras recibe el 70% de todo el apoyo⁴⁶.

Los subsidios, que a su vez conducen a la sobreproducción, afectan de tres diferentes maneras a los agricultores de los países del Sur: primero, bajan los precios mundiales y hacen que los pequeños productores reciban menos por sus cosechas; segundo, afectan al sector rural y a la seguridad alimenticia a través de la competencia desleal en los mercados locales, y tercero, los países del Sur pierden mercado ya que no pueden competir con los precios de los productos que han sufrido dumping⁴⁷. Así, las prácticas proteccionistas⁴⁸ y los subsidios agrícolas de los países del Norte forman parte de las causas de la actual baja productividad y la disminución de ingresos de los campesinos pertenecientes al sector agrícola en los países del Sur.

El proteccionismo de los países del Norte también ha impedido que los países del Sur aumenten la productividad a través del incremento del valor agregado de su producción (para una comparación internacional, ver cuadro 2). Por ejemplo, Estados

⁴⁶ Oxfam. "Oxfam Media Briefing File. Hong Kong WTO Ministerial". Diciembre de 2005.

⁴⁷ Oxfam. "Truth or consequences. Why the EU and the USA must reform their subsidies, or pay the price". Oxfam Briefing Paper 81, noviembre de 2005, p. 4. Disponible en http://www.oxfam.org.uk/what_we_do/issues/trade/bp81_truth.htm, consultado el 28 de febrero de 2007.

⁴⁸ Los países de América Latina aplican un promedio de 8.5% de tarifas a los productos no-agrícolas provenientes, en su mayoría, de los países industrializados, pero sus propios productos agrícolas son tasados en un 20.4% en los países industrializados. Ver, Roberto P. Guimarães. "Las perspectivas del comercio justo ante una globalización asimétrica y con crecientes desigualdades sociales", presentación preparada para la mesa redonda "Educación ambiental y sustentabilidad económica: Comercio Justo y consumo responsable" del IV Congreso Ibero-Americano de Educación Ambiental, Joinville, Brasil, del 5 al 8 de abril de 2006. Disponible en www.revistapolis.cl/13/guima.doc, consultado el 20 de febrero de 2007.

Unidos practica una tarifa aduanera en productos como el café, el cacao o el azúcar que pueden variar desde 8 a 80 veces más elevada cuando esos productos reciben algún tipo de elaboración o transformación. El cacao, específicamente, no recibe ninguna tarifa ni en Estados Unidos ni en la Unión Europea, cuando es importado en grano por dichos países; sin embargo, el chocolate recibe un imposición de entre 15% y 20%. Esta situación talvez explique por qué los países del Sur son los responsables de la producción de más de 90% del cacao a nivel mundial, pero solamente del 5% de la producción de chocolate⁴⁹.

⁴⁹ Roberto P. Guimarães. *Op. cit.*

Cuadro 2: Productividad agrícola (Valor Agregado por trabajador; dólares de 1995)

PAISES	Productividad Agrícola (Valor Agregado por trabajador; dólares de 1995)	
	1988-1990	1998-2000
a) Desarrollados		
Australia	24,281	33,765
Canadá	25,362	36,597
Dinamarca	29,551	54,090
Francia	30,641	53,785
Italia	13,916	24,827
Japón	25,293	30,086
b) África al sur del Sahara	386	362
c) América Latina y el Caribe	2,595	3,165
d) Asia Meridional	345	401

Fuente: Banco Mundial. *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2003*, p. 242.

A causa de lo anterior y de la variedad de barreras arancelarias y no arancelarias impuestas por los países del Norte, la agricultura mundial vive ahora una gran crisis. Miles de campesinos han estado abandonando sus tierras por los altos costos que representa cultivarlas y por la abrupta caída de los precios de muchas de las materias primas. Además, otro desafío al que ahora se enfrenta la humanidad es respecto a la calidad del crecimiento económico, mucho más que su cantidad. No podemos seguir un modelo en el que el 80% del producto interno bruto del mundo pertenece a las mil millones de personas que viven en el mundo desarrollado, mientras que el 20% restante es compartido por las cinco mil millones de personas que viven en los países en vías de desarrollo⁵⁰. El sólo crecimiento económico ha sido ineficaz para solucionar muchos de los problemas y desafíos, sobre todo los no económicos, a los que se enfrentan muchos países del Sur: la exclusión social, la discriminación en sus diversas formas, y el deterioro

⁵⁰ *Ibidem.*

ambiental son otros factores que también debemos tomar en cuenta cuando pensamos en desigualdad, inequidad y pobreza y los medios para combatirla.

En conclusión, de acuerdo con Kofi Buenor Hadjor, no hay nada de natural en el actual orden económico internacional, sino que “los actuales términos del comercio, el sistema financiero mundial, e incluso la más sagrada de las sagradas instituciones, el FMI, son todos creaciones de los seres humanos. Es una creación que beneficia a unos y beneficia a otros. Sin cambios fundamentales al orden económico internacional el Sur no puede tener realmente futuro, y, si el Sur no tiene futuro, a largo plazo el resto del mundo tampoco lo tendrá. La economía mundial actual tiende a reproducir desigualdad y beneficios sólo para aquellos que ya son poderosos. [Por ejemplo] con el precio de los productos en descenso, parecería ser que mientras más produzca el Tercer Mundo, menos recibirá a cambio. [...] Algunos culparían dicho descenso a la “mano invisible” del mercado. Pero ¿porqué es el Sur quien siempre tiende a ser penalizado por la mano invisible? Aparentemente, junto a la mano invisible encontramos el “muy visible” poder de las naciones que actualmente dirigen la economía mundial [...] Los términos del comercio no son un evento arbitrario, sino que representa muchos mecanismos a través de los cuales los recursos fluyen continuamente de una parte del mundo a la otra. Sólo porque los precios caen no significa que se ocuparán menos recursos y fuerza laboral para producir una tonelada de café o té”⁵¹.

⁵¹ Kofi Buenor Hadjor. “Issues in North-South Dialogue”, en Kofi Buenor Hadjor (Coord.). *New Perspectives in North-South Dialogue. Essays in honour of Olof Palme*. Ed. Tauris, Londres, 1988 p. 50.

1.3. El sistema capitalista mundial y el intercambio desigual

Entre las diversas teorías que analizan críticamente el libre comercio y la ley de las ventajas comparativas⁵², hemos decidido tomar como referencia para el marco teórico-metodológico del presente trabajo la *teoría del intercambio desigual* aplicada, desde el enfoque del *materialismo histórico*⁵³, por Samir Amin y A. Emmanuel, y realizar una crítica a la *teoría neoclásica del comercio internacional* que rige a las relaciones económicas en el sistema capitalista mundial.

Emmanuel, con su obra "*El intercambio desigual: estudio del imperialismo de comercio*", hace una crítica a la teoría de los costos comparativos y ataca lo que afirma que es su supuesto fundamental: la inmovilidad de capital entre diferentes países. Ya Samir Amin ve en las bases mismas de la globalización y del capitalismo los orígenes de las diferencias entre los países desarrollados y los subdesarrollados ya que considera que éste último es polarizante por naturaleza, por lo que el libre comercio, en vez de acabar con el desarrollo desigual, lo profundiza

Cabe señalar que Marx nunca acepta ni refuta directamente la ley de ventaja comparativa postulada por Ricardo ya que muere antes de poder extender el análisis de los tres tomos de *El Capital* al comercio internacional y al mercado mundial. Por lo tanto, lo que dichos autores hacen es extender la ley marxista de valor al intercambio internacional y asegurar que el capitalismo ha entrado en una etapa de monopolio⁵⁴. Así, Samir Amin afirma que ni la teoría de las ventajas comparativas, ni la teoría marxista abarcan todos los hechos y evoluciones de las relaciones internacionales y del comercio internacional.: "no existe teoría marxista constituida de las relaciones internacionales" como tal, sino "solo algunas indicaciones "al paso" en *El Capital*; un análisis fundamental

⁵² Entre dichas críticas podemos encontrar tanto las críticas ortodoxas hechas por Frank Graham, Leontief o por los Keynesianos, así como las críticas marxistas de los costos comparativos donde resalta Emmanuel. Para conocerlas más a profundidad consultar Anwar Shaik. *Op. cit.*, pp. 195-209.

⁵³ *Supra*. Introducción, p. 8.

⁵⁴ Anwar Shaik. *Op. Cit.*, pp. 198-201.

de esas relaciones en la época imperialista [...]; [y] elementos de una construcción, por hacerse todavía, sobre cuyos aspectos han trabajado algunos marxistas contemporáneos (especialmente A. Emmanuel y C. Palloix)”⁵⁵.

A lo largo de este apartado, además de realizar un análisis marxista del comercio internacional ayudándonos de la *teoría de intercambio desigual* planteada por Samir Amin y A. Emmanuel, realizaremos un breve panorama histórico de cómo éste ha sido llevado a cabo y como ha influido en el ensanchamiento de la brecha entre el Norte y el Sur.

1.3.1. El intercambio internacional en el sistema capitalista mundial y su desarrollo

El *intercambio internacional*, definido por Amin como “el intercambio de productos entre sociedades diferentes, es decir caracterizadas por formaciones sociales diferentes”⁵⁶, existe desde antes del capitalismo y es casi tan viejo como el mundo. Sin embargo, cuando el capitalismo se convirtió en sistema mundial, el intercambio internacional cambió de naturaleza y se habló por primera vez en la historia de especialización internacional⁵⁷.

El *sistema capitalista mundial*⁵⁸ ha pasado por diferentes etapas en las cuales se han dado de manera distinta las relaciones entre centro y periferia:

⁵⁵ Samir Amin. “El comercio Internacional y los flujos internacionales de capitales”, en René Villarreal (Coord.). *Economía Internacional. I. Teorías Clásica, neoclásicas y su evidencia histórica*. Ed. FCE, México, 1979, p. 70.

⁵⁶ *Ibid.*, p. 89.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 91

⁵⁸ Definido como “el conjunto de relaciones económicas entre las economías nacionales de los países capitalistas que asegura una situación dominante a un pequeño número de estados imperialistas. Dicho sistema acabó de formarse gracias a los progresos de la gran industria capitalista en muchos países, a los avances registrados en la división internacional del trabajo y en el mercado mundial, a la exportación de capitales y a la subordinación de los países atrasados a un pequeño grupo de estados imperialistas. La economía capitalista mundial no constituye, en esencia, una simple suma de unidades económicas

1. Construcción del capitalismo (caracterizada por el aspecto mercantil dominante del capitalismo, que se extiende hasta la revolución industrial en los siglos XVIII y XIX).
2. Expansión del modo de producción capitalista del centro (caracterizada por la revolución industrial, el dominio del capital industrial nuevo, así como la forma competitiva del mercado capitalista).
3. Periodo imperialista de los monopolios (iniciado a finales del siglo XIX)⁵⁹.

En la formación del capitalismo, el periodo mercantilista de las relaciones entre el centro en formación (Europa occidental) y la periferia nueva (el Nuevo Mundo) es fundamental para entender la estructura del comercio internacional. Durante dicho periodo, ubicado desde los grandes descubrimientos en el siglo XVI hasta la revolución industrial en los siglos XVIII y XIX, le fueron asignadas a la periferia (principalmente América y África) funciones específicas, sobre todo la de exportadora de productos de origen agrícola o artesanal. Poco después también se inició la explotación mineral intensiva y se estableció el modo de producción esclavista, principalmente en América, para la producción de azúcar.

Cuando alcanzó su forma industrial, el capitalismo logró expandirse gracias a la concentración de la fortuna mobiliaria (conquistada con el saqueo de las colonias) y a la proletarización, resultados de la desintegración de la forma de producción feudal en Europa y al intercambio entre el centro capitalista en formación y la periferia. Así, América suministró primero el oro y la plata. Después, el comercio lejano se perpetuó permitiendo la construcción de la fortuna de los comerciantes de los puertos holandeses,

nacionales, sino un sistema mundial de subordinación financiera y de explotación de los países coloniales, dependientes y económicamente poco desarrollados, por un puñado de potencias capitalistas "avanzadas". La división capitalista internacional del trabajo condena a los países atrasados a no liberarse de su condición de apéndices agrarios abastecedores de materias primas respecto a los estados imperialistas". Ver Boríssov, Zhamin y Makárova. *Diccionario de Economía Política*. Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/s/sistemac.htm>, consultado el 5 de marzo de 2007.

⁵⁹ Samir Amin. *Op. cit.*, p. 65.

ingleses y franceses. Posteriormente, en provecho de ese comercio, se organizó la valorización de plantaciones en América bajo el sistema de la trata de esclavos, fundamental en el desarrollo del capitalismo y en el modo de acumulación primitiva⁶⁰.

A partir de que nuevos países empezaron a industrializarse, aunque en niveles desiguales, el comercio entre los mismos países del centro, sobre todo con Gran Bretaña, cambió de naturaleza: se inicia un periodo de relaciones de canje de productos manufacturados y minerales (Francia y Alemania), aunque algunos países un poco más atrasados siguieron exportando productos agrícolas. Así, poco a poco el comercio internacional se divide en dos sistemas de intercambio con funciones diferentes: el intercambio centro-periferia y el intercambio centro-centro⁶¹.

Después de la revolución industrial, las funciones del comercio entre el centro y la periferia cambiaron: a pesar de seguir siendo cuantitativamente importante, declina a mediados del siglo XIX. Así, el centro empieza a exportar a la periferia productos manufacturados (como los textiles), sigue importando productos agrícolas, pero eleva la productividad de la agricultura capitalista del Nuevo Mundo. Es en esta época cuando se inicia el proceso de especialización internacional entre los países industrializados y los países agrícolas⁶². Sin embargo, la periferia ya no exportaría sólo productos agrícolas sino productos suministrados por empresas y plantaciones capitalistas modernas de alta productividad (petróleo, productos mineros brutos y productos de la primera transformación de éstos). Así, como expresión del desarrollo del capitalismo en la periferia gracias a la inversión de capitales del centro, tres cuartas partes de sus exportaciones provendrán de sectores modernos de alta productividad⁶³.

La nueva especialización reflejaba una asimetría que se mantiene incluso hoy en día: el 80% de comercio de la periferia se efectuaba con el centro, mientras que los

⁶⁰ *Ibid.*, p. 91

⁶¹ *Ibid.*, pp. 66-67.

⁶² *Ibid.*, pp. 66-67.

⁶³ *Ibid.*, p. 68.

intercambios internos del centro se desarrollaban a un ritmo más rápido, dentro de sí mismo y con productos industriales⁶⁴.

Así, “las relaciones de intercambio y los flujos de capitales entre el centro y la periferia no han atenuado las diferencias de productividad y de niveles de consumo que les están ligadas; esas diferencias, por el contrario, se han acrecentado”. Además, “la dinámica secular del progreso no ha sido la misma en la agricultura y en la industria, ya que el progreso ha sido mucho más rápido en la industria” y “el nivel de los salarios (...) no es el mismo en la periferia y en el centro”⁶⁵.

El periodo imperialista de los monopolios surge cuando las posibilidades de desarrollo capitalista se agotan con el fin de la primera revolución industrial en Europa y en América del Norte. Es entonces cuando se impone una nueva extensión geográfica del dominio del capitalismo y la periferia se constituye en su forma contemporánea, a la sombra de la conquista colonial. Dicha conquista pone de nuevo en contacto a formas sociales diferentes, pero de una manera distinta: el capitalismo central y el capitalismo periférico en vías de desarrollo. Así, el mecanismo de acumulación primitiva en beneficio del centro toma forma nuevamente con base en el intercambio desigual⁶⁶ y en la desigual remuneración del trabajo. Por lo tanto, la nueva “especialización internacional” constituye el fundamento del intercambio de mercancías (materias primas contra productos manufacturados) y del movimiento de capitales⁶⁷.

A su vez, el periodo imperialista se divide en dos partes:

1. *De 1880 a 1945*; cuando el sistema colonial impone formas “clásicas” a la división internacional del trabajo, donde las colonias suministran productos

⁶⁴ *Ibidem.*, p. 68.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 69.

⁶⁶ Es decir, el intercambio de productos de valor desigual, que en el sentido marxista significa que los precios de producción son desiguales.

⁶⁷ Samir Amin. *Op. cit.*, pp. 92-93.

agrícolas “tropicales”, el capital europeo se invierte en la economía minera y en sectores terciarios (banca, comercio, ferrocarriles, puertos, deuda pública, etcétera), y los centros desarrollados suministran productos manufacturados. Cabe mencionar que dicho sistema fue muy empobrecedor para la periferia.

2. *Después de la Segunda Guerra Mundial*; cuando el capitalismo del centro inicia un nuevo periodo de crecimiento abundante, cuya base era la modernización a profundidad de Europa Occidental y la creación de un mercado común para recuperarse del desajuste sufrido durante la guerra en relación con Estados Unidos. De igual manera se rompieron las sujeciones coloniales y en ultramar se instalaron conjuntos industriales livianos característicos del periodo de “sustitución de importaciones”⁶⁸. Este periodo se mantiene en el mercado mundial, pero modifica las modalidades de la especialización internacional mientras que el centro suministraba bienes de capital que permitían la instalación de dichas industrias livianas en la periferia⁶⁹.

El último periodo llega a su fin cuando se agota el modelo de sustitución de importaciones en los países periféricos, debilitando sensiblemente la industria y el crecimiento, mientras que en los países occidentales del centro las tensiones deflacionistas vuelven a surgir. Aunque el sistema capitalista mundial lograr superar dicha crisis de liquidez internacional sin traducirse en un crisis de gran envergadura, el sistema empezó la búsqueda de dos nuevas direcciones que conformarían las modalidades del futuro de la especialización internacional: la primera es la integración y modernización de Europa del Este en la red de intercambios del centro; la segunda es la especialización del tercer mundo en la producción industrial “clásica” (bienes de capital), mientras que el centro se reserva las actividades ultramodernas (electrónica, automatización, etcétera).

⁶⁸ El modelo de sustitución de importaciones se caracteriza por la producción de productos manufacturados que antes se importaban del centro.

⁶⁹ *Op. cit.*, pp. 93-94.

La actualidad se caracteriza por una revolución científica y técnica sin precedentes, volviendo caducos los modelos “clásicos” de acumulación que caracterizaron el crecimiento de la composición orgánica del capital. Ante esto, la “materia gris” se vuelve el principal factor de crecimiento, mientras las industrias ultramodernas se están caracterizando por una “composición orgánica del trabajo” que le otorga al trabajo altamente calificado una participación relativa mucho mayor. Por lo tanto, los países subdesarrollados se han especializado en las producciones “clásicas” que exigen solamente trabajo simple (industrias pesadas como la siderurgia, la química, etcétera).

Podemos concluir entonces que tanto las modalidades pasadas, como las presentes y probablemente las futuras, se caracterizan por una especialización internacional desigual que se traduce en un modelo de acumulación primitiva del centro que mantiene la existencia de la periferia, aunque renueve sus formas. Así, dicho mecanismo se traduce en una creciente diferencia en la remuneración del trabajo que no hace más que perpetuar y acentuar el subdesarrollo de la periferia, agravando sus contradicciones internas⁷⁰.

1.3.2. La teoría neoclásica del comercio internacional desde la perspectiva del intercambio desigual

Desde el punto de vista de quienes postularon la *teoría del intercambio desigual*, la teoría de las relaciones económicas internacionales se basa en el falso supuesto de que sus protagonistas son economías capitalistas “puras”, ya que, ubicada en el marco de producción capitalista, se aplica para el intercambio entre “países desarrollados”, pero carece de sentido si la aplicamos al intercambio efectuado entre “países desarrollados” y “países subdesarrollados”⁷¹. Así, las relaciones de intercambio en el mundo se han dado entre formaciones socioeconómicas distintas, que algunos autores denominan *capitalismo*

⁷⁰ *Ibid.*, p. 95

⁷¹ *Ibid.*, p.63.

de centro y capitalismo de periferia, dando lugar a lo que conocemos como *intercambio desigual*.

La teoría neoclásica del comercio internacional, situada en el modo de producción capitalista, se basa principalmente en el comercio internacional de mercancías, pretendiendo que “cada uno de los participantes tiene interés en especializarse porque el intercambio eleva el nivel de renta global, en términos de valores de uso, en ambos países”⁷². Así, el interés de dicha teoría está en desarrollar las ramas de producción en las que se maximice el progreso, así como en someter su comercio exterior a las exigencias de ese desarrollo⁷³.

Las teorías clásica y neoclásica del comercio internacional se basan en los siguientes supuestos:

- 1) “Todos los recursos productivos, de calidad y cantidad constantes, se encuentran plenamente empleados, sin movilidad de los factores productivos entre los países.
- 2) Gustos y conocimientos técnicos constantes.
- 3) Perfecta movilidad de los factores productivos y competencia perfecta dentro de cada país.
- 4) Equilibrio pleno, en el sentido de que todas las consecuencias de los ajustes se absorben totalmente dentro del sistema”⁷⁴.

Los autores de la teoría económica liberal defienden esas restricciones bajo el argumento de que “la mayor parte de las conclusiones alcanzadas sobre las bases de estas suposiciones simplificadoras se mantienen aún cuando son moderadas, a fin de enfrentar un mundo de más de dos naciones, mercancías y factores, un mundo en el que existe

⁷² *Ibid.*, p. 70.

⁷³ *Ibid.*, p. 72.

⁷⁴ H. Kitamura, “La Acumulación del Capital y el Comercio Internacional”, en René Villarreal. *Op. Cit.*, p. 388.

cierta movilidad internacional de los factores, competencia imperfecta, costos de transporte y restricciones comerciales”⁷⁵.

Bajo dichos supuestos y bajo la ley de la ventaja comparativa, la teoría tradicional ha sido utilizada para explicar el intercambio internacional de bienes y sus respectivas ganancias, pretendiendo demostrar que el libre comercio conduce al bienestar máximo y al equilibrio del comercio exterior.

Sin embargo, si examinamos los problemas económicos internacionales, los supuestos estáticos de la teoría tradicional ya no resultan aceptables ante un mundo cambiante de progreso técnico y acumulación del capital⁷⁶. Aún así, los países y los organismos internacionales se han adherido dogmáticamente a la tesis del libre comercio además de dividir a la economía mundial entre los llamados “países desarrollados” y los “subdesarrollados”.

Así, como afirma Myrdal: “No concedo en general, a la tesis del libre comercio, su posición tradicionalmente anunciada como la norma racional, en relación con la cual debe probarse que las interferencias son excepciones ventajosas. Aplicada a la situación gravemente desequilibrada en que se encuentran los países subdesarrollados como resultado de su historia, tal pretensión de una política de no interferencia tiene fallas lógicas más obvias aún”⁷⁷, y más si tomamos en cuenta las crecientes diferencias internacionales del ingreso.

⁷⁵ Dominik Salvatore. *Op. cit*, p. 8.

⁷⁶ H. Kitamura, *op. Cit*, p. 349.

⁷⁷ Myrdal, citado por H. Kitamura, *Ibid.*, p. 390.

1.3.3. El intercambio desigual

En el modo de producción capitalista, bajo el supuesto de que los salarios fueran iguales, dado que las composiciones orgánicas son diferentes, a la hora de analizar los precios de producción (lo que implica la nivelación de las tasas de ganancia), la hora de trabajo total (directo e indirecto) del país más desarrollado con una composición orgánica más elevada, obtiene en el mercado internacional más productos que la hora de trabajo total del país menos desarrollado⁷⁸.

En el caso de las exportaciones de los sectores de baja productividad de los países subdesarrollados, como el sector agrícola sostenido por los campesinos tradicionales, las diferencias de remuneración del trabajo se acompañan de una productividad más débil. Así, la producción de té, café, cacao, etc. de la periferia obtienen remuneraciones proporcionalmente mucho más débiles que las productividades. Como ejemplo podríamos decir que un campesino latinoamericano obtiene por un centenar de jornadas muy duras de trabajo anual, productos manufacturados importados cuyo valor representa solamente una veintena de jornadas de trabajo simple de un obrero europeo calificado. En caso de que dicho campesino utilizara las técnicas europeas modernas, doblaría su productividad por hora. Así, en el intercambio desigual, el contenido de bienes de capital en los productos provenientes de la industria moderna es mucho mayor que el de los productos de la agricultura tradicional, despreciado por contener casi en su totalidad solamente trabajo directo⁷⁹.

Cabe señalar también que las importaciones de los países desarrollados provenientes del Sur representa un valor muy reducido del PIB en comparación con sus exportaciones a los países “subdesarrollados”, realidad que aleja cada vez más a las periferias del centro⁸⁰.

⁷⁸ Samir Amin. *Op. cit.*, p. 78.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 82.

⁸⁰ *Ibid.*, p. 83.

Podríamos decir entonces que, en el marco de relaciones internacionales de formaciones sociales diferentes, la teoría económica de los intercambios internacionales (sobre todo las expuestas por Smith y Ricardo) es contradictoria y limitada. “El sistema capitalista mundial no es homogéneo, [y] no puede ser asimilado al modo de producción capitalista a escala mundial”⁸¹, y más cuando las relaciones entre el modo de producción capitalista se da entre formaciones diferentes.

Si nos preguntamos porque en la teoría economicista de las ventajas comparativas, los países “subdesarrollados” están obligados a una especialización para cumplir una función dentro del intercambio internacional, veremos que ésta tiene un alcance muy limitado. Es decir, “describe las condiciones del intercambio en un momento dado; no permite, de ningún modo, preferir la especialización fundada en las productividades comparadas tales como ellas son en un momento dado del desarrollo, es decir en el mejoramiento de esas productividades. No es falsa [...] pero si impotente”⁸². La anterior afirmación se debe a que el autor afirma que dicha teoría no toma en cuenta a dos hechos fundamentales que caracterizan el desarrollo del comercio internacional mundial en el marco del sistema capitalista:

- 1) “El desarrollo más rápido del comercio entre países desarrollados de estructura semejante, cuyas distribuciones de productividades comparadas son, pues, semejantes. Desarrollo más rápido que el de los intercambios entre países desarrollados y países subdesarrollados, cuyas distribuciones de productividades, sin embargo, son más diversas;
- 2) Las formas sucesivas y diferentes de la especialización de la periferia y especialmente las formas actuales de la misma, según la cual la periferia suministra las materias primas producidas principalmente por empresas capitalistas modernas de productividad elevada”⁸³.

⁸¹ *Ibid.*, p. 85.

⁸² *Ibid.*, p. 87.

⁸³ *Ibidem.*, p. 87.

Muchos investigadores, después de realizar numerosos análisis, han llegado a conclusiones que los llevan a afirmar que “en un mundo donde la acumulación de capital ocurre a tasas diferentes en diversos países, el comercio internacional según los lineamientos de la ventaja comparativa no maximiza necesariamente el bienestar de las economías menos desarrolladas”⁸⁴. Afirman además que “en un mundo donde la acumulación de capital y el progreso técnico están ocurriendo a ritmos diferentes en diversos países, los países progresistas con tasas más rápidas de desarrollo disfrutan la parte del león de las ganancias derivadas del comercio internacional. En un mundo así, las diferencias absolutas existentes entre los niveles nacionales de ingreso tienden a aumentar en lugar de disminuir; los países menos desarrollados se quedarán cada vez más atrás, a menos que los movimientos de capital se orienten conscientemente hacia el estrechamiento de las brechas del ingreso. Porque el comercio internacional no tiene en sí mismo ninguna tendencia inherente hacia la igualación de los niveles de ingreso”⁸⁵.

Si analizamos el comercio internacional, veremos que muchos países que se encuentran en el grupo de los menos desarrollados, no obtienen las ventajas del aumento del comercio internacional como supone la teoría ni se disminuyen las divergencias existentes en los ingresos. Entonces ¿Por que el comercio internacional no ha generado un proceso de acumulación y de progreso técnico que aumente la producción y los ingresos en los países pobres? Y lo que proponen algunos autores es que dicha situación se debe a que, si el comercio internacional no es asistido por una transferencia conscientemente guiada de factores productivos, no tendrán tendencia alguna inherente que lo lleve a igualar los niveles de ingreso y de productividad⁸⁶.

Así, “en un mundo cambiante de acumulación de capital y de progreso técnico, el libre comercio no tiende a maximizar el bienestar de los países menos desarrollados ni a

⁸⁴ H. Kitamura. *Op. cit.*, p. 394.

⁸⁵ *Ibid.*, p. 400.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 402.

asegurar el equilibrio de su comercio internacional. Además (...), no garantiza una distribución muy equitativa de las ganancias por él generadas”⁸⁷.

1.3.4. La importancia de los precios en la teoría del intercambio desigual

Debido a que el tema del precio de las materias primas es fundamental dentro del movimiento del Comercio Justo, creemos que es importante mencionar brevemente las ideas expuestas por Emmanuel respecto a la sub-remuneración y los precios. Él, al igual que los autores anteriormente citados, piensa que el capitalismo no puede asegurar el desarrollo y que el objeto del debate Norte-Sur debe ser el intercambio y sus desigualdades. De acuerdo con el autor, en el sistema capitalista mundial, “la producción de las riquezas está en función de la cantidad de útiles y de materia gris con la que los brazos humanos son ‘asistidos’ en el trabajo productivo”⁸⁸. Esto se ve apoyado además, por la existencia de reglas en las relaciones internacionales que engendran una transferencia unilateral de riquezas y un sistema de formación de precios en el mercado que representa el vehículo de la expropiación⁸⁹.

Para Emmanuel, lo que determina el ingreso de los productores es el precio de los productos, por lo que la sub-remuneración del trabajo en los países del Sur y su efecto sobre el intercambio será el factor esencial del subdesarrollo. El autor utiliza también el concepto de “precio remunerador”, según el cual éste implicaría “la remuneración de los factores utilizados para la producción de un lote de mercancías exportadas, y a una tasa que sería igual, por categoría de factor, a la practicada por su contraparte para producir las mercaderías entregadas en intercambio”⁹⁰.

⁸⁷ *Ibid*, p. 403.

⁸⁸ Abdelkader Sid-Ahmed. *Norte-Sur: Los Grandes desafíos. Teoría y Práctica del nuevo Orden Económico Internacional*. Ed. FCE, México, p. 85.

⁸⁹ *Ibid.*, p. 86.

⁹⁰ Arghiri Emmanuel, citado por Abdelkader Sid-Ahmed, *op. cit.*, p. 86.

Por último, como el mismo autor afirma: “Ustedes no quieren que implantemos la siderurgia (u otra industria, según sea el caso) en nuestro territorio, porque – dicen ustedes – ya existe una capacidad de producción excesiva en vuestro territorio y, desde el punto de vista del mundo en su conjunto, es absurdo e irracional instalar nuevas unidades que se superpondrían a aquellas que ya existen. ¡Esto no tiene sentido! Páguennos nuestro mineral de hierro (o cualquier otra materia bruta, según sea el caso) a un precio que nos permita remunerar nuestros factores a la misma tasa de la de ustedes, y nosotros le cedemos voluntariamente su transformación en acero (o cualquier otra cosa, según sea el caso), la cual no tendrá más, entonces, ningún interés particular para nosotros”⁹¹.

⁹¹ Abdelkader Sid-Ahmed. *Op. cit.*, p. 90.

1.4. Las relaciones Norte-Sur

Cuando se analiza a las relaciones comerciales internacionales desde la perspectiva del movimiento del Comercio Justo, se hace en el marco de las relaciones Norte-Sur y de sus desigualdades. Es por ello que hemos considerado incluir un apartado que explique brevemente dichas relaciones y cómo éstas son utilizadas como base de las iniciativas que buscan relaciones comerciales más equitativas.

Hablar del Norte y del Sur es referirse a dos grupos diferentes de países, con condiciones políticas, económicas y sociales muy distintas, y que han estado intentando dialogar en las últimas décadas respecto a sus relaciones y problemas económicos. Esta perspectiva supone que la gran brecha existente entre ambos extremos es ocasionada por disparidad en lo que a poder a nivel internacional se refiere, así como por las injustas relaciones comerciales llevadas a cabo entre el Norte desarrollado y el Sur subdesarrollado⁹².

Las relaciones Norte-Sur han estado dominadas por la política de poder. Así, a pesar de que vivamos en un mundo donde supuestamente todos los países son indiscriminadamente iguales y soberanos, las desigualdades económicas entre el Norte desarrollado y el Sur subdesarrollado, han cuartado cualquier intento de unidad e igualdad entre las naciones. Esto debido a que el Sur es muy pobre, y que por lo tanto, tiene menos poder; mientras que el Norte es rico y tiene el poder que la riqueza da en un mundo dominado por el mercado y por la capacidad de producir y comprar tecnología para usarla⁹³.

⁹² Cabe resaltar que los *estudios sobre el desarrollo* se crearon después de la Segunda Guerra Mundial como parte de la disciplina de la Economía. Fue concebida, diseñada y dirigida por el Occidente, en el calor de la Guerra Fría, para controlar e insubordinar las economías de los nuevos países emergentes en África, Asia y América Latina, y así contrarrestar las experiencias de desarrollo en los países socialistas.

⁹³ Julius K. Nyerere. "At the Receiving End", en Kofi Buenor Hajor. *Op. cit.*, p. 198.

En esta concepción del mundo dividido entre Norte y Sur, el Norte se caracteriza por su fuerza política y económica en las instituciones de carácter internacional como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización del Tratado de América del Norte (OTAN), Fondo Monetario Internacional (FMI), la Comunidad Económica Europea (CEE) e incluso la misma ONU, a través de las cuales sus intereses comunes son expresados. Por otra parte, el control de la información no es menos importante que el control de los organismos internacionales, del comercio y del sistema financiero, y el Norte tiene, en su mayor parte, el control de los medios internacionales de comunicación e información⁹⁴.

El Sur, por su parte, no tiene instituciones que se comparen a las organizadas y controladas por el Norte y que realice políticas y acciones a su favor. Su posición frente a dichas instituciones siempre ha sido de desventaja en lo que a negociaciones y toma de decisiones se refiere, limitando sus posibilidades de influir en la política internacional y de disfrutar de los beneficios del comercio internacional. Como consecuencia, se han visto forzados realizar grandes préstamos para compensar las pérdidas causadas por el empeoramiento de su posición dentro de la esfera mundial del comercio y de la caída de los precios de las materias primas.

Parte del problema de la desigualdad está también en el hecho de que, además de las abismales diferencias en lo que a capacidad de inversión se refiere, los recursos han sido extraídos sistemáticamente de los países del Sur y llevados al Norte, a través de los adversos movimientos comerciales basados en los términos del comercio internacional actual, así como de los altos intereses del pago de las deudas contraídas por los países del sur⁹⁵.

A pesar de la evidente y creciente brecha entre el Norte y el Sur, la mayor parte de los países del Norte no reconocen plenamente la necesidad de una verdadera transformación en el orden internacional, por el contrario, resaltan cada vez más los

⁹⁴ Kofi Buenor Hajor. *Op. cit.*, p. 59.

⁹⁵ Nyerere K, Julius, *Op. Cit.*, p. 208.

beneficios del libre mercado e insisten a los países del Sur que se ajusten a la realidad del mercado internacional (a través de ajustes estructurales, reformas y privatizaciones).

Como resultado de lo anterior, desde 1945, un gran número de personas, desde líderes gubernamentales hasta la gente común y corriente, se han estado preocupando por la creciente situación de desigualdad económica que se vive en el mundo y han propuesto diversas alternativas para cambiar dicha realidad. El cambio ha sido llamado de “desarrollo” y es un camino que muchos países del Sur pelean y que muchos países del Norte recomiendan, a través de fórmulas económicas y de políticas públicas que no han sido, como es evidente, muy exitosas.

La pregunta es entonces ¿Por qué, si han habido tantos esfuerzos políticos por buscar el desarrollo, han sido tan infructuosos? Inmanuel Wallerstein nos explica, complementando las cuatro tesis que han sido las más usadas para explicar porque ha aumentado tanto la brecha entre el Norte y el Sur:

1) Se dice que *“los estados del Norte y las principales empresas económicas de la economía mundial no han estado realmente interesadas en dicho cambio, por el contrario, han utilizado todo su poder para prevenirlo”*, sin embargo, Wallerstein cree que dicha afirmación no es del todo justa ya que sí ha habido mucha “ayuda” de una manera o de otra, por parte de los países del Norte. Sin embargo el problema principal está en que dicha ayuda ha sido utilizada más en función de la cooperación internacional que para una verdadera transformación económica.

2) Se dice que *“ha habido importantes grupos políticos en el Sur, cuyos intereses están atados al mantenimiento del orden mundial actual”*, sin embargo, Walerstein afirma que, además de estos grupos “burgueses” con intereses que proteger en los países del sur, existe un amplio sector de la población en el Sur, los más educados y preparados, quienes acumulan una gran parte del capital, al igual que el acceso a los modos de transformación del estatus económico de su descendencia, vía el gobierno o la política.

Además, muchas veces es el mismo gobierno en el poder quien no pretende llevar a cabo profundas transformaciones económicas.

3) Se dice que *“el hecho de que el Norte ha estado preocupado por el conflicto Oriente-Occidente, significa que cualquier consideración de los asuntos Norte-Sur ha sido subordinado, tanto por el oriente como por el occidente, a los asuntos que les preocupa”*. Sin embargo, Wallerstein explica que, el hecho de que los presupuestos de los estados del Norte sean masivamente gastado en acciones militares, bloquea cualquier uso alternativo de dicho capital y hace con que también se presione, por razones geopolíticas y económicas, a los países del Sur para que hagan lo mismo.

4) Se dice que *“la verdadera debilidad de las estructuras de los estados del Sur, tanto en términos del poder del estado como del control de la producción, significa que el control de dicha maquinaria de estado representa, objetivamente, un poder muy limitado, y que por lo tanto las habilidades de los gobiernos del Sur para efectuar verdaderos cambios ha sido, correspondientemente, limitada”*. Sin embargo, dicha afirmación no se aplica, según Wallerstein, a todos los estados de Sur debido a su tamaño, su posición estratégica y a su desarrollo económico previo. A pesar de esto, las realidades del sistema interestatal y las restricciones económicas de la economía capitalista mundial no permiten que los Estados del Norte ignoren a dichos estados del Sur y que los Estados del Sur tengan un campo de acción amplio para llevar a cabo transformaciones profundas⁹⁶.

Por lo tanto, *“desde que la política es el arte de lo posible, deberíamos rechazar los caminos políticos que ya han enseñado que no funcionan o que han funcionado precariamente, a favor de aquellos métodos políticos que han funcionado mejor”*⁹⁷. En el caso del Comercio Justo, muchas organizaciones han mostrado resultados visibles de su

⁹⁶ Inmanuel Wallerstein. “The art of possible, or the Politics of Radical Transformation”, en Kofi Buenor Hador. *Op. cit.*, p. 38-45.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 45.

trabajo, siendo entonces una alternativa viable de acción para alcanzar aunque a pequeña escala, relaciones más equitativas entre el Norte y el Sur.

1.4.1. El diálogo Norte-Sur

El término “diálogo Norte-Sur” fue usado en un principio como un medio para luchar contra la pobreza mundial. Sin embargo, desde los años sesenta, cuando se llevaron a cabo las primeras conferencias⁹⁸ en las que se analizaron y discutieron el planteamiento de un nuevo orden económico mundial y de un diálogo Norte-Sur, han chocado los puntos de vista del sur, que buscaba medios propios para realizar su desarrollo, y el norte ya desarrollado, que dominaba los mecanismos económicos y financieros y que le garantizaba siempre una parte mas grande de la tajada de la riqueza mundial.

Desde entonces, ningún cambio radical ha modificado la naturaleza de las relaciones entre los países del norte desarrollado y el sur en vías de desarrollo, sacando a la luz la ausencia de una verdadera voluntad política por parte de los países industrializados, a pesar de la evidencia y de la aceptación general por parte de la comunidad internacional de que los actuales mecanismos económicos y financieros en vigor en el mundo, no han funcionado tal y como planea teóricamente el libre mercado.

⁹⁸ La década de los sesenta fue designada por la ONU como *la Primera Década del Desarrollo*, realizando en 1964 la primera Conferencia en Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés). Posteriormente, uno de los principales foros de discusión sobre las relaciones económicas a nivel mundial y sus controversias fue la Conferencia de Paris, realizada en 1975, en la que se llevó a cabo lo que se llamó “diálogo Norte-Sur” y en la que se discutió el establecimiento de un nuevo orden económico mundial. En ésta salió a la luz además, los desequilibrios y desigualdades prevalecientes entre los estados las primeras décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, contribuyendo a sensibilizar la opinión pública en general respecto a las disparidades de riqueza e ingresos entre el norte rico y “desarrollado” y el sur pobre y “subdesarrollado”. A pesar de su importancia y magnitud, pocos fueron los resultados que se cosecharon de ésta.

Así, más que un diálogo Norte-Sur, lo que hemos presenciado es un monólogo donde el Norte le dice al Sur lo que debe y no debe ser hecho.

Hoy en día, los países del Norte están comprometidos ideológicamente a la filosofía del libre mercado y la defienden a capa y espada, por lo que cualquier intento de un verdadero diálogo es visto con escepticismo y hostilidad por quienes creen que el gran abismo entre el Norte y el Sur y la creciente pobreza son ocasionados principalmente por las acciones y fallas tanto de los gobiernos como de la población del Sur. Lo anterior no significa que no se hayan cometido también, por parte de los gobiernos del Sur, errores políticos y económicos y que no exista ineficiencia y corrupción, sin embargo, ello no se compara a los efectos de la estructura económica internacional en los países del llamado Tercer Mundo.

Sin que se pueda esconder las abismales desigualdades y por la urgencia de la situación en la que viven muchos países, más de una vez algunos estados del Norte y sus instituciones internacionales han intentado de “buena fe” dar caridad a los “más pobres” a través de programas de cooperación y asistencia. Sin embargo, más allá de esto, siguen apremiando los beneficios de la libertad económica entre los países pobres e incluso presionan con su poder económico para impedir que dichos países controlen sus importaciones, exportaciones y políticas públicas de asistencia y subsidio.

Así, contrario a lo que vemos en la teoría, en la práctica nos encontramos con el deseo de preservar posiciones dominantes y privilegiadas a través de la protección del poder de compra de materias primas, su transformación, el acceso al mercado, la distribución del poder en los grandes organismos financieros internacionales, los mecanismos de negociación de las deudas, las barreras arancelarias, las medidas de protección tecnológica, entre otros mecanismos que alimentan el orden económico actual⁹⁹.

⁹⁹ Abdelkader Sid-Ahmed. *Op. cit.*, p. 138.

Quienes plantearon un nuevo diálogo Norte-Sur afirman que es necesario hacer cambios estructurales a largo plazo ya que las crisis económicas y políticas que sacuden el mundo están profundamente enraizadas en las estructuras e instituciones existentes. Recalcan además, que lo que está en tela de juicio es la distribución del poder político y económico entre el Norte y el Sur y que la comunidad internacional debe mostrar su capacidad de asumir responsabilidades globales en los campos más importantes de la economía mundial¹⁰⁰.

Queda clara la necesidad de un nuevo orden económico internacional. Mientras los estados del sur necesitan generar nuevas vías de diálogo y negociación Norte-Sur (Davos, Foro Social Mundial, etc.), se han creado iniciativas como el Comercio Justo para mitigar las externalidades del sistema económico mundial y para generar, aunque a muy pequeña escala, alternativas de vida digna. Sin embargo, para que se alcance un verdadero diálogo entre el Norte y el Sur, deberá existir un reconocimiento de que el sistema económico y comercial en el que vivimos es injusto y que la solución a los problemas del Sur es una responsabilidad compartida tanto de los países industrializados como de los países en vías de desarrollo.

¹⁰⁰ *Ibid.*, pp. 295-296.

1.5. América Latina en la arena del comercio internacional

El papel que ahora juega América Latina en la economía mundial y los cambios que viene enfrentando, son el resultado del desarrollo, desde la colonia hasta el actual proceso de globalización, de distintas etapas por las cuales ha pasado el continente tanto económica como políticamente y que expondremos brevemente en los siguientes apartados.

1.5.1. De la colonia al modelo de sustitución de importaciones

En América Latina, durante la colonia, los conquistadores enfocaron su interés en la explotación de metales preciosos y de las tierras, con el objetivo de proveer a la creciente población de alimentos, al igual que la producción de animales de tiro, para trasladar la producción hasta los puertos y que después fueran enviados a Europa.

En un principio hubo escasez de mano de obra para la explotación de las minas y el cultivo de las tierras, cuyos sistemas de producción fue la “hacienda”¹⁰¹. Ésta producía para los mercados internos y fue el sistema predominante en América Latina, además, de él se derivó el latifundio-minifundio característico del siglo XIX que también persistió en algunos países hasta el siglo XXI.

Durante el periodo de la colonia e incluso después de las independencias, el sistema hacendal fue dando lugar a una estructura social propia, donde encontrábamos el hacendado en el tope de la escala, los mestizos con tareas de control en las haciendas, y los indios semi-esclavos que trabajaban las haciendas. Dicha estructura generó profundas diferencias de clase, un fuerte poder político de los hacendados, así como relaciones de

¹⁰¹ Estas eran extensas propiedades de tierra pertenecientes a europeos y criollos terratenientes quienes sujetaban la fuerza de trabajo indígena y campesina por los vínculos que generaba.

paternalismo, compadrazgo y peonajes que caracterizaron la vida tanto política como social de América Latina¹⁰².

Uno de los principales sistemas desarrollados en las regiones tropicales¹⁰³ fue el de la *plantación* y consistía en una propiedad rural, cuyos propietarios eran de origen europeo y su producción era destinada principalmente para la exportación. En ella se aplicaban fuertes sumas de capital y la base del trabajo era esclavo, provenientes en una gran mayoría de África. Dicho sistema también generó profundas diferencias sociales y, al ser monocultivos, deterioró los recursos naturales.

Por tratarse de cultivos destinados principalmente a la exportación, la seguridad alimentaria de la población se vio mermada, generando así una fuerte dependencia de las importaciones de alimentos. Además, la dependencia de las exportaciones hacia el mercado europeo los hacía vulnerables ante los vaivenes de la economía europea y de los precios del mercado mundial¹⁰⁴.

La conocida como *etapa de modernización conservadora*, producida en el último tercio del siglo XIX, condujo a una reorganización de las formas de producción agrarias en nuestro continente¹⁰⁵ propiciada por el desarrollo industrial europeo que estaba generando una creciente demanda de materias primas para sus industrias al igual que de alimentos. Con Inglaterra a la cabeza de las potencias mundiales, se inicia una nueva etapa de conquista con el fin de obtener nuevos territorios y nuevos mercados. En el caso de América Latina, se realizaron algunos intentos de conquista en territorios españoles, sin embargo, al verse frustrados, se optó por alianzas con las oligarquías terratenientes locales. Dichas alianzas desarrollaron el comercio, el sistema bancario, los medios de transporte y el dominio de la producción agrícola.

¹⁰² Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 21.

¹⁰³ Principalmente en Brasil, Perú, y partes de América Central, donde se cultivaba la caña de azúcar, el algodón, el plátano y el café.

¹⁰⁴ Jaques Chonchol, citado por Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 21.

¹⁰⁵ *Ibidem.*, p. 22.

En el caso específico de Brasil, durante el siglo XIX el café se transformó en un importante producto de exportación debido a su alta demanda en Europa, superando incluso las exportaciones de azúcar.

En Perú, la modernización conservadora ocurre con las plantaciones de algodón y de caña de azúcar trabajadas tanto por campesinos indígenas como por trabajadores de origen asiático en un sistema de semiesclavitud.

En América Central, el Caribe y Venezuela, la inserción de la agricultura en el mercado internacional fue a través de los cafetales y de las plantaciones bananeras, para las cuales los gobiernos conceden grandes extensiones de tierras, principalmente a compañías norteamericanas, a cambio de la construcción de infraestructura como lo eran los ferrocarriles y puertos. Para trabajar en las plantaciones se traía desde Jamaica a población de origen africano así como trabajadores que habitaban las zonas centrales y que migraban hacia la costa en búsqueda de empleo.

Dichas regiones exponen la reinserción del agro latinoamericano en la economía mundial a partir del desarrollo industrial que vivía Europa, por lo que se consolida el papel del continente como suministrador de materia prima y de alimentos baratos sin que se alterara el sistema de latifundio de las oligarquías locales que mantenían el poder político.

Después de las guerras de independencia de inicios del siglo XIX, los países de América Latina se vieron involucrados en guerras entre los que defendían el libre-cambio y los que apoyaban regímenes económicos proteccionistas. Los primeros creían que los procesos de modernización deberían verse vinculados con el destino de ser proveedores de materias primas; los segundos apoyaban la protección y el desarrollo de la manufactura nacional. Sin embargo, la lucha fue ganada por los que promovían la modernización dependiente, así, hacia fines del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX, América Latina se sostuvo sobre la base de dicho desarrollo político y social.

A partir de la crisis de 1929, los procesos de reorganización de las zonas de influencia de las grandes potencias se concretaron con los acuerdos de Yalta, que pusieron fin a la Segunda Guerra Mundial y con el cual se instauró un nuevo orden político. A partir de este periodo, el mundo se ve dividido por la Guerra Fría tensando las relaciones entre dos grandes bloques: el capitalista encabezado por estados Unidos, y el socialista encabezado por la URSS¹⁰⁶. Desde entonces, y aprovechando el desgaste generado por la guerra y por el mundo bipolar, América Latina intentó crear nuevos términos de relación con el mundo, promoviendo una transformación productiva interna basada en la industrialización fomentada y protegida por el Estado, conocida también como *modelo de sustitución de importaciones*¹⁰⁷.

Aún así, América Latina no dejó de jugar en el comercio internacional el rol de exportador de materias primas para soportar el crecimiento industrial, ocupando un lugar dentro de la periferia del sistema económico mundial, lejos del centro ocupado por los países industrializados¹⁰⁸. Además, los productos que se exportaban tendían a abaratare en relación con los que se importaban, ampliando aún más la brecha entre el centro y la periferia.

Durante la década de los setenta, el modelo de sustitución de importaciones fue entrando en crisis por lo que el proceso de industrialización se encontraba estancado, el mercado interno de la producción agraria encontró sus límites, y los procesos inflacionarios ponían en duda la sustentación del modelo. Así es como inicia el proceso de liberalización económica, la apertura de fronteras, el ajuste económico y la desregulación estatal que modificarán la economía y las sociedades de los países de nuestro continente¹⁰⁹.

¹⁰⁶ Diego E. Piñeiro. *Ibidem...*, p. 29.

¹⁰⁷ Estrategia de desarrollo llevada a cabo desde los años cincuenta hasta los ochenta por los gobiernos latinoamericanos, en donde se buscaba un crecimiento “hacia adentro”, impulsando la ampliación del mercado interno y basado en la sustitución de importaciones.

¹⁰⁸ Rolando Cordera Campos. “Globalidad sin equidad: Notas sobre la experiencia latinoamericana”, en Julio Labastida Martín del Campo *et. al. Op. cit.*, p. 304.

¹⁰⁹ Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 31.

1.5.2. De la década perdida a la economía global

En la actual coyuntura internacional caracterizada por un fuerte y rápido proceso de globalización e interdependencia, América Latina viene enfrentado diversos cambios políticos, económicos y sociales expresados en integraciones regionales, movimientos sociales y crisis financieras, que han planteado nuevos retos para el continente.

Desde el inicio de la década de los ochenta, a raíz de la política monetaria de Estados Unidos, del aumento de las tasas de interés y de la crisis de los precios del petróleo, América Latina se vio sumergida en una delicada situación financiera y en un fuerte endeudamiento¹¹⁰, situación que se vio acompañada también por el rápido crecimiento urbano, por el reclamo democrático y por la creciente desigualdad que se vivían en la región. Como consecuencia, el continente se vio obligado a renunciar a las estrategias económicas que había seguido desde la Segunda Guerra Mundial y a llevar a cabo ajustes estructurales que abandonaron la idea del *desarrollo* cambiándola por la de crecimiento *económico*. Así, con el dismantelamiento del *modelo de sustitución de importaciones* que llevaba a cabo políticas regulatorias del Estado y del estado de bienestar, la intervención estatal como guía del desarrollo económico y social es reemplazada por la idea de que será “el mercado el que guiará y estimulará el crecimiento económico bajo el supuesto de que el mero crecimiento económico expandirá sus beneficios a los distintos sectores de la sociedad”¹¹¹.

Influidos por las condiciones que exigen tanto el Banco Mundial como el Fondo Monetario Internacional al dar un crédito para superar los desequilibrios financieros, los países latinoamericanos se vieron obligados a poner en marcha una serie de ajustes estructurales y de medidas de estabilización económica que consistieron en revisar el

¹¹⁰ Entre 1982 y 1990 el continente pagó a los países del Norte 224.000 millones de dólares (equivalente a seis planes Marshall), y a pesar de ello, la deuda aumentó a 426.000 millones de dólares. La situación ha ido empeorando ya que, a pesar de que se destinó 125.000 millones de dólares al pago de la deuda externa en el 2001, la deuda llegó a 726.000 millones de dólares.

¹¹¹ Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 44.

papel del estado en la economía y en las relaciones económicas con el exterior, al mismo tiempo que se llevaban a cabo una amplia apertura comercial, procesos de privatización y desregularización, y una extensa y acelerada liberalización financiera¹¹². La estabilización y el posterior crecimiento de la economía a través de políticas fiscales y monetarias que eliminaran el déficit público y controlaran la inflación, tuvieron un alto costo en el PIB y en el empleo e hicieron caer las importaciones, el ingreso per cápita y la inversión a niveles más bajos que en décadas anteriores. Como consecuencia de dichas medidas, se aumentó el desempleo así como el subempleo, se deterioró el salario real, y aumentó la pobreza y la indigencia tanto a nivel urbano como rural. Es por ello que la década de los ochenta se cataloga también como la “década perdida” para el desarrollo¹¹³.

A principio de la década de los noventa, las economías latinoamericanas se recuperaron y crecieron modestamente estimuladas por las inversiones que se realizaron por las privatizaciones estatales, por los fondos provenientes del endeudamiento externo y por el control de la inflación. Sin embargo, a pesar de que muchos países latinoamericanos han logrado en la década de los noventa una recuperación económica moderada y cierta estabilidad macroeconómica, el crecimiento económico no ha sido suficiente para el número de empleos necesarios para absorber la creciente fuerza de trabajo y para mitigar la creciente desigualdad en la que el 10% más rico ha tendido a mantener o a aumentar su participación en el ingreso total y el 40% más pobre conserva o disminuye sus niveles de participación¹¹⁴.

En el caso del sector agrícola, es importante destacar que, desde el punto de vista de los indicadores macroeconómicos, la agricultura latinoamericana creció en las últimas dos décadas a una tasa mayor que la del PIB del conjunto de la economía. Este fenómeno se dio por el crecimiento constante de la superficie agrícola, el incremento de los rendimientos físicos y el crecimiento de las exportaciones tanto en volumen como en valor, a pesar de los precios generalmente decrecientes de las materias primas. Dicho

¹¹² Rolando Cordera Campos. *Op. cit.*, pp. 306-307.

¹¹³ Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 44.

¹¹⁴ Rolando Cordera Campos. *Op. cit.*, pp. 308-309.

aumento de productividad fue posible gracias a la incorporación de tecnologías provenientes de la revolución verde que se basaban en la mecanización de la agricultura, el uso de agroquímicos, la incorporación de nuevos cultivos y nuevas variedades en los cultivos tradicionales¹¹⁵.

Sin embargo, dicho crecimiento del agro latinoamericano se ha desarrollado de una manera muy contradictoria y bajo diversas formas. Una de ellas es el hegemónico desarrollo de las cadenas y complejos agroindustriales¹¹⁶ que están ocupados generalmente por empresas transnacionales o nacionales, gerenciados por empresarios y cuyos capitales pueden ser o no ser de origen agrario, por lo que los principales actores de los complejos agroindustriales son de origen agrario o extra-agrario, pero muy raramente son rurales¹¹⁷.

Por otro lado, dentro de las diversas situaciones agrarias de América Latina, encontramos rubros de producción, grupos sociales y etnias indígenas que todavía no han entrado en contacto con los complejos agroindustriales, además de que existe un amplio sector campesino y de pequeños productores que producen para autoconsumo o consumo local, que tampoco se han integrado a dichos complejos y que no encuentran un papel definido a ser jugado dentro del capitalismo agrario por contar con escasos recursos naturales y pocas oportunidades de competir en el comercio internacional. Dichas personas son llamadas de “los excluidos del campo”¹¹⁸ y son ellos los que normalmente se transforman en migrantes rurales, trabajadores temporales, desocupados, que viven a las orillas de las ciudades y por debajo de la línea de pobreza o incluso de indigencia.

¹¹⁵ Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 45.

¹¹⁶ Los complejos agroindustriales integran generalmente todas las etapas de la producción agrícola: producción y aprovisionamiento de insumos para la agricultura, procesamiento, almacenamiento y distribución.

¹¹⁷ Diego E. Piñeiro. *Op. cit.*, p. 47.

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 48.

En América Latina, las reformas estructurales y la estabilización financiera no han conducido a un mayor crecimiento ni a un mejor bienestar social. En los años noventa las tasas de crecimiento del PIB fueron positivas gracias a la entrada masiva de inversiones extranjeras y al capital adquirido a causa de las privatizaciones, sin embargo, dicha tasa es baja si se mide en relación al crecimiento de la población. Por otro lado, el aumento de competitividad se ha logrado a costa de la reducción de los salarios reales, del manejo del tipo de cambio (devaluaciones) y de la reducción de la masa monetaria (políticas monetarias restrictivas). Esto a su vez se ha traducido en una reducción real de los mercados internos a causa de la reducción del empleo, de los salarios reales y de la precariedad productiva¹¹⁹.

Cumplir las recomendaciones del Consenso de Washington ha controlado la inflación, el equilibrio macroeconómico y el déficit fiscal, sin embargo, los costos sociales y económicos han sido demasiado altos, haciendo con que hoy estemos más lejos del desarrollo que en los años setenta. Al mismo tiempo se ha profundizado la dependencia de la economía mundial; estamos más cerca de un patrón primario exportador que de uno industrial, el mercado interno se ha reducido y segmentado; la deuda ha crecido; se han perdido gran parte de los activos que ahora pasaron a manos de empresas trasnacionales; tenemos una mayor vulnerabilidad financiera y económica ya que nuestras exportaciones dependen más de la dinámica del comercio internacional y las exportaciones primarias pierden dinamismo; el cumplimiento de las metas fiscales ha reducido la capacidad de gestión pública, traduciéndose en una mayor dependencia de las inversiones extranjeras para el crecimiento; y la proporción de los productos agrícolas ha disminuido sostenidamente en el valor del comercio internacional, disminuyendo de 15 a 10 por ciento desde 1980¹²⁰.

Por lo tanto, los resultados de la globalización neoliberal, en particular para América Latina, pone en duda el argumento de que el libre comercio y la integración económica llevarán al desarrollo y a la disminución de la brecha entre el Norte y el Sur;

¹¹⁹ Maria teresa Aguirre. *Op. cit.*, pp. 249-250.

¹²⁰ *Ibid.*, pp. 250-251.

por el contrario, se han incrementado los niveles de pobreza, marginación y desigualdad en el continente. Es por ello que América Latina necesita buscar una inserción más equitativa en el sistema mundial estableciendo relaciones más simétricas tanto con los países del Norte como con los mercados financieros y con las empresas transnacionales. Mientras tanto, paralelamente a la búsqueda de dicho cambio, se están generando alternativas que buscan sociedades más justas aunque a pequeña escala. Una de estas propuestas es el Comercio Justo, que veremos en los siguientes capítulos de este trabajo.

2. EL MOVIMIENTO DEL COMERCIO JUSTO

“La utopía ¿es suficientemente realista como para que resulte posible alcanzarla? ¿Es lo suficientemente no real como para impulsar las acciones?”

Diego E. Piñeiro. *En Busca de la Identidad. La Acción Colectiva en los Conflictos Agrarios de América Latina*

2.1. ¿Qué es el Comercio Justo?

En las últimas décadas, el movimiento del Comercio Justo ha surgido como una innovadora iniciativa para afrontar el subdesarrollo de los pequeños productores de los países del Sur y como un reto que, frente a la globalización neoliberal, desafía los términos desiguales de intercambio entre el Norte y el Sur, sobre todo respecto a los productos básicos agrícolas.

Este movimiento social, organizado a nivel internacional a través de redes integradas por productores, organizaciones, comerciantes y consumidores, busca un modelo de intercambio comercial más equitativo, a través del desarrollo sostenible y del acceso de los productores más desfavorecidos de Sur al mercado con productos de calidad material, social y ambiental.

Creado con la finalidad de impulsar una red de comercio alternativo que fomentara el consumo de productos que tuvieran en cuenta tanto el criterio del pago de un precio justo a los productores, como la promoción de valores sociales y de respeto al

medio ambiente, esta variante del movimiento del comercio alternativo¹²¹ les dio a los productores del Sur, marginados por su escasa dimensión y limitado poder de participación y negociación en la arena del comercio internacional, la posibilidad de esquivar el peso completo de las fuerzas del mercado, a través de redes de comercialización que acortaron la distancia entre productor y consumidor y que buscaron un comercio más equitativo y solidario.

Son muchas las definiciones y los términos que se relacionan con el Comercio Justo: Justo, Equitativo, Alternativo, Solidario; todos tienen en común la búsqueda de la igualdad de oportunidades, el desarrollo económico, el pago justo, el respeto al medio ambiente y el beneficio de todos sus actores: Productores, organizaciones y consumidores. Por lo tanto, establecer una única definición de Comercio Justo, tomando en cuenta todas sus interpretaciones, se vuelve una tarea compleja y difícil.

Existe, además, una tensión respecto a dos visiones en específico de lo que es y lo que debe hacer el Comercio Justo: una más radical y política e ideológicamente vinculada con otros movimientos sociales, que ve al comercio “justo” como una herramienta para cambiar el modelo económico dominante y como una etapa de transición para hacer del comercio justo una regla general; y otra más pragmática, que enfatiza la inserción de los productos del Sur en los mercados del Norte bajo condiciones más justas e igualitarias y que busca demostrar, a través del incremento del consumo de productos de Comercio Justo y del fortalecimiento de las organizaciones del Sur, que el modelo económico no es monolítico. Ambas visiones son diferentes pero comparten el ideal de luchar contra el poder absoluto y omnipresente del mercado que domina y explota a los pequeños productores¹²².

¹²¹ El Comercio Justo forma parte de un movimiento más extenso de comercio alternativo que incluye otras modalidades de comercio y que operan bajo una serie de valores diferentes a los del comercio tradicional, poniendo a las personas, su bienestar y la preservación del medio ambiente antes que la sola búsqueda de ganancia.

¹²² Marie-Christine Renard. “Fair trade: quality, market and conventions”, en *Journal of Rural Studies*. No. 19, 2003, p .91.

Sin embargo, para esta investigación, se decidió tomar como definición oficial de Comercio Justo la que nos brinda FINE¹²³ y que es aceptada por la mayoría de las organizaciones de Comercio Justo:

“El Comercio Justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur.

Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, se comprometen activamente a apoyar a los productores, a sensibilizar a la opinión pública y a llevar a cabo campañas a favor de cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional.

El modelo propuesto por el Comercio Justo ofrece un sistema comercial en el que productores, comerciantes y consumidores comparten las ganancias de manera igualitaria. Así, el Comercio Justo pretende aumentar tanto los ingresos como las posibilidades de elegir de los grupos productores, y de manera más general, contribuir a atenuar la pobreza del Sur y devolver la dignidad a los productores. El Comercio Justo se basa en las capacidades de los productores, por eso las comunidades juegan un papel muy importante a la hora de contribuir a su propio desarrollo. Para conseguir estas metas, el Comercio Justo brinda a los productores marginados un mercado protegido y les ayuda a potenciar las capacidades y conocimientos necesarios para entrar en el mercado convencional de las exportaciones”¹²⁴.

Así, el Comercio Justo se guía por el hecho de que, a través de sus mecanismos específicos, los campesinos y los pequeños productores de zonas empobrecidas del Sur

¹²³ FINE es una plataforma común de trabajo entre la cuatro organizaciones sobrillas de Comercio Justo más importantes: FLO, IFAT, NEWS! y EFTA. *Infra.*, p. 73.

¹²⁴ Jean-Marie Krier (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. Op. cit.*, p. 26.

encuentran una manera de vivir dignamente; los consumidores obtienen productos de calidad, tanto medioambiental como social; se recupera el vínculo entre el productor y el consumidor, desapareciendo muchos intermediarios que existen en el comercio tradicional; y se demuestra que es posible hacer compatibles los criterios económicos con los sociales y los ecológicos¹²⁵. Para lograrlo, se deben cumplir las siguientes condiciones:

- Garantizar un salario justo a los productores;
- Las organizaciones productoras deben destinar parte de los beneficios a las necesidades básicas de las comunidades en materia de sanidad, educación, vivienda, formación laboral, etc.;
- Entre la importadora y la organización productora deberá establecerse una relación comercial a largo plazo y que garantice una parte del pago de los productos por adelantado. Esto favorecerá el desarrollo autónomo de los productores ya que disminuirá su dependencia de préstamos con elevados intereses y permitirá una mejor planificación de la producción;
- Evitar la explotación infantil;
- Proteger el medio ambiente¹²⁶;
- Promover la participación democrática en el seno de las organizaciones así como la igualdad entre el hombre y la mujer¹²⁷.

Cabe recordar que el Comercio Justo no tiene planteamientos transgresores ni pretende invertir el orden económico y social mundial, pero sí intenta transformar

¹²⁵ Pablo Cabrera *et. al.* “Preguntas y respuestas sobre el comercio justo”, en Gonzalo Fichar y Pablo Cabrera (coords.). *Comercio Justo ¿Una alternativa real?*. Fundación CIDEAL y SETEM, Madrid, 2002, p. 48.

¹²⁶ Uno de los puntos fundamentales del Comercio Justo, además del aspecto del precio y de la aproximación entre productores y consumidores, es el medio ambiente. Se cree que sin dicha relación la concepción de desarrollo estaría incompleta, por lo que se apoya a las cooperativas y se promueve que las empresas utilicen métodos de producción que sean respetuosos con el medio ambiente.

¹²⁷ Pablo Cabrera *et.al.* *Op cit.*, p. 50.

indirectamente la sociedad a través de un modelo más equitativo y sustentable en donde las relaciones comerciales sean más justas, éticas y solidarias.

Tampoco debe interpretarse el Comercio Justo como un mecanismo de ayuda sino de solidaridad ya que, como dice Nico Roozen, uno de los fundadores de la iniciativa de Comercio Justo Max Haavelar, “el que recibe ayuda se convierte en objeto pasivo del apoyo ofrecido por el donante. [...] con este modelo de ayuda, pese a todas las buenas intenciones, los receptores son privados de su dignidad. El dinero fácil termina por destruir la dinámica social. Además, los fondos auxiliares dan lugar a una nueva forma de dependencia. Y eso es justamente lo que queremos evitar, de modo que podamos crear la base para unas relaciones más justas entre el Norte y el Sur”¹²⁸. De igual manera, los campesinos afirman que “no estamos interesados en recibir donaciones. No somos mendigos. Si ustedes nos pagaran un precio justo por nuestro café, podríamos defendernos sin más apoyo”¹²⁹.

El Comercio Justo es un movimiento porque integra una acción y coordinación colectiva internacional que hace del acto de comprar una acción política que, a su vez, intenta demostrar que las relaciones económicas no siempre son de libre competencia ni que siguen la mecánica de los paradigmas de la teoría económica neoclásica. Es decir, pretende enseñar que ni la ley de la oferta y la demanda ni los mandatos de las transnacionales son inevitables¹³⁰. Así, el objetivo del movimiento es no transferir los costos a los productores del Sur (es decir, evitar un “mecanismo que permite a los países pobres pagar cuando compran y cuando venden también”¹³¹), tomar en cuenta los costos

¹²⁸ Nico Roozen y Frans VanderHoff. *La aventura del Comercio Justo. Una alternativa de globalización, por los fundadores de Max Havelaar*. Ed. El Atajo, México, 2002, p. 10.

¹²⁹ *Ibid.*, p. 28.

¹³⁰ Marie-Christine Renard. *Op .cit.*, p. 95.

¹³¹ Banco Mundial, citado por Santiago Martínez Orozco. *Comercio Justo, Consumo Responsable*. Intermón, Barcelona, 2000, p. 25.

sociales¹³² y ecológicos¹³³ de producción y ver el comercio, llevado a cabo de una manera más equitativa, como una herramienta para el desarrollo.

Finalmente, cuando se hable en esta investigación sobre el *movimiento del Comercio Justo*, se referirá a la red formal de organizaciones no gubernamentales que conecta a productores del Sur con consumidores del Norte, a través de un sistema de reglas de comercio justo y que, en los últimos años con algunos productos en específico, se ha identificado con sellos o “labells” de calidad¹³⁴.

¹³² Muchas veces, los costos reales o sociales del trabajo no se toman en cuenta a la hora de formular precios ya que éstos son transferidos a los obreros y productores, manifestándose en malas condiciones de trabajo, bajos sueldos, jornadas laborales inhumanas y labor infantil. A su vez, los costos sociales también generan subdesarrollo y socavan la salud, la educación y la resistencia económica. En conjunto, estos factores obstaculizan el desarrollo de la sociedad como un todo y traen consigo otros problemas más graves fruto de la reconstrucción del tejido social.

¹³³ La gran mayoría de las veces, los costos relacionados con la conservación del medio ambiente no son incluidos cuando se fijan los precios. Así, el suelo, las aguas subterráneas y el aire son contaminados sin que los costos de reparación y prevención sean tomados en cuenta haciendo con que la competitividad se haya logrado a expensas, también, del medio ambiente.

¹³⁴ El movimiento del Comercio Justo puede ser interpretado de una manera más amplia y usado para englobar a diversas iniciativas dirigidas por gobiernos del Sur, organizaciones internacionales y ONG's, con el propósito de usar mecanismos como la regulación de mercado y los tratados internacionales para proteger a los agricultores marginados del Sur de las externalidades del comercio internacional, del poder de las grandes corporaciones y de las naciones más ricas. Sin embargo, para fines de este trabajo, nos enfocaremos a una de las muchas iniciativas dentro del más amplio movimiento de comercio justo, que se encuentra organizada en redes con reglas específicas y sellos de certificación. Ver Garvin Fridell. “Comercio Justo, Neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica”, en *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, no. 24, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Quito, 2006, pp. 43-57, disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/>, consultado el 19 de abril de 2007.

LAS DIMENSIONES DEL COMERCIO JUSTO

- Sólo en Europa, los productos de Comercio Justo se venden en 79.000 establecimientos, mientras que las tiendas solidarias (aproximadamente 2800) mantienen relaciones con más de 800 colectivos y productores del sur, calculándose que más de cinco millones de personas en dichos países se benefician del Comercio Justo¹³⁵.
- Respecto a las ventas, de acuerdo con el anuario de EFTA del 2001, cerca de 260 millones de Euros son el valor anual agregado de las ventas al detal en tiendas solidarias y supermercados en Europa; mientras que en Estados Unidos y Canadá, las ventas de Fairtrade Federation alcanzaron 100 millones de Dólares.
- De acuerdo con Fair Trade Federation (2004) las ventas de productos del Comercio Justo crecen cerca de 40% cada año en América del Norte y el Pacífico¹³⁶.
- En los últimos cinco años, la venta de productos del Comercio Justo en Europa ha incrementado 154%, representando un crecimiento promedio anual del 20%¹³⁷.
- Solo en Estados Unidos, el consumo de café producido bajo los criterios del Comercio Justo creció 79% entre el 2000 y el 2001¹³⁸.
- En Europa, el movimiento del Comercio justo cuenta con 100,000 voluntarios¹³⁹.
- Los productos que contienen algún sello de Comercio Justo pueden ser encontrados en aproximadamente 55,000 supermercados en toda Europa¹⁴⁰.
- Entre 2004 y 2005, las ventas de productos con el Sello de Comercio Justo Fairtrade en todo el mundo incrementaron en un 32% superando las 168,863 Toneladas¹⁴¹

¹³⁵ Santiago Martínez Orozco. *Op cit.*, p. 23. Y Jean-Marie Krier. "Fair Trade in Europe 2005". FLO, IFAT, NEWS! Y EFAT, Bruselas, noviembre de 2005, p. 7. Disponible en www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/FT-E-2006.pdf, consultado el 22 de abril de 2007.

¹³⁶ Maria L. Loureiro y Justus Lotade. "Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience?", en *Ecological Economics*. No 53, 2005, p. 129, disponible en www.sciencedirect.com, consultado el 9 de agosto de 2006.

¹³⁷ Jean-Marie Krier. *Op. cit.*, p. 7.

¹³⁸ Maria L. Loureiro y Justus Lotade, *Op. cit.*, p. 130.

¹³⁹ Jean-Marie Krier. *Op. cit.*, p. 7.

¹⁴⁰ *Ibidem.*, p. 7.

¹⁴¹ Sitio oficial de Fairtrade Labelling Organizations (FLO). Disponible en www.fairtrade.net, consultado el 22 de abril de 2007.

- En la actualidad, el Comercio Justo es un mercado alternativo pequeño pero significativo, representando el 0.01% del comercio mundial¹⁴².

2.1.2 Principales productos

Inicialmente, el movimiento del Comercio Justo comercializaba casi exclusivamente artesanías; hoy en día, la comercialización ha estado vinculada principalmente a los productos agrícolas enfocados a la alimentación (Figura 1). Sin embargo, ante el crecimiento del mercado y del movimiento en los últimos años, otros productos, con mayor valor agregado y no necesariamente agrícolas, se han sumado a la lista de productos que se comercializan bajo este modelo, aumentando su diversidad.

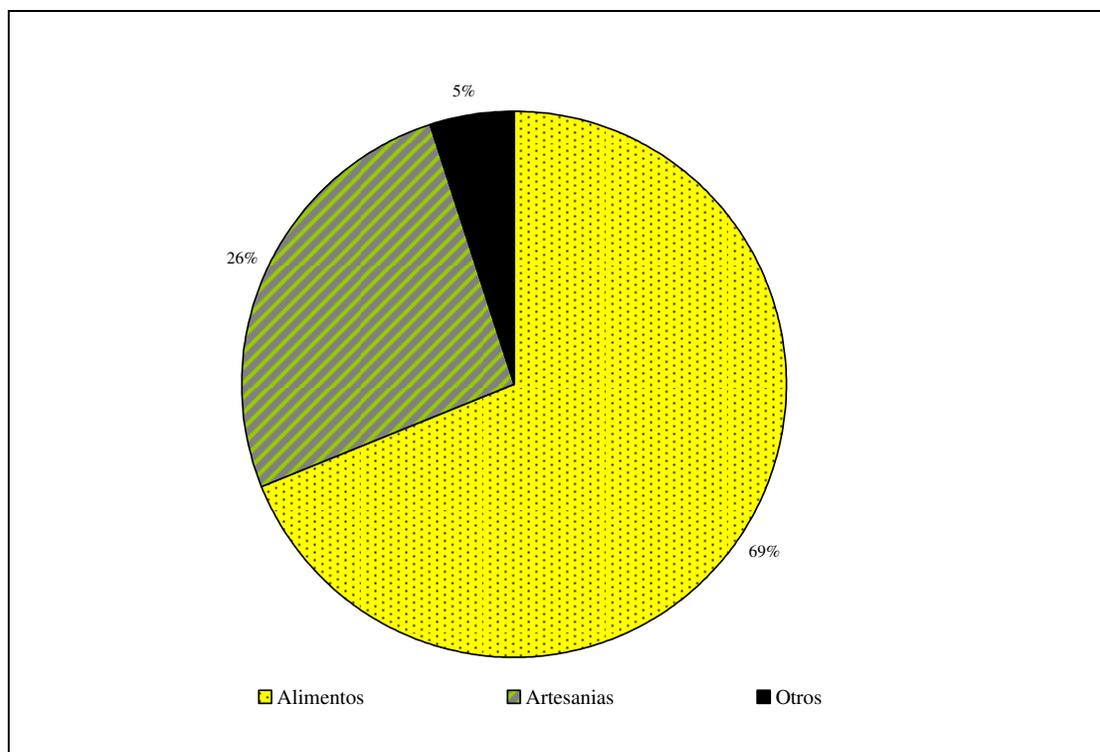
Así, los productos que ahora podemos encontrar tanto en tiendas especializadas en comercio alternativo como en supermercados, se pueden agrupar en cuatro categorías:

- Alimentación: café, plátanos, chocolate, té, azúcar, mermeladas, galletas, miel, arroz, ron, vino, cereales, especias, frutos secos, vinagre, salsas, etc.
- Textiles: prendas de vestir, pañuelos, tapices, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, etc.
- Artesanías: bisutería, joyería, marroquinería, artículos para el hogar (bandejas, vasos, jarras, platos, juegos de té, jarrones, marcos de fotos, candelabros), útiles de cocina, cestas, juguetes, muñecos, móviles, material de papelería, instrumentos musicales, máscaras, etc.
- Otros: muebles (mesas de comedor, recibidores, consolas, estanterías, cabeceros, mesas de noche, armarios, espejos, mesas plegables, etc.), música, libros, juegos infantiles, juegos de mesa, velas, balones de fútbol, atriles, hamacas, etc.¹⁴³.

¹⁴² Jean-Marie Krier (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003*. Op. cit., p. 25.

¹⁴³ Pablo Cabrera, et al. *Op. cit.*, p. 73. Y Anuario EFTA 2001, citado en CIAT. “¿Qué es el Comercio Justo?”. Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/comercio_justo/definicion.htm, consultado el 15 de abril de 2007.

Figura 1: Porcentaje de participación de los productos comercializados en las redes de Comercio Justo



Fuente: Anuario EFTA 2001, citado en CIAT. “¿Qué es el Comercio Justo?”. Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/comercio_justo/definicion.htm, consultado el 15 de abril de 2007.

Los productos comercializados bajo el sello del Comercio Justo que están más firmemente establecidos en el mercado son: el café, considerado el producto más importante dentro del movimiento tanto en términos de volumen (80%) como en número de países involucrados¹⁴⁴; el plátano, que con el sello Max Havelaar se ha ganado 16%

¹⁴⁴ Marie.Christine Renard. “Quality certification, regulation and power in fair trade”, en *Journal of Rural Studies*. No. 21, 2005, p. 420.

del mercado Suizo, 4% del mercado alemán y 1.5% del mercado danés¹⁴⁵; el té en Alemania con el 3% del mercado y la miel en Suiza con el 6%¹⁴⁶.

2.2. Orígenes del Comercio Justo

2.2.1 Primera parte: los inicios en el comercio alternativo:

No existe, dentro de la historia del movimiento del Comercio Justo, una fecha exacta de nacimiento. Sin embargo, se puede decir que el amplio movimiento por un comercio más justo tiene sus inicios en las primeras Organizaciones de Comercio Alternativo (llamadas también Alternative Trade Organizations, ATOS, por sus siglas en inglés) que empezaron a operar desde finales de los años cuarenta en Estados Unidos y en los años sesenta del siglo pasado en Europa. Estas organizaciones, muchas de ellas de carácter religioso, vendían artesanías que adquirían a través de la compra directa de los productores en desventaja del Sur.

Por un lado, algunas ATOS buscaban ayudar a los países subdesarrollados o en vías de desarrollo del Sur, enviando los ingresos obtenidos de la venta de los productos para que fueran utilizados en proyectos sociales; Por el otro, algunas organizaciones, más que simplemente promover el bienestar de los productores desfavorecidos del Sur, actuaban en solidaridad con algunos movimientos sociales en específico, buscando mercado para los productos de los países que se encontraban excluidos de los canales tradicionales del comercio por razones políticas, como sucedió con la importación de café del gobierno sandinista¹⁴⁷.

¹⁴⁵ R. Belling, citado en Marie-Christine Renard. "Fair trade: quality, market and conventions". *Op. cit.*, p. 90.

¹⁴⁶ Orlando Lara Pineda. "El comercio Justo en Europa. Evolución, Funcionamiento, estructura institucional y tendencias". CIAT, 2000, p. 22.

Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/sistema_cj/documentos.htm, consultado el 10 de abril de 2005.

¹⁴⁷ Marie-Christine Renard. "Fair trade: quality, market and conventions". *Op. cit.*, p. 89.

Así, en sus inicios, el movimiento del Comercio Justo, además de las acciones llevadas a cabo por las ATOS, se basó también en la idea del intercambio desigual entre el Norte y el Sur, declarándose en contra de las políticas de “ayuda” en las que los gobiernos del Norte gastaban millones en proyectos para fomentar el desarrollo, pero no iban más allá de estos paliativos caritativos y no cambiaban el estado de deterioro de los términos de intercambio de los productos primarios de exportación¹⁴⁸. Esta idea se vio reflejada en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)¹⁴⁹, llevada a cabo en 1964, en la cual los países del Sur pidieron relaciones comerciales internacionales más justas, que les permitieran desarrollarse económicamente, más que recibir ayuda internacional o ser objeto de políticas de cooperación¹⁵⁰. Fue en esta Conferencia cuando el término “comercio justo” apareció por primera vez en un foro político mundial.

Poco a poco, algunas organizaciones fueron abandonando el carácter asistencialista de sus acciones y empezaron a profundizar sus relaciones con las cooperativas del Sur, transformándose en las primeras importadoras de Comercio Justo. Así fue como surgieron en los años sesenta algunas organizaciones importantes como la primera importadora de Comercio Justo: Fair Trade Organisatie en Holanda; La primera tienda de productos de comercio justo en el mismo país¹⁵¹; y Oxfam¹⁵², conocida hoy mundialmente por sus acciones en pro del Comercio Justo. En poco tiempo, el

¹⁴⁸ *Ibid.*, p. 89.

¹⁴⁹ Un concepto clave en la UNCTAD fue el de “intercambio desigual”, promovido por el fundador y Secretario general de la Conferencia, Raúl Prebisch, quién afirmó que el subdesarrollo en el Sur se debía, primeramente, a un intercambio desigual generado por el deterioro relativo de los precios de los productos primarios producidos en el Sur en relación a los productos manufacturados producidos en el Norte. Ver Garvin Fridell. *Op. cit.*, p. 46.

¹⁵⁰ Pablo Cabrera, *et. al. Op. cit.*, p. 45.

¹⁵¹ Dicha tienda fue inaugurada en 1969 y posteriormente a su apertura, el movimiento de las tiendas alcanzó un rápido crecimiento: en dos años, tan solo en Holanda, llegaron a ser ciento veinte tiendas.

¹⁵² Oxfam (Oxford Comité for Famine Relief) fue fundada en Bélgica en 1964, inspirada por la acción de su organización hermana en el Reino Unido, creada en 1942 en Oxford, la cual prestaba ayuda a la población en Grecia afectada por la ocupación nazi.

movimiento se extendió por los demás países de Europa, en Estados Unidos, en Japón y en Canadá.

2.2.2. Segunda parte: La segunda generación del Comercio Justo. Del afianzamiento de las organizaciones al nacimiento de los sellos de calidad.

A partir de la década de los ochenta, el movimiento del Comercio Justo se fortaleció desde las organizaciones, que empezaron a enfocar su atención exclusivamente al desarrollo del Comercio Justo y de sus relaciones con los productores del Sur, que cumplían con una serie de criterios más definidos y establecidos. Es también durante este periodo, a consecuencia de la creciente demanda de productores del Sur de tener más acceso a los mercados del Norte, que el movimiento empieza a expandirse en número de involucrados y en volumen de productos. Sin embargo, hasta ese entonces, el Comercio Justo solamente vendía sus productos a través de circuitos alternativos (llamados también “tiendas mundo”) de personas comprometidas con la búsqueda por equidad en las relaciones Norte-Sur.

Así, ante la necesidad de llegar a más consumidores, de incrementar la gama de productos y de mantener los criterios del Comercio Justo a salvo de la distorsión de quienes quisieran aprovecharse de su crecimiento y aceptación, se crearon los sellos o “labels” de calidad del Comercio Justo, los cuales certificaban que tanto la producción como la comercialización hubieran respetado los criterios del movimiento. El primero de ellos fue llamado Max Havelaar, creado en Holanda en 1988 después de que una cooperativa mexicana de café solicitara comercializar en mayores cantidades su producto en Europa. Desde su aparición, los sellos de Comercio Justo se difundieron rápidamente y se crearon más de diecisiete iniciativas nacionales, de los cuales hablaremos más detenidamente cuando expliquemos el papel de los sellos en el esquema del Comercio Justo¹⁵³.

¹⁵³ *Infra.*, apartado 24.2. Los sellos de Comercio Justo y la certificación, p. 99.

Ante la expansión del movimiento del Comercio Justo, las organizaciones también empezaron a coordinar su trabajo internacionalmente a través de las organizaciones llamadas “sombrillas”, las cuales articulaban los diferentes organismos e instituciones relacionados con el movimiento. Así nacieron EFTA (European Fair Trade Association), para coordinar y complementar el trabajo y evitar la duplicación de esfuerzos de diez organizaciones de comercio alternativo de Europa; e IFAT (Internacional Federation for Alternative Trade), componiendo una red de ciento cincuenta organizaciones en cuarenta y siete diferentes países, con el objetivo común de mejorar las condiciones de vida de los menos privilegiados del Sur a través del comercio alternativo y del intercambio de información¹⁵⁴. Paralelamente, las organizaciones empezaron a llevar a cabo campañas de promoción y sensibilización entre los consumidores, al igual que mejoraron la calidad de los productos y desarrollaron nuevos artículos.

Hoy en día el movimiento del Comercio Justo ha crecido y se ha diversificado: existe en catorce países europeos, en Estados Unidos, Canadá y Japón, donde podemos encontrar más de cien diferentes productos, desde café hasta balones de fútbol.

2.3. Los actores del Comercio Justo

2.3.1. Los productores

El Comercio Justo centra sus esfuerzos y privilegia a los pequeños productores que han sido excluidos del sistema del comercio internacional y que tienen dificultades de acceso al mercado; Los productores son, de alguna manera, la razón de ser del Comercio Justo. Existe una gran diversidad de productores en los países del Sur: pueden estar organizados en familias, cooperativas, federaciones, talleres, empresas, etc. y lo hacen porque individualmente, debido a razones geográficas, económicas, por falta de experiencia o de recursos, no podrían acceder al mercado y mejorar las condiciones de

¹⁵⁴ IFAT, citado por Marie-Christine Renard, “Fair trade: quality, market and conventions”. *Op. cit.*, p. 89.

vida de sus comunidades. El tamaño es igualmente variable en los que podemos encontrar macro organizaciones como el Frente Solidario de Pequeños Cafeteros de América Latina, que reúne a 200.000 cafetaleros¹⁵⁵; y grupos tan pequeños como los diversos colectivos de artesanos formados normalmente por una pequeña cantidad de personas.

Para que los productores puedan participar en el esquema del Comercio Justo deben seguir una serie de criterios:

- Organizarse en cooperativas o pequeñas empresas que promuevan la participación, la equidad y su funcionamiento de manera democrática.
- Hacer con que las labores se lleven a cabo en condiciones sociales y laborales dignas que rechacen la explotación laboral de niños y las discriminaciones por razón de género, generando así un entorno social de respeto.
- Promover un desarrollo ecológicamente sostenible evitando así practicar los monocultivos y desplazar suelos que estén dedicados a la alimentación de las propias colectividades, de igual manera no deben utilizar pesticidas o herbicidas que puedan acabar provocando problemas de deforestación y de contaminación de los suelos.
- Buscar el desarrollo integral de las comunidades incrementando el nivel de vida de manera sostenida, por lo que se deberá invertir parte del dinero obtenido en proyectos para la comunidad como lo son escuelas, centros de salud, talleres para mujeres, infraestructuras, etc.
- Proteger los derechos humanos, sobre todo el de los niños, niñas, mujeres y pueblos indígenas y minoritarios;
- Respetar el entorno cultural;
- Elaborar productos de calidad¹⁵⁶.

¹⁵⁵ “El comercio justo en el Sur: Empresas para la gente”. Disponible en www.eurosur.org/EFTA/c2.htm, consultado el 26 de junio de 2007.

¹⁵⁶ Santiago Martínez Orozco, *Op. cit.*, pp. 26-27.

Como cualquier otra organización de productores que participa en el comercio convencional y que se dedican a la comercialización de productos, las organizaciones que abastecen el Comercio Justo lo hacen para obtener un beneficio económico. Sin embargo, lo que las diferencian es que deben destinar una parte de estos beneficios a fines sociales como la educación, la salud y la formación profesional de la propia comunidad¹⁵⁷. Así, se promueve que las organizaciones de productores logren no solo la sustentabilidad económica, sino ambiental y social.

Normalmente, los grupos u organizaciones de productores participantes en este esquema tienen en común, en mayor o menor medida, la pobreza y deben trabajar juntos para eliminarla y fomentar el desarrollo sustentable¹⁵⁸ de la comunidad, que ayude, además de los puntos anteriormente mencionado, a conservar su identidad cultural. Así, el Comercio Justo parte del supuesto de que los productores no trabajan sólo con el objetivo de obtener ingresos que cubran sus necesidades básicas, sino que lo hacen para mejorar las condiciones de vida de la comunidad en la que habitan, así como promover y participar en su desarrollo.

¹⁵⁷ Cabrera Pablo, et al. *Op. cit.*, p. 57.

¹⁵⁸ El Desarrollo sustentable es un término que se encuentra estrechamente vinculado con el de Comercio Justo y que se promovió a partir del informe de la Comisión Brundtlan de 1987, en el cual se afirma que “debemos satisfacer las necesidades de esta generación sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para cubrir sus propias necesidades”. A su vez, Hernández-Vela describe al Desarrollo Durable como: “la más cabal noción de desarrollo, vinculado indisolublemente a la durabilidad, difundida y amplificada por el Programa 21 y la Declaración de Río de la Cumbre de la Tierra, [...] considerando al desarrollo tanto en función del hombre mismo como de su entorno, y definiendo como durable una evolución que permita cubrir las necesidades de las generaciones futuras”. Ver Edmundo Hernández-Vela. *Diccionario de Política Internacional*. Ed. Porrúa, 4ª ed., 1996, p. 202.

2.3.2. Las organizaciones de Comercio Justo: el importante papel de las importadoras

Dentro de la red de Comercio Justo, las organizaciones cumplen el importante papel de intermediarios entre el productor y el consumidor, acortando la distancia entre ellos: son el eje de este canal alternativo de distribución. Dichas organizaciones realizan diversos papeles llevando a cabo operaciones de importación y/o distribución mayorista y al detalle, que permiten que los productos de los pequeños productores del Sur lleguen a los mercados del Norte.

En general, existen cuatro tipos de organizaciones de Comercio Justo, las cuales asumen diferentes papeles dentro de esta cadena: organizaciones de productores, organizaciones importadoras, organizaciones de tiendas de comercio alternativo (conocidas también como Worldshops o tiendas-mundo), e iniciativas de sellos de Comercio Justo. En este apartado nos referiremos principalmente a las organizaciones importadoras, quienes son las que tienden el puente entre los productores del Sur y los consumidores del Norte.

Para que una organización importadora sea considerada de Comercio Justo, deben cumplir con los siguientes criterios:

- Pagar a los productores un precio justo por sus productos que les permita cubrir sus necesidades básicas, los costos de producción e invertir en la comunidad;
- Contactar y comprar directamente a las cooperativas para reducir lo más posible el número de intermediarios;
- Ofrecer a los productores un pago por adelantado (entre 40% y 50%) que permita afrontar los gastos de la producción o el acceso a créditos que sean compatibles con su situación económica;
- Mantener relaciones de trabajo y firmar contratos a largo plazo con los productores;

- Llevar a cabo la labor de sensibilización y lobbying político para facilitar la entrada de los productos del Comercio Justo en los mercados del Norte;
- Buscar un mercado seguro para los productores;
- Brindarles a los productores formación, asesoramiento técnico, investigación del mercado y del desarrollo de nuevos productos;
- Informar a los productores respecto a los mercados para sus productos;
- Brindar a las tiendas información sobre los productos y productores;
- Trabajar junto con los productores para mejorar los métodos de producción a nivel medioambiental;
- Reinvertir los beneficios en proyectos sociales;
- Ser transparentes en la gestión comercial y financiera, facilitando información a los productores y a las tiendas respecto a sus márgenes, a su gestión interna y las actividades de la importadora u organización;
- Funcionar bajo estructuras participativas y democráticas;
- Proteger los derechos humanos, promover la igualdad de oportunidades y la democracia en la toma de decisiones adentro de la misma organización¹⁵⁹.

Una de las principales funciones de las importadoras es la de ofrecer ayuda financiera por medio de préstamos, prefinanciación de sus compras o buscando fuentes externas de financiación¹⁶⁰. Esto debido a que uno de los mayores problemas a los que se enfrentan los pequeños productores es, precisamente, la dificultad para acceder a fuentes de financiación externas, por lo que con dicha ayuda, los productores se ven apoyados para pagar la materia prima y cubrir sus necesidades básicas durante el periodo de producción.

Otra función importante de las importadoras es que colaboran con los productores, mediante asistencia técnica, en su capacitación para que produzcan artículos de calidad y que puedan ser vendidos sin dificultad en el mercado. Cabe resaltar que la

¹⁵⁹ Pablo Cabrera, *et. al. Op. cit.*, p. 54.

¹⁶⁰ El pago por adelantado suele ubicarse, por lo menos, entre el 40% y el 50% del valor de la compra. Ver Pablo Cabrera, *et. al., Op. cit.*, p. 58.

calidad exigida en los mercados del Sur no siempre es la misma que las de los mercados del Norte, donde hay además, competencia con productores que pasan por severas pruebas de calidad. Así, una de las ventajas comparativas del Comercio Justo es el exhaustivo control de calidad realizado por las importadoras y que permite que los productos del Comercio Justo compitan en el mercado convencional.

Por otro lado, son las organizaciones importadoras las encargadas de avalar el cumplimiento de los criterios de Comercio Justo por parte de los productores y la procedencia de los artículos. Lo hacen a través de la realización de visitas a los centros de producción, auditorias, encuestas y presentación de informes. Sin embargo, a medida que el Comercio Justo ha ido creciendo, se han desarrollado nuevos mecanismos de control y seguimiento contra el mal uso del nombre del movimiento, por lo que los sellos de garantía, además de asegurar que los productos son elaborados y comercializados bajo las normas del Comercio Justo, facilitan su venta en los canales de comercialización convencionales, como son los supermercados.

2.3.3. Las tiendas de Comercio Justo

Las tiendas de Comercio Justo, conocidas también como Worldshops y gestionadas en su mayoría por ONGs, cumplen dos importantes funciones dentro del esquema del Comercio Justo: una es servir como punto de venta en donde los consumidores pueden adquirir productos; y la otra es ser un punto de información y un lugar donde se desarrollan actividades de sensibilización, difusión y campañas de presión.

Así, las tiendas tienen como objetivo tanto acercar el consumidor al productor como facilitar información sobre el lugar de origen del producto, quién lo produjo y bajo que condiciones. Esto trae como resultado el que exista un vínculo más directo entre productor y consumidor debido a que el producto deja de ser anónimo y empieza a tener

una historia detrás del producto, además de permitir al consumidor conocer las repercusiones de elegir el consumo responsable¹⁶¹.

Los criterios para que las tiendas puedan participar en el esquema del comercio justo son:

- Vender productos de Comercio Justo;
- Brindar información al público respecto a sus objetivos así como del origen de los productos, los productores y el comercio en general;
- Participar en las campañas que promuevan la mejora de la situación de los productores y que influyan en las políticas nacionales e internacionales;
- Ser abiertas y transparentes en su estructura y actividades;
- Estar atendida por personal que esté comprometido con los principios del Comercio Justo, sean voluntarios o pagados;
- Promover la participación de todos los empleados en la toma de decisiones que les afecte¹⁶².

Cabe destacar que las tiendas no importan los productos directamente sino que los adquieren a través de importadoras que son las que compran directamente a los productores. Así, es una función de las importadoras darle a las tiendas información sobre el origen, los productores, las condiciones y la calidad del producto para que las tiendas puedan pasar la información a los productores.

En los últimos años, sobre todo en Europa, los lugares donde los consumidores pueden adquirir productos de Comercio Justo se han extendido a establecimientos donde el comercio se lleva a cabo de manera tradicional, principalmente en supermercados. En los Países Bajos, el café puede ser encontrado en más de noventa supermercados y alcanza una cuota de mercado del 2,7%, mientras que en Suiza, los plátanos tienen una cuota de 16%. Otros productos que ya pueden ser encontrados en los supermercados

¹⁶¹ Pablo Cabrera *et. al. Op. cit.*, p. 68.

¹⁶² *Ibid.*, p. 55.

Europeos son el chocolate, el té, la miel, mermeladas, galletas, cereales, arroz, y el azúcar¹⁶³.

Respecto al número de tiendas, algunos datos reflejan la expansión de los puntos de venta de productos de Comercio Justo en algunos países europeos: En Finlandia hay más de treinta tiendas y se pueden encontrar productos de Comercio Justo en más de dos mil supermercados; en los Países Bajos hay aproximadamente cuatrocientas tiendas de Comercio Justo y más de dos mil supermercados que comercializan dichos productos; ya España encontramos unas sesenta tiendas y cerca de seiscientos supermercados que ofrecen la opción del Comercio Justo a sus consumidores¹⁶⁴.

2.3.4. El consumidor y el consumo consciente y responsable

Uno de los beneficios del Comercio Justo es, precisamente, la generación de una nueva relación, más directa, entre el consumidor y el productor. Dicha relación le da al consumidor la posibilidad de adquirir, a través del hábito cotidiano de consumo, un producto que, además del valor comercial, contiene una historia y un nuevo valor social y ambiental. Así, uno de los objetivos del movimiento del Comercio Justo es hacer del consumo consciente y responsable un medio para que los consumidores participen en el proceso de cambio en las condiciones de trabajo de los productores, en el desarrollo sustentable de sus comunidades y en una relación Norte-Sur menos injusta.

El consumo consciente y responsable se define como “la elección de los productos no sólo (respecto a la) calidad/precio, sino también sobre la base de la historia de los productos mismos y la conducta de las empresas que nos los ofrecen [...]. El principio fundamental del consumo consciente y responsable es tomar conciencia de que cada persona es corresponsable de los efectos sociales y ecológicos de la producción”¹⁶⁵.

¹⁶³ *Ibid.*, p. 69.

¹⁶⁴ *Ibid.*, p. 70.

¹⁶⁵ Santiago Martínez Orozco. *Op. cit.*, p. 93.

Así vistos de manera conjunta, “el Comercio Justo y el consumo consciente y responsable asumen como reto la idea de una coordinación permanente Sur-Norte, entre sujetos y sectores que, aún localizados en diferentes espacios, están interesados en una modificación de los mecanismos económicos mundiales”¹⁶⁶.

Idealmente, los consumidores deberían tener acceso a más información sobre los productos que consumen: quienes fabrican los productos, en que condiciones laborales, con que salarios, a que protecciones laborales tienen acceso, etc. Pero la realidad es otra y apenas podemos ver en que país fueron producidos. Es por ello que las etiquetas de Comercio Justo son un elemento de facilita la toma de decisión a la hora de consumir ciertos productos.

Por otro lado, no se puede generar de la nada un grupo de consumidores críticos y socialmente comprometidos, así como un mercado para productos producidos de manera “justa”. Esta es una demanda que debe ser creada, por lo que informar al consumidor acerca de las injusticias del mercado y de las condiciones de pobreza en la que viven miles de productores del Sur es una tarea fundamental que debe ser llevada a cabo, sobre todo, por las organizaciones que participen en el esquema del Comercio Justo, bajo el lema “no se compra algo, sino algo a alguien”¹⁶⁷. De ahí la relación directa entre el consumo responsable y el movimiento del Comercio Justo.

¹⁶⁶ *Ibid.*, p. 98.

¹⁶⁷ Nico Roozen y Frans VanderHoff. *Op. cit.*, p. 83.

2.3.5. Principales organizaciones internacionales *sombrilla* de Comercio Justo: International Federation for Alternative Trade (IFAT), Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), European Fairtrade Association (EFTA), Network of European Worldshops (NEWS) y FINE

Las organizaciones de las cuales hablaremos a continuación, llamadas también organizaciones “sombrilla”, coordinan a nivel internacional el trabajo de diversas organizaciones, importadoras y tiendas de Comercio Justo con el fin de promover el movimiento, intercambiar información, brindar apoyo a los productores, generar economías de escala (para abaratar los costos) y realizar acciones de cabildeo con actores públicos y privados, entre otras actividades que realizan en conjunto.

El trabajo de estas organizaciones muchas veces encuentra caminos paralelos y de cooperación, mediante los cuales buscan dar respuesta a las constantes problemáticas relacionadas con el movimiento, así como hacerlo más eficiente, garantizando al mismo tiempo, el cumplimiento de los criterios establecidos para cada eslabón de la cadena del Comercio Justo.

IFAT:



Creada en 1989 con sede en Holanda, la Federación Internacional de Comercio Alternativo IFAT¹⁶⁸ (International Federation for Alternative Trade, por sus siglas en inglés, llamada también Fair Trade Association) es una red global de organizaciones de Comercio Justo que aglutina la mayor parte de los productores y comercializadores de Comercio Justo a nivel mundial. Integrada por trescientas organizaciones en setenta

¹⁶⁸ Ver sitio oficial de Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT). Disponible en www.ifat.org, consultado el 5 de marzo de 2007.

países alrededor del mundo¹⁶⁹ que promueven la cadena del Comercio Justo, IFAT opera como un forum de intercambio de información y de ideas, conformando la red o coordinadora internacional más antigua dentro del movimiento. Por su trayectoria y reputación, el Código de Práctica de IFAT¹⁷⁰ es el documento que le proporciona a muchas organizaciones la filosofía básica y los principios comunes del Comercio Justo.

Entre sus miembros podemos encontrar a cooperativas y asociaciones de productores, importadoras, compañías de marketing y exportación, vendedores, redes nacionales y regionales de comercio Justo e instituciones financieras que siguen los principios del Comercio Justo y que buscan trabajar “para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los más desfavorecidos en los países en vías de desarrollo, y para cambiar las estructuras injustas del comercio internacional”¹⁷¹. IFAT procura también, mantener la filosofía del Comercio Justo y constituirse como centro de información, actuando así, como un grupo de influencia en los foros mundiales y de referencia para las organizaciones.

A través de conferencias bianuales internacionales (que son el equivalente a sus Asambleas Generales donde se toman las decisiones) y de conferencias regionales, IFAT vincula a sus miembros, discute temas afines al Comercio Justo, desarrolla mercados y estrategias e incentiva la cooperación a nivel regional, promoviendo así el desarrollo del Comercio Justo y las oportunidades de los pequeños productores marginados del Sur. Actualmente IFAT cuenta con tres instancias regionales: en América Latina, África y Asia, que buscan desarrollar, solucionar los problemas y vincular a los productores y organizaciones en



¹⁶⁹ IFAT es una organización que busca integrar a organizaciones tanto del Norte como del Sur. Así, entre sus miembros encontramos que aproximadamente el 65% tiene base en el Sur (Asia, Medio Oriente, África y Sudamérica), mientras que el resto se encuentran en Norte América, el Pacífico y Europa.

¹⁷⁰ Ver anexo 1.

¹⁷¹ Pablo Cabrera, *et. al.* “Instancias de coordinación”. *Op. cit.*, p. 89.

esas respectivas regiones¹⁷².

Para incrementar y mantener la confianza pública en el Comercio Justo, además de que sus miembros se comprometen a ser abiertos, transparentes y responsables, IFAT sigue un *Sistema de Monitoreo* que consta de tres partes: auto evaluación, revisión mutua y verificación externa, para comprobar que los estándares sean cumplidos por todos los miembros, sean estos productores, organizaciones, importadores o vendedores¹⁷³.

IFAT tiene también su propio sello, llamado FTO Mark (Fair Trade Organization, por sus siglas en inglés), creado en 2004 y que identifica a más de ciento cincuenta organizaciones de Comercio Justo registradas bajo este sello de calidad. Este sello no es utilizado para productos, sino para identificar y dar reconocimiento organizaciones de Comercio Justo, quienes pueden usarlo en sus páginas de Internet, carteles o materiales de promoción. Podrán acceder a este sello todos los miembros registrados que hayan pasado y aprobado la primera etapa (auto evaluación) del Sistema de Monitoreo¹⁷⁴.

Desde el 2001, IFAT organiza el “Día del Comercio Justo”, celebrado internacionalmente todos los segundos sábados de mayo, como un llamado a festejar a todas las organizaciones de Comercio Justo, a comprar más productos a través de las tiendas de Comercio Justo e incentivar que las empresas convencionales vendan más productos que formen parte de dicha red¹⁷⁵. Así, con iniciativas de promoción y de

¹⁷² Para conocer más a profundidad las iniciativas a nivel regional consultar: América Latina (<http://www.ifat-la.org/>), África (<http://catgen.com/cofta/EN/>), y Asia (<http://catgen.com/aftf/EN/>), consultadas el 20 de marzo de 2007.

¹⁷³ Más información sobre el sistema de monitoreo de IFAT disponible en http://www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=68#ste1, consultada el 20 de marzo de 2007.

¹⁷⁴ Más información respecto a la utilización del sello de IFAT disponible en http://www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=3&Itemid=16, consultada el 20 de marzo de 2007.

¹⁷⁵ Sitio oficial World Fair Trade Day 2007. Disponible en <http://www.wftday.org/english/index.htm>, consultado el 15 de abril de 2007.

intercambio de información, IFAT es una de las organizaciones sombrilla más reconocidas e importantes dentro del movimiento del Comercio Justo.

EFTA:

Establecida informalmente en 1987 y formalmente en 1990, EFTA (Fundación Europea de Comercio Alternativo)¹⁷⁶ es una asociación, con base en Holanda, de once



importadoras establecidas en nueve países europeos (Austria, Bélgica, España, Alemania, Francia, Italia, Holanda, Suiza y Reino Unido) quienes, a su vez, mantienen relaciones comerciales con más de seiscientas cooperativas o asociaciones de productores de América Latina, Asia y África.

El objetivo de esta organización es “hacer la importación de productos de Comercio Justo más eficiente, eficaz y efectiva”¹⁷⁷, a través de la colaboración entre sus miembros, del intercambio de información y de la armonización de criterios, principios y medios de control de la red de Comercio Justo.

Entre las actividades llevadas a cabo por EFTA, además de la coordinación respecto a la importación entre sus miembros, encontramos: la implementación de políticas y estrategias comunes, la búsqueda de apoyo conjunto a los productores, la lucha por la adopción de los principios del Comercio Justo en las prácticas comerciales comunes, trabajo de negociación y presión política (sobre todo con la Comisión Europea y el Parlamento Europeo), la coordinación de acuerdos comerciales, la obtención de recursos, el apoyo para la realización de campañas conjuntas, y la comunicación constante con los productores, a quienes brindan apoyo técnico, capacitación en los métodos de agricultura orgánica y técnicas textiles, y ayuda en cuestiones de manejo financiero, contabilidad y estructura organizativa¹⁷⁸.

¹⁷⁶ Ver sitio oficial de EFTA. Disponible en <http://www.european-fair-trade-association.org/>, consultada el 22 de abril de 2007.

¹⁷⁷ Pablo Cabrera, *et. al.* “Protagonistas en el Comercio Justo”. *Op. cit.*, p. 32.

¹⁷⁸ Ruben Catillo Morales. *Esquema de Comercio Justo, nueva opción de mercados internacionales para cafeticultores mexicanos marginados*. Tesina de Licenciatura en Relaciones Internacionales, UNAM-FCPyS, México, 2004, p. 41.

Así, EFTA funge como una de las principales organizaciones sombrilla a nivel europeo, coordinando el trabajo de las importadoras de los países del Norte que más consumen productos de Comercio Justo, alcanzando importantes acuerdos con las instituciones de la Unión Europea y logrando llevar a cabo una importante labor de comunicación e intercambio con los productores del Sur.

NEWS!:

NEWS! (Network of European Worldshops), fundada en 1994, es la organización encargada de coordinar las asociaciones nacionales de tiendas de Comercio Justo, conocidas también como “worldshops”¹⁷⁹, de trece países de Europa (Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Portugal, España, Suecia, Suiza y Reino Unido), con un total de más de dos mil quinientas tiendas y cien mil voluntarios¹⁸⁰.

En general, los propósitos de NEWS! son:

- Conectar en Europa a las tiendas (o Worldshops) y sus asociaciones nacionales;
- Iniciar, coordinar y promover en toda Europa campañas de Comercio Justo y de justicia en el comercio;

¹⁷⁹ Las “Tiendas-mundo”, o “Worldshops”, son tiendas donde solamente se venden artículos elaborados bajo el esquema del Comercio Justo, que van desde café y vinos hasta artesanías y frutas. Por mucho tiempo, fueron el único lugar donde se podían comprar productos comercializados bajo este esquema y cumplían un papel fundamental en el movimiento; hoy en día, muchos de esos productos ya pueden ser encontrados en algunos supermercados y tiendas convencionales.

¹⁸⁰ Ver sitio oficial de NEWS!. Disponible en <http://news.conaxis.de/index.php>, consultada el 22 de abril de 2007.

- Cooperar con otras organizaciones en el campo del Comercio Justo, como IFAT, EFTA y FLO, y también con otras organizaciones relacionadas con el tema del desarrollo¹⁸¹.

Para lograr un efectivo intercambio de información entre los miembros, NEWS! lleva a cabo encuentros, seminarios y talleres, y especialmente cada dos años, realiza la Conferencia Europea de Tiendas de Comercio Justo, reuniendo a más de trescientas personas, entre las que también encontramos a los productores del Sur. Así, NEWS! actúa como una importante organización sombrilla, sobre todo en lo referente al acercamiento productor-consumidor, ya que sus tiendas son uno de los centros de información y de adquisición a los que los consumidores más acuden cuando quieren acercarse y participar en la cadena del Comercio Justo.



FLO:

Debido al creciente desarrollo del Comercio Justo en los últimos años, surgió la necesidad de encontrar algún mecanismo que garantizara que el producto que estaba siendo vendido bajo el concepto de “Comercio Justo” cumpliera efectivamente con los principios del movimiento. Así es como nacieron diversas iniciativas nacionales (de organizaciones de comercio alternativo del Norte) de certificación con los sellos Fairtrade, Max Havelar y Transfair, entre otros. Posteriormente, buscando juntar los esfuerzos de dichas iniciativas, las organizaciones acordaron que sería adecuado buscar caminos comunes de certificación que se unieran en una sola iniciativa a nivel mundial. Es así como nace, en 1997 con sede en Alemania, FLO¹⁸² (Fairtrade Labelling Organizations International).



¹⁸¹ *Ibidem.*

¹⁸² Sitio oficial de FLO. Disponible en www.fairtrade.net, consultado el 1 de abril del 2007.

FLO es la más reciente de las organizaciones de coordinación o “sombrija” del Comercio Justo a nivel internacional y cuenta con veinte organizaciones nacionales de certificación¹⁸³ afiliadas a un único sello de Comercio Justo llamado “FAIRTRADE”. Esta asociación de iniciativas nacionales de sellos, que actualmente está presente en 15 países europeos, así como en Australia, Nueva Zelanda, Canadá, Japón, México (miembro asociado) y Estados Unidos, es el principal organismo establecedor de criterios y certificador de Comercio Justo. Así, FLO se encarga de inspeccionar y certificar regularmente cerca de 586 organizaciones de productores en más de 50 países de África, Asia y América Latina (Tabla 1), así como a 469 comerciantes certificados que incluyen exportadores, importadores, procesadores y fabricantes, procedentes de más de 50 países en todo el mundo.

FLO, a su vez, está dividida en dos organizaciones:

- FLO Internacional; Definida como “una asociación sin fines de lucro reconocida públicamente que involucra a múltiples grupos de interés y que agrupa 20 organizaciones miembro (o Iniciativas del Sello), organizaciones de productores, comerciantes y expertos externos. FLO desarrolla y revisa criterios y ayuda a los productores a sacar provecho de las oportunidades del mercado”¹⁸⁴.
- FLO-CERT¹⁸⁵; Definida como “una sociedad de responsabilidad limitada que coordina todas las tareas y tramita toda la información relativa a la inspección y a la certificación de los productores y del comercio. Actúa independientemente de cualquier otro interés, y sigue la norma internacional ISO para organismos de certificación (ISO 65)”¹⁸⁶.

¹⁸³ Entre las iniciativas nacionales de certificación más destacadas encontramos: Max Havelaar (Holanda, Bélgica, Francia, Dinamarca y Suiza), Transfair (Austria, Alemania, Italia, Luxemburgo, Canadá, Estados Unidos y Japón), Fairtrade (Irlanda y Reino Unido), y Rattvisemarkt (Suecia). Hablaremos más adelante en este trabajo respecto a cada uno de los sellos.

¹⁸⁴ Sitio oficial de FLO, *Op. cit.*

¹⁸⁵ Ver sitio oficial de FLO-CERT. Disponible en www.flo-cert.net, consultado el 22 de abril de 2005.

¹⁸⁶ Sitio oficial de FLO. *Op. cit.*

El proceso de certificación de los productores y comerciantes, llevado a cabo por FLO-CERT, depende del cumplimiento de todos los Criterios de Comercio Justo, que a su vez se dividen en Criterios Genéricos¹⁸⁷ y en Criterios Específicos de los Productos¹⁸⁸. Los criterios de Comercio Justo para cada producto varían debido a las diferencias en términos de producción y comercialización. Una vez que se definan los criterios, FLO audita periódicamente a los productores registrados y verifica los criterios, la calidad de los productos y la cantidad vendida por los productores para que coincida con la vendida a los consumidores¹⁸⁹.

Otra importante labor llevada a cabo por FLO es el mantenimiento de un registro, constantemente actualizado, de los productores que cumplen los criterios del Comercio Justo y de los importadores (Organizaciones de Comercio alternativo-ATO's y empresas privadas); algunos son organizaciones con una larga trayectoria en el comercio alternativo, otros son simples comerciantes interesados en el Comercio Justo y en vender dichos productos.

De acuerdo con FLO Internacional (2003), los productos que pueden seguir los criterios para obtener la certificación son: el café, el te, el arroz, las frutas frescas, los jugos naturales, el chocolate, el azúcar de caña, la miel, y las pelotas para deportes.

¹⁸⁷ Los criterios genéricos están disponibles en http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Generic_Fairtrade_Standard_SF_March_2007_SP.pdf, consultado el 22 de abril de 2007.

¹⁸⁸ Los criterios específicos para los productos están disponibles en <http://www.fairtrade.net/smfarmers.html>, consultado el 22 de abril de 2007.

¹⁸⁹ Pablo Cabrera, *et. al.* "Instancias de coordinación". *Op. cit.*, pp. 89-90.

**Tabla 1: Distribución de grupos de productores de Fair Trade Labeling
Organization (FLO) por región y producto**

Año 2000	Caribe	América Central	América del Sur	África	Asia	Total grupos	Part. (%)
Café	9	84	47	11	4	155	61.5
Te	0	0	0	9	36	45	17.8
Miel	0	16	3	1	1	21	8.3
Plátano	4	1	2	1	0	8	3.2
Azúcar	1	3	3	0	2	9	3.6
Cacao	2	1	2	2	0	7	2.8
Jugo de Naranja	2	1	4	4	0	7	2.8
Total Grupos	18	106	61	24	43	252	100
Participación (%)	7.1	42.1	24.2	9.5	17.1	100	100

Fuente: FLO 2001, en CIAT. "La Certificación".

Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/sistema_cj/certificacion.htm, consultado el 15 de febrero de 2007.

Finalmente, FLO tiene pensado, a largo plazo, hacer del Comercio Alternativo un instrumento de "desarrollo a través del Comercio" y no solo mantenerlo a nivel de alternativas de Organizaciones No Gubernamentales¹⁹⁰. Representa, por lo tanto, la principal herramienta del movimiento del Comercio Justo que en el futuro pretende expandirse hacia los canales de comercialización tradicional.

¹⁹⁰ Marie-Christine Renard. "Quality certification, regulation and power in fair trade". *Op. cit.*, p. 426.

FINE:

Fundada en 1998, FINE es una organización “sombrilla” informal, conformada por cuatro de las redes internacionales de Comercio Justo más importantes: FLO, IFAT, NEWS! y EFTA; cuyas letras iniciales le dan nombre a esta organización.

El objetivo de FINE es formar una plataforma común para desarrollar estándares centrales de Comercio Justo que puedan ser seguidos por todas las organizaciones; compartir información y coordinar las actividades de estas cuatro organizaciones para incrementar la calidad y eficiencia de los sistemas de monitoreo del Comercio Justo; y hacer campañas que promuevan y defiendan el Comercio Justo.

FINE no tiene una estructura formal ni poder de toma de decisión y sus reuniones se llevan a cabo cuando sean requeridas por sus miembros. Desde abril de 2004, FINE inauguró una *Oficina de Defensa* en Bruselas, cuyo papel es coordinar las actividades de quienes promueven el Comercio Justo, así como defender públicamente el movimiento y luchar por más justicia en el comercio internacional.

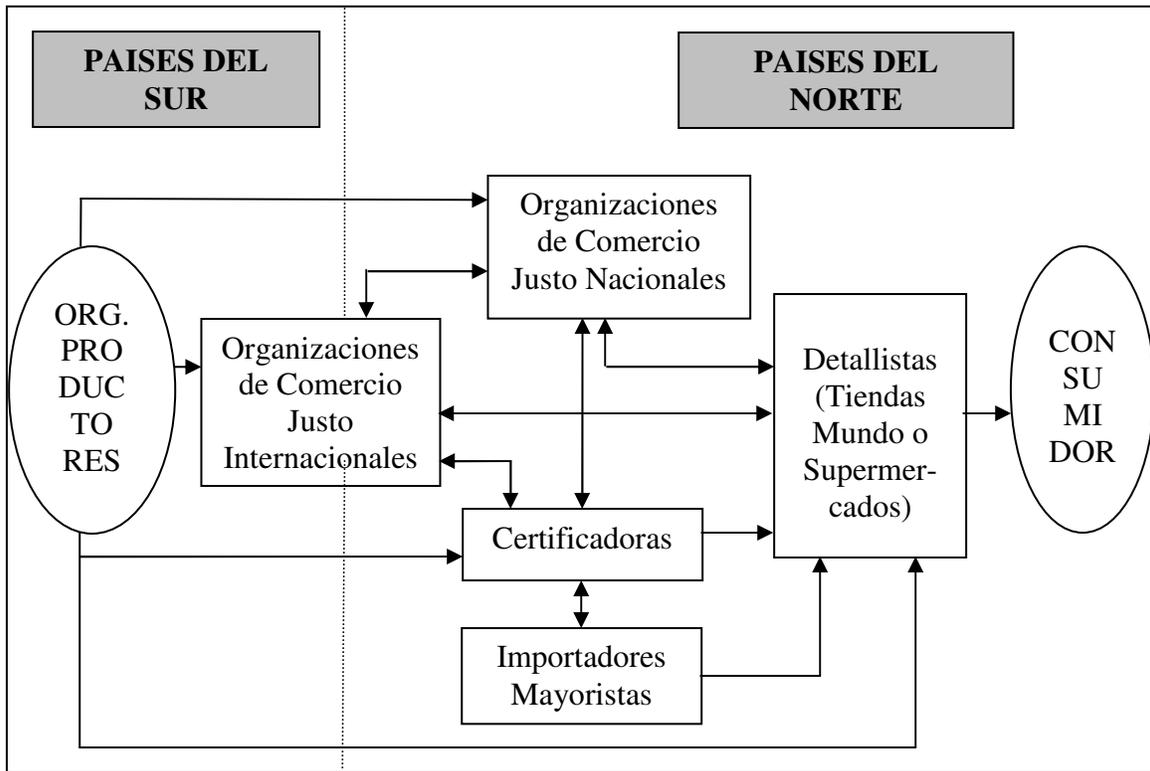
2.4. El esquema del Comercio Justo

El Comercio Justo es una red donde diversos actores cumplen diferentes funciones con el fin de acortar la distancia entre productor y consumidor, de llevar a cabo un comercio más equitativo y de evitar la larga cadena de intermediarios que normalmente existe en el comercio tradicional, la cual obstaculiza la obtención de información respecto a la procedencia y las condiciones de elaboración de los productos y absorbe gran parte de las ganancias de la comercialización de éstos.

Dependiendo del producto y del grado de transformación que este requiera (como en el caso del café), el esquema que a continuación presentamos (Esquema 1) puede

llegar a variar, sin embargo, en general, la cadena se puede explicar de la siguiente manera:

Esquema 1: Las relaciones entre los distintos actores del movimiento del Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia.

Así, como se puede ver en el esquema anterior, existen diversos caminos para que un producto llegue hasta el consumidor y diversos actores que intervienen en ese esquema: Grupos productores del Sur; Importadores, que pueden ser tanto organizaciones de Comercio Justo como empresas mayoristas (como es el caso de Starbucks); distribuidoras al detalle (tiendas de comercio alternativo) y distribuidoras dentro del comercio convencional (supermercados y tiendas); Y dependiendo del producto, certificadoras que brindan sellos del Comercio Justo (Transfair, Max Havelaar, Fairtrade). Muchas organizaciones realizan actividades en más de una de estas categorías y muchas participan de organizaciones “sombrilla” que coordinan el trabajo entre ellas y

brindan servicios adicionales de asesoría, capacitación, información y lobby que agilizan y promueven la cadena del Comercio Justo¹⁹¹.

En este esquema, las actividades de importación son llevadas a cabo por dos grupos:

- Las organizaciones de comercio alternativo (ATO's, Alternative Trade Organizations) que establecen convenios y compran productos bajo los criterios del Comercio Justo de los grupos productores del Sur; Son responsables también del proceso de monitoreo y selección de dichos grupos, además de promover y promocionar, de manera individual o coordinada (a través de organizaciones “sombrija”), el Comercio Justo y sus productos. Algunas organizaciones cuentan con bodegas mayoristas en puntos estratégicos para facilitar la comercialización de los productos, que no en todos los casos pueden ser certificados.
- Las empresas privadas afiliadas a los registros de organizaciones importadoras de FLO (Fairtrade Labeling Organization), que importan, bajos los criterios del Comercio justo, los productos de los grupos productores del Sur. Últimamente, esta modalidad se ha expandido, sobre todo en el caso del café, en el cual los importadores y tostadores privados utilizan los sellos certificados¹⁹².

La relación entre los productores y las organizaciones que llevan a cabo la importación (ATO's) es estrecha y directa. Las importadoras de Comercio Justo visitan las cooperativas de productores para conocer los productos que elabora y realizar los primeros pedidos. Una vez establecida la relación comercial, se da continuidad a la solicitud de pedidos así como de visitas puntuales de seguimiento. A su vez, la importadora distribuye el producto tanto en tiendas de comercio justo como en tiendas convencionales que empiezan a ofrecer la alternativa de productos con el sello. Algunas

¹⁹¹ Orlando Lara Pineda. “El comercio Justo en Europa. Evolución, Funcionamiento, estructura institucional y tendencias”. CIAT, 2000, p. 12. Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/sistema_cj/documentos.htm, consultado el 8 de marzo de 2007.

¹⁹² *Ibid.* p. 15.

veces, en el caso de que las cooperativas sean muy pequeñas, se agrupan en una exportadora que asume el contacto con la importadora del Norte para facilitar el acceso a los canales de Comercio Justo de otras organizaciones que estén mejorando su producto y desarrollándose¹⁹³.

Cabe resaltar que la relación entre la importadora y el productor se basa en el mutuo respeto y en el trato directo. Así, las condiciones de la relación comercial son pactadas entre ambas partes y establecen el compromiso de una relación comercial a largo plazo que fije un precio justo que le de al productor un ingreso estable y digno. De esta forma se le garantiza un precio mínimo¹⁹⁴, independientemente de las fluctuaciones del mercado en el caso de productos como el café, que son cotizados en las bolsas de Nueva York y Londres.

Por otro lado, mientras los países del Sur se dedican a la producción de artículos de calidad y al desarrollo de sus comunidades con los ingresos obtenidos, los países del Norte y sus organizaciones de Comercio Justo nacionales actúan en tres importantes campos:

- a) Desarrollo Comercial: Las organizaciones ofrecen una salida comercial a los productos de las comunidades del Sur a través de importadoras que distribuyen los productos en diversos lugares como son las Tiendas especializadas en Comercio Justo, las ONG's, las entidades cívicas e incluso en algunos canales de comercio tradicional.
- b) Sensibilización: Las organizaciones deben promover el consumo responsable y para ello tendrán que hacer una labor de concientización sobre como opera el mercado y su derecho a saber sobre las condiciones en las que fueron elaborados los productos que consumen. Para lograrlo, estas organizaciones deben reforzar el trabajo en conjunto, incrementar los esfuerzos para difundir el Comercio Justo en la población y actuar de una manera congruente internamente.

¹⁹³ Pablo Cabrera *et. al.* "Protagonistas en el Comercio Justo". *Op. cit.*, pp. 53-54.

¹⁹⁴ El precio mínimo se calcula sobre el coste de producción más un porcentaje adicional.

c) Presión: Las organizaciones de comercio Justo deben realizar acciones de denuncia y presión política a los países del Norte, específicamente sobre:

- La promoción de una actuación responsable y de una producción sostenible tanto en el ámbito social como económico y medioambiental, evitando así determinadas prácticas empresariales que sean dañinas.
- Presionar a los gobiernos para que adopten medidas en el ámbito internacional que promuevan el movimiento del Comercio Justo y que garanticen un comercio mundial más justo y humano¹⁹⁵.

A su vez, dichas organizaciones de Comercio Justo tienen mecanismos de control para detectar, en el caso de que suceda, el incumplimiento de los criterios del Comercio Justo por los productores. Cuando esto ocurre, la organización importadora decide que medidas irá a tomar; Normalmente no se rompe automáticamente la relación, sino que se discuten las razones que han llevado al incumplimiento y se trata de llevar a cabo un acuerdo que establezca las condiciones iniciales o que solvante las dificultades que hayan surgido. Solamente en el caso de que no se logre un acuerdo, entonces se romperá la relación comercial¹⁹⁶.

Respecto a la distribución y acceso del consumidor a productos del Comercio Justo, se pueden encontrar dos canales:

- Las tiendas de comercio alternativo (conocidas también en Europa como “Tiendas Mundo”), quienes llevan a cabo tanto la venta de productos del Comercio Justo como brindan información al consumidor sobre los productos, los productores y el movimiento en general. Dicha tiendas están agrupadas, normalmente, en redes regionales o nacionales que desarrollan servicios de apoyo en el área de la administración financiera, la comercialización y en la elaboración de material de información y educación.

¹⁹⁵ Santiago Martínez Orozco. *Op. cit.*, pp. 28-29.

¹⁹⁶ Pablo Cabrera *et. al.* *Op. cit.*, p. 63.

- Las redes convencionales de distribución y comercio que incluyen clientes institucionales (sedes gubernamentales, organizaciones fraternas) y tiendas y supermercados que venden productos con marcas propias de cada empresa privada importadora/mayorista, con el sello de certificación de FLO o de alguno de sus miembros (Transfair, Max Havelaar, Fairtrade, etc.)¹⁹⁷.

2.4.1. El precio justo, la prefinanciación y las relaciones a largo plazo

En el comercio tradicional, los precios de productos como el café, el cacao, el azúcar, el plátano, entre otros productos primarios que son exportados a los países del Norte, no retribuyen el valor añadido del trabajo que se invierte en la producción¹⁹⁸. Así, dicho productos son ricos en valor-trabajo que no se refleja en los bajos precios pagados por los intermediarios, quienes, a su vez, reciben un alto margen de beneficio al venderlos¹⁹⁹. Por otra parte, mediante la especulación y los mecanismos de control de precios, lo grandes exportadores pueden presionar a la baja o a la alta las Bolsas de valores de Nueva York y de Londres, donde diariamente se establecen los precios de

¹⁹⁷ Orlando Lara Pineda. *Op. cit.*, p. 16.

¹⁹⁸ En el caso del plátano, se calcula que el precio sostenible (desde el punto de vista social y ecológico) para una caja de 18.14 Kg. sería de 7.25 dólares. Sin embargo, las multinacionales manejan precios mucho más bajos: Chiquita paga en Costa Rica 5.50 dólares como máximo por caja, mientras que en Ecuador no pasa de 4.20 dólares. Estos precios se alejan mucho de los costos reales. Ver Nico Roozen y Frans VanderHoff. *Op. cit.*, p. 125.

¹⁹⁹ Como describe Nico Roozen en *La aventura del Comercio Justo*: “En las condiciones de mercado usuales, a los campesinos cafetaleros se les paga inmediatamente después de la cosecha. En época de cosecha los ‘coyotes’ pasan a comprarles el café a los campesinos a un precio local que no pocas veces representa sólo el 35% del valor del mercado mundial. La relación de precios representa la relación entre poderes. A menudo el campesino está endeudado con el intermediario o depende de éste para el transporte. En tal caso, no les queda más remedio que vender su producto al precio que se le ofrezca. Luego los intermediarios se abastecen de café para ir vendiendo sus reservas a lo largo del año, en periodos en que los precios hayan vuelto a subir. De esas ganancias el campesino nunca ve ni un solo centavo”. Ver Nico Roozen. *Op. cit.*, pp. 105-106.

dichos productos²⁰⁰. Por lo tanto, los pequeños productores tienen muy poco control, si no es que nulo, sobre el establecimiento de los precios de lo que producen e incluso se ven obligados a venderlos a precios que llegan a estar por debajo de los costos de producción o a abandonar sus cosechas por la falta de recursos para mantenerlas.

Lo anterior fue una de las principales causas del surgimiento de las redes de Comercio Justo e inspiró tres de sus aspectos medulares: el sobreprecio, la prefinanciación y las relaciones a largo plazo, que le dan seguridad y estabilidad al productor y que le permiten vender sus productos a un precio que, contrario a los brindados por el mercado tradicional, le dan la oportunidad de tener una vida digna, además de destinar parte de los beneficios a su comunidad en áreas como la educación, la salud e infraestructura.

La manera en que se calcula el sobreprecio²⁰¹ varía de producto a producto. Generalmente, las importadoras aceptan los cálculos hechos por los mismos productores, sin embargo, en materias primas como el café o el cacao, las organizaciones de Comercio Justo toman como referencia los precios determinados en las bolsas de valores internacionales como las de Nueva York y Londres, añadiéndole una cantidad adicional²⁰², además de garantizar un precio mínimo que se mantendrá aunque los precios del mercado caigan por debajo de él²⁰³.

²⁰⁰ José Torres Pérez *et. al.*, “Para entender el comercio justo”. Instituto Juan de Herrera Madrid, 23 de agosto de 1999. Disponible en

<http://habitat.aq.upm.es/boletin/n13/aalar.html>, consultado el 10 de abril de 2007.

²⁰¹ “Un paquete de café corriente [...], vale aproximadamente un Euro con 60 centavos. De dicho precio, menos de diez centavos de Euro (5%) va al productor. Un paquete de café Max Haavelar vale aproximadamente un Euro con 95 centavos. De este precio, alrededor de 65 centavos (33%) beneficia a los campesinos y a sus organizaciones. [...] ¡El consumidor paga 45 centavos de Euro más, mientras que 58 centavos de Euro extra van a los campesinos!”. Ver Handelskrant, marzo 2002, citado en Nico Roozen y Frans VanderHoff, *Op. cit.*, p. 99.

²⁰² El sobreprecio puede oscilar entre un 10% y un 20% por encima del precio del mercado mundial.

²⁰³ Pablo Cabrera *et. al.* “Preguntas y respuestas sobre el comercio justo”. *Op. cit.*, p. 49.

En el caso de los productos textiles y de las artesanías, los cálculos de los precios son más estables con el tiempo ya que no dependen tanto de las circunstancias climáticas como ocurre con los productos para la alimentación.

Además del sobreprecio, la prefinanciación juega también un papel fundamental en el esquema del Comercio Justo ya que los productores necesitan, antes de la cosecha, de ciertas cantidades mínimas de dinero para poder adquirir materias primas, pagar mano de obra o para mantener a sus familias. La prefinanciación le da la oportunidad al productor de cubrir dichos gastos y financiar su producción, sin que tenga que recurrir a los créditos y préstamos de entidades financieras que conllevan a intereses que muchos de ellos no pueden pagar o que terminan por llevarlos a la ruina²⁰⁴.

El sobreprecio va de la mano con otra característica elemental del Comercio Justo: las relaciones comerciales a largo plazo, plasmadas en contratos firmados por los productores y las organizaciones o importadoras, lo que les brinda estabilidad y estrecha el vínculo entre ambos. Sin esta garantía, el esquema de Comercio Justo sería un mecanismo vago e incierto tanto para productores como para los importadores. Por otra parte, los costos de este sobreprecio no puede ser totalmente absorbido por las organizaciones; la cadena del Comercio Justo necesita compradores que también estén dispuestos a pagar un precio más alto por los productos.

Así, para entender los precios más elevados de los productos del Comercio Justo debemos comprender que, además del sobreprecio que se le paga al productor, este esquema es una actividad comercial que, al igual que las demás, debe cubrir gastos de transporte, aduana, impuestos, distribución, almacenaje, ganancia para las tiendas, y

²⁰⁴ Por ejemplo, en el caso del café, la prefinanciación empieza durante la cosecha, después de firmado un contrato anual entre un tostador certificado y una cooperativa de campesinos, quién acordó suministrar una cantidad 'x' de café en 'y' entregas. A su vez, el tostador paga el 60% del precio mínimo de la cantidad total de café acordada, comprometiéndose a pagar el importe restante cuando se realice la última entrega. Para muchos campesinos la prefinanciación es, por lo menos, igual de importante que el precio adicional que reciben por su café. Ver Nico Roozen y Frans VanderHoff. *Op. cit.*, p. 106.

algunas veces, de transformación (como en el caso del café). Consecuentemente, cuando el consumidor paga “más caro” al adquirir un producto del Comercio Justo, no sólo le está pagando un precio más justo al productor, sino que también paga los costos que cualquier producto tiene al formar parte de la cadena comercial, que en este caso suelen ser incluso más elevados por ser una actividad que todavía se realiza a pequeña escala en comparación con el comercio tradicional.

Por lo tanto, en lo que difiere el Comercio Justo del comercio tradicional es que no tiene como fin solamente la ganancia, sino un cambio en la manera en que se lleva a cabo el comercio que le da al productor un precio más alto por sus productos, así como una relación directa, estable y respetuosa entre las partes. Así, el precio justo tiene en cuenta no sólo al consumidor, sino también al productor ya que, además de intentar cubrir todos los costes de producción, permite que los productores inviertan tanto en sus proyectos productivos como en el desarrollo de sus comunidades. Es por ello que, debido a los costos sociales y ambientales de los productos que participan en el Comercio Justo y que normalmente no se toman en cuenta, los precios son generalmente más altos que los de los productos en el comercio tradicional.

Sin embargo, últimamente, si comparamos los productos de Comercio Justo con otros productos de la misma calidad, encontraremos que los precios son cada vez más similares. Una de las razones es que, además de la reducción de la cadena de 8intermediarios²⁰⁵ y de la participación de numerosos voluntarios, el volumen de comercialización y distribución, al igual que la demanda de productos de Comercio Justo, han aumentado, abaratando los costos de transporte y almacenaje. De hecho, aproximadamente la mitad de los productos de Comercio Justo son más caros que el precio del mercado y la otra mitad, de igual precio o incluso más baratos. Esto permitirá que más consumidores tengan acceso en el futuro a los productos del Comercio Justo y que se incremente el mercado.

²⁰⁵ Por ejemplo, se calcula que menos del 5% del precio final de las grandes marcas de café va al productor, mientras que el 33% del precio del café de Comercio Justo va al productor. Ver Marie-Christine Renard. “Quality certification, regulation and power in fair trade”. *Op. cit.*, p. 426.

2.4.2. Los sellos de Comercio Justo y la certificación

Desde que se propuso expandir el mercado de los productos del Comercio Justo y aumentar hacia supermercados y lugares donde se realizaba el comercio de manera tradicional, se llegó a la conclusión de que la estructura del comercio alternativo de ventas solamente en tiendas solidarias complicaría el incremento del mercado ya que, con el estilo de vida de los países del Norte, el tener que ir a una tienda (que no son muy abundantes) a comprar sólo uno o dos productos, representaba un esfuerzo mayor que el de pagar una cantidad mayor por un producto. Es entonces cuando surge la necesidad de incrementar la oferta de productos ofreciéndolos en los lugares donde las personas normalmente hacen sus compras. Sin embargo, el hacerlo implicaba varios retos entre ellos, el enfrentarse a oligopolios como en el caso del café, y garantizar a los consumidores la adquisición de un producto que siguiera los principios del Comercio Justo. La solución que encontraron algunas organizaciones fue crear un sello distintivo impreso en los paquetes de café, junto con la creación de una marca especial, que se vendería a un precio más elevado, pero que ayudara a los consumidores a la hora de escoger e invertir su dinero no solo en producto, sino en un proyecto²⁰⁶.

Quienes emiten los sellos son los organismos de certificación, todos agrupados en FLO (Fair Trade Labelling Organisations Internacional), quienes a su vez fijan en conjunto los criterios que han de cumplirse para que un producto pueda exhibir algunos de los sellos de Comercio Justo. Así, tanto productores como comerciantes pueden presentar una solicitud para la obtención de un sello para sus productos que se otorgará después de que se haya comprobado que se respetan los criterios fijados y se haya pagado las tasas de licencia²⁰⁷.

²⁰⁶ Desde su creación, los sellos de Comercio Justo han ganado un apoyo creciente de los consumidores y de algunas empresas. La venta de mercancías certificadas por FLO creció 35% desde 1997 hasta el 2000. Ver Garvin Fridell. *Op. cit.*, p. 50.

²⁰⁷ Inmaculada Buendía Martínez *et. al.* “Comercio justo. La ética en las relaciones comerciales dentro de un entorno globalizado”. Université de Montreal, Universidad de Oviedo y Universidad Complutense de

Los sellos son, por lo tanto “el medio de identificación de un producto del Comercio Justo para que los consumidores lo compren y, mediante ello, le faciliten a los productores del Comercio Justo un acceso a los mercados internacionales, con base en condiciones justas”²⁰⁸. Los sellos de Comercio Justo son también un sello de calidad que toma en cuenta otros aspectos, sobre todo sociales y medioambientales, que normalmente son olvidados por las marcas tradicionales.

Sin embargo, es importante exponer que la expansión de los puntos de venta y la utilización de sellos fueron vistas con escepticismo e incluso con resistencia por algunas organizaciones ya que este medio utilizaría los mismos canales que ellos en un principio rechazaban. Sin embargo, poco a poco, las organizaciones de comercio alternativo fueron creando sus propios sellos, TransFair en el caso de EFTA, Fair Trade en el caso de las organizaciones de Gran Bretaña, Max Havelar en Holanda, entre otros. De igual manera, para evitar la competencia entre los sellos, muchas organizaciones empezaron a colaborar entre sí, esfuerzo que se reflejó en la creación de organizaciones hermanas regionales y en el proyecto que une a todas las organizaciones bajo un solo nombre: Fair Trade Labeling Organization Internacional (FLO)²⁰⁹, creada en 1977 y de la cual ya se habló anteriormente.

Por lo tanto, ante el incremento en la interacción social, la demanda de los productores de generar más mercado y la necesidad de dar legitimidad a la red de Comercio Justo, la intención de los sellos de Comercio Justo fue crear una realidad dentro del mercado, en vez de construir una alternativa afuera del mercado²¹⁰ y limitar el Comercio Justo solo a las tiendas solidarias. Hoy en día podemos encontrar diversos

Madrid. Disponible en http://www.mercasa.es/es/publicaciones/pdf/comercio_justo.pdf, consultado el 19 de abril de 2007.

²⁰⁸ Cabrera Pablo *et. al.* “Instancias de coordinación”. *Op. cit.*, p. 90.

²⁰⁹ FLO es la institución coordinadora encargada de uniformizar, inspeccionar y mejorar los criterios y procesos de certificación, así como de mantener un registro de las cooperativas que utilizan los sellos de Comercio Justo.

²¹⁰ Marie-Christine Renard. “Fair trade: Quality, market and conventions”. *Op. cit.*, p. 90.

sellos para varios productos de alimentación como el café, el cacao, el chocolate, la miel, el té, el azúcar, el zumo de naranja y plátanos y también se están dando los primeros pasos para crear un sello para productos de artesanía²¹¹. Además, el proceso de certificación y los sellos han permitido un importante crecimiento en los volúmenes y puntos de venta de los productos de Comercio Justo: tan solo de 1995 a 1997, los puntos de venta se incrementaron de 45,000 (en 14 países) a 70,000 (en 16 países)²¹².

Algunas de las principales iniciativas nacionales sellos de Comercio Justo son:

- Max Havelar²¹³; Creado en Holanda en 1988 y utilizado en Holanda, Bélgica, Suiza, Dinamarca y Francia en productos como el café, el cacao, el chocolate y la miel.
- Trans Fair; Creado en Alemania en 1993 y utilizado en Alemania, Luxemburgo, Austria, Canadá y Japón en productos como el café, el té, la miel, el azúcar y el chocolate.
- Fair Trade Mark; Creado en el Reino Unido en 1994 y utilizado en Gran Bretaña e Irlanda en productos como el café, el chocolate y el té.
- Rättvisemärkt; Creado en Suecia en 1997.
- Reilu Kauppa; Creado en Finlandia en 1998.
- Comercio Justo México²¹⁴; creado en 1999, es la única iniciativa nacional de un país del Sur y brinda su sello a nueve marcas de café en México.

²¹¹ Pablo Cabrera *et. al.* "Protagonistas en el Comercio Justo". *Op. cit.*, p. 76.

²¹² Orlando Lara Pineda. *Op. cit.*, p. 16.

²¹³ El nombre Max Haavelar viene de la novela de Multatuli, seudónimo de Eduard Dekker (1820-1887), quien describió, a través del personaje Max Haavelar y su lucha por los derechos de la explotada y colonizada población nativa de las antiguas Indias Orientales, las subastas de café de la compañía comercial holandesa. Ver Nico Roozen y Frans VanderHoff. *Op. cit.*, p. 12.

²¹⁴ Ver sitio oficial de Comercio Justo México. Disponible en www.comerciojusto.com.mx, consultado el 23 de abril de 2007.

A su vez, como ya se ha mencionado anteriormente, estas y otras iniciativas²¹⁵ son miembros de FLO (Fair Labelling Organization International)²¹⁶, la cual ha estado trabajando desde 1997 para unificar a todas las iniciativas nacionales de certificación, creando en el 2002 un nuevo y único sello llamado Fairtrade. Dicho sello pretende agrupar a todos los existentes hasta el momento y se cree que con su creación, consensuada por todos los miembros del FLO, irán desapareciendo paulatinamente las demás iniciativas nacionales, fortaleciendo el proceso de certificación a nivel internacional.

²¹⁵ Las iniciativas nacionales tienen sedes en veintiún países en los cuales se comercializan productos con el sello Fairtrade: Austria, Australia, Nueva Zelanda, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, México, Países Bajos, Noruega, España, Suecia, Suiza, Reino Unido y Estados Unidos. Dichas iniciativas adjudican el sello Fairtrade a los productos comercializados en su país por titulares de la licencia de la etiqueta, que cumplen con las condiciones de Comercio Justo, Ver “Documento explicativo para presentar a Fairtrade”, Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO), marzo 2006, 8 pp. Disponible en www.fairtrade.net/uploads/media/Explan_Doc_Introducing_Fairtrade_ES.pdf, consultado el 20 de junio de 2007.

²¹⁶ *Supra*, apartado 2.3.5 *Principales organizaciones internacionales “sombrija” de Comercio Justo: IFAT, FLO, EFTA, NEWS y FINE*, p. 73.

2.5. Algunos logros

La década de los noventa se caracteriza por el crecimiento y difusión del movimiento Comercio Justo debido a la progresiva ampliación de los canales de comercialización y del número de consumidores, así como por la presión que se ha realizado a las instituciones internacionales, sobre todo las europeas. A continuación se mencionan algunos de sus principales logros.

a) A nivel movimiento:

- El incremento en el número de personas que conoce el Comercio Justo y que consumen sus productos. Tan sólo en Europa, entre un 70% y un 80% de la población ha oído hablar alguna vez de él, y un 20% lo consume habitualmente²¹⁷.
- La diversificación de los productos, lo cual se expresa en el hecho de que en las tiendas de Comercio Justo ya se pueden encontrar además de café, chocolate, té, azúcar, plátanos, productos textiles, artesanías, objetos de arte miel, madera, entre otros. Por otro lado, muchos de estos productos no se venden solamente en tiendas especializadas, sino que también se ha expandido a los mercados tradicionales como los supermercados y tiendas convencionales.
- El aumento de la sensibilización logrado gracias a las campañas de presión, denuncia y propuestas a organismos internacionales, ha dado como fruto la adopción de códigos de conducta por parte de algunas empresas que empiezan a trabajar bajo los criterios del Comercio Justo y a ser avaladas por los sellos de garantía.
- El fortalecimiento de las Organizaciones “sombrilla” de Comercio Justo, como FLO, EFTA, IFAT y FINE, quienes gracias a su trabajo e historia, ganan cada vez más legitimidad entre los consumidores y foros internacionales.

²¹⁷ Santiago Martínez Orozco. *Op. cit.*, p. 38.

b) A nivel político:

- En 1991, el Parlamento Europeo adoptó la “Resolución sobre el consumo del café como una manera de dar un apoyo activo a pequeños cafetaleros del tercer Mundo y la introducción de este café en las instituciones europeas”.
- En 1994, el Parlamento Europeo adopta la “Resolución para promover la justicia y la solidaridad en el comercio Norte-Sur” y la Comisión Europea prepara su “Memoria sobre el comercio alternativo”, donde declara su apoyo a la consolidación del Comercio Justo y su intención de crear un grupo de trabajo de la CE sobre ese tema.
- En 1996, el Comité Económico y Social de las Comunidades Europeas adopta una “Opinión sobre el movimiento europeo de las marcas de Comercio Justo”.
- En 1997, el Parlamento Europeo adoptó una resolución respecto al sector del plátano y pidió a la Comisión facilitar el acceso al mercado a las empresas que practicasen el Comercio Justo.
- En 1998, la UNCTAD organizó la conferencia Socios en el Desarrollo, invitando al movimiento del Comercio Justo a participar de manera formal en la Conferencia. En este mismo año, el Parlamento Europeo adoptó la “Resolución sobre Comercio Justo”.
- En el 2000 se realiza la Primera Declaración Final de la cumbre realizada entre África y la UE que hace referencia explícita al Comercio Justo. Durante este mismo año, el nuevo Acuerdo de Cooperación entre la Unión Europea y los estados de África, el Caribe y el Pacífico, el Tratado Cotonou, se refiere específicamente al desarrollo del Comercio Justo.
- En el 2001, el Comisario Europeo encargado de la Dirección General de Comercio, en el marco del proceso de Consulta de la Sociedad Civil, aceptó incluir el Comercio Justo en el diálogo entre la Dirección General y la Sociedad Civil.
- Entre 1992 y el 2000, EFTA ha organizado un total de cinco días de Comercio Justo y una comida de Comercio Justo en el Parlamento Europeo para dar a conocer el movimiento a los eurodiputados.

- Actualmente, varios estados europeos consideran que el Comercio Justo es parte de su política de cooperación al desarrollo y muchas de las instituciones públicas de varios países compran productos de Comercio Justo²¹⁸.

2.6. Dilemas y retos

El Comercio Justo es un movimiento joven, vivo y dinámico y que debe revisar constantemente los objetivos que persigue, sus métodos y las metas que alcanza. A pesar de sus importantes logros, no ha quedado exento de críticas que provienen desde los sectores más radicales como de otros ámbitos que cuestionan su viabilidad, las formas de intervención, su efectividad, sus efectos o incluso, si realmente es justo o no.

Uno de los puntos sobre los que más se cuestiona es el del impacto que el Comercio Justo produce sobre las comunidades del sur, ya que, a pesar de que las comunidades valoran como positivo tanto el funcionamiento como el volumen de intercambio, todavía son pocos los que participan en el movimiento en proporción con el número de productores en el Sur que se ven afectados y excluidos del comercio internacional. Por otro lado, hay quienes creen que el Comercio Justo no es una herramienta suficiente para promover el desarrollo y superar la pobreza. Así, otra de las críticas más fuertes que se le hace al movimiento del Comercio Justo es precisamente sobre el hecho de que tiene baja incidencia sobre las cuestiones de fondo que ocasionan la pobreza en los países de Sur. Cuestiones como la propiedad de la tierra, el reparto de la riqueza, las discriminaciones de género, la existencia de dirigentes que sólo sirvan al poder económico, entre otras, son aspectos que escapan al campo de acción del Comercio Justo.

Los más críticos creen que con el Comercio Justo se mantiene la misma estructura del comercio tradicional ya que mantiene el rol: Sur-productor de materias primas y Norte-industrializado, negando así que pueda hablarse de un comercio realmente

²¹⁸ Datos obtenidos del *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. Op. cit.*, p. 35.

“alternativo”. Sin embargo, no debemos dejar de lado tampoco los beneficios alcanzados, como hemos visto a lo largo de este trabajo, y que han repercutido significativamente en la mejora de la calidad de vida de un grupo significativo de comunidades en América Latina y que le han regresado, sobre todo, la dignidad. No cabe duda de que se trata de una iniciativa de gran potencial tanto en los aspectos económicos como a nivel de conciencia social.

¿Es viable entonces el Comercio Justo a largo plazo? Por un lado, algunos autores consideran que a pesar de la escasa incidencia de los volúmenes de productos producidos bajo el código del Comercio Justo, este movimiento es “un signo valioso que muestra cómo se puede actuar en el marco del sistema de mercado con criterios de cooperación que superen la competencia salvaje”²¹⁹. Por el otro, no debemos olvidar que el origen de la pobreza tiene muchas variables que son previas o que van incluso más allá del sistema del comercio internacional.

Estos y otros cuestionamientos, que a continuación presentaremos, forman parte de la constante reflexión que se hace adentro y afuera del movimiento del Comercio Justo y que no tienen respuesta definitiva. Lo que si no cabe duda es que, a pesar de no ser una solución al problema de la pobreza en los países del sur, si es una alternativa que lleva en pie más de veinte años y que crece día con día; pero que sobre todo es, a pequeña escala, un agente transformador cuyo resultados se reflejarán a largo plazo. Finalmente, “la realidad económica es siempre compleja (...) Pero este reto no debe paralizar la acción, sino enriquecerla con debates y reflexiones que no harán sino mejorar la calidad del trabajo de las organizaciones de Comercio Justo”²²⁰.

²¹⁹ Santiago Martínez Orozco. *Op. cit.*, p. 88.

²²⁰ *Ibid.*, p. 90.

2.6.1. ¿Depender sólo del Comercio Justo?

Los principios del Comercio Justo están orientados a luchar contra la dependencia del Sur respecto del Norte, sin embargo, dentro del movimiento existe la preocupación de que las organizaciones de productores se limiten solamente a operar en este ámbito y descuiden el mercado nacional y local. Dicha preocupación toma en cuenta también el hecho de que no hay en el Norte una demanda capaz de absorber toda la producción del Sur. Es por ello que algunos autores creen que lo ideal para lograr la auto-sustentabilidad sería que los proyectos comerciales no creen relaciones de dependencia con los mercados del Norte, sino que solo un porcentaje de su producción se dedique a la exportación. Es decir, que un mínimo de 50% de los ingresos se obtengan del mercado local²²¹.

De hecho, en la práctica, una gran parte de los grupos de productores dedican la venta de su producción tanto a importadoras de Comercio Justo como al comercio convencional tanto mundial, como nacional y local. El problema surge cuando, debido a la situación económica y social de los países en los que habitan los productores, el mercado local no cuenta con la capacidad de absorber la producción de dichos grupos, obligando a que los productores busquen canales de comercialización, tanto convencionales como de Comercio Justo con el Norte, lo cual podría llevar a generar relaciones de dependencia y de sobresaturación, mermando los esfuerzos del movimiento.

2.6.2. ¿Expandir el mercado del Comercio Justo significa dejar de hacer Comercio Justo?

Mientras cada día se incrementa el número de productores en el Sur interesados a participar en las redes del Comercio Justo, el mercado no ha podido crecer al mismo

²²¹ Pablo Cabrera *et. al.* “Protagonistas en el Comercio Justo”. *Op. cit.*, p. 60. Y C.E.C.J. “El Comercio Justo, una alternativa valiosa”.

Disponible en www.enbuenasmanos.com/articulos/muestraSub.asp?sub=0810, consultado el 15 de abril de 2007.

ritmo para absorber toda la oferta de los productores. Así, en muchos casos, solamente el veinte por ciento de sus producción es vendida a las organizaciones de Comercio Justo, por lo que se ven obligados, sobre todo en el caso del café, a comercialarlos en los canales tradicionales que les dan precios que llegan a representar solamente un tercio del precio estipulado por las organizaciones²²². Debido a esto, diversos actores participantes del movimiento han planteado la urgente necesidad de expandir el mercado de los productos del Comercio Justo hacia los canales convencionales de comercialización (por ejemplo, los supermercados) para así poder absorber la creciente oferta de los productores del Sur.

Sin embargo, algunos autores y actores del movimiento del Comercio Justo temen que, ante esta expansión del mercado hacia los lugares donde el comercio se lleva a cabo de manera tradicional y a mayor escala, el Comercio Justo perderá la cercanía que genera entre productor y consumidor, dejará su papel de promotor del cambio social, olvidará la coherencia y perderá su estatus de “alternativo”. Se teme también que esta expansión genere actitudes “superficialmente éticas” y que se utilicen los sellos mediáticamente ante la sociedad solamente para que se incrementen las ventas, sin que realmente genere cambios en el modo de actuar de las empresas y comerciantes²²³. Además, quienes critican la expansión del mercado del Comercio Justo creen que dicho incremento vendrá acompañado de la pérdida de los valores ya que los consumidores comprarán más como un acto para librar la conciencia que por seguir ideales, lo que llevaría a la paulatina disolución de los principios del Comercio Justo por el mercado. Así, se ha generado el dilema de seguir siendo “puros” pero marginales o adoptar un modelo que permita una mayor distribución pero que ponga en peligro el “la esencia” del movimiento²²⁴.

Es verdad que la decisión de expandirse hacia los canales de comercio tradicionales requiere lidiar con otros actores (como industriales o transnacionales) cuyos intereses son más diversos y algunas veces opuestos a los del Comercio justo. Sin embargo, más allá del debate ideológico, la realidad es que cada vez más y más

²²² Marie-Christine Renard. “Quality certification, regulation and power in fair trade”. *Op. cit.*, p. 427.

²²³ Inmaculada Buendía Martínez *et. al.* *Op. cit.*, s/p.

²²⁴ Marie-Christine Renard. “Fair trade: Quality, market and conventions”. *Op. cit.*, p. 92.

productores y cooperativas demandan el acceso al nicho de mercado del Comercio Justo, lo cual implicaría expandir la demanda de dichos productos para que pudieran ser absorbidos por el aumento en la oferta, generada al incluir a más productores en la cadena. Así, quienes defienden la expansión del Comercio Justo hacia los canales del comercio tradicional, hablan de buscar puntos de convergencia entre los diversos intereses de los diferentes actores que empiezan a sumarse a dicho movimiento: productores interesados en vender más, consumidores que desean formar parte de la cadena a través del consumo responsable pero accesible, y el interés de algunas empresas que quieren beneficiarse de la buena imagen de los sellos del Comercio Justo²²⁵.

Otros autores plantean que los sellos deben ser fortalecidos y las organizaciones deben ser monitoreadas, para que los estándares del Comercio Justo sean respetados y los consumidores tengan la garantía de que verdaderamente se cumplen los criterios originales del Comercio Justo²²⁶. Por otro lado, paralelamente a la venta de productos, el movimiento deberá dilatar y consolidar, más que nunca, su lado político a través del cabildeo con los gobiernos tanto del Norte como del Sur, de las campañas de denuncia y de mantener y aumentar la comunicación entre productores y consumidores²²⁷.

Así, otros autores, como Nico Roozen, defienden la idea de que “el Comercio Justo no debe limitarse a su propio “nicho”, sino aportar un modelo alternativo viable, capaz de incidir en el mercado regular. Se trata de desafiar a las grandes empresas [...], forzándolas a reestructurar su producción de tal modo que sean responsables desde un punto de vista social y ecológico”²²⁸. Quienes defienden esta postura creen que el

²²⁵ Marie-Christine Renard. “Quality certification, regulation and power in fair trade”. *Op. cit.*, p. 424.

²²⁶ *Estándares para las organizaciones de Comercio Justo*, IFAT, 2002, disponible en www.ifat.org/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=84, consultado el 7 de agosto de 2006. Y Marie-Christine Renard. “Quality certification, regulation and power in fair trade”, *Op. cit.*

²²⁷ Por ejemplo, OXFAM, junto con la venta de sus productos, lleva a cabo una campaña en contra de las corporaciones transnacionales del café para forzarlos a adoptar un “código de conducta” que incluye la idea de precio mínimo. Ver Marie-Christine Renard. “Fair trade: Quality, market and conventions”. *Op. cit.*, p. 92.

²²⁸ Nico Roozen y Frans VanderHoff. *Op. cit.*, p. 158.

Comercio Justo puede funcionar como factor de presión, ya que la preferencia de los consumidores conscientes por una producción social y ecológicamente sostenible puede llegar a influir en la política comercial de muchas empresas.

Finalmente, el crecimiento y expansión del Comercio Justo son la meta a la que quieren llegar muchos productores y organizaciones, pero son, al mismo tiempo, un dilema y un problema. Es por ello que en los últimos años se ha debatido tanto el tema de la expansión del mercado, de sus costos y sus beneficios, y de cual es la misión central del Comercio Justo. Mientras se discute el tema y se buscan soluciones a la mayor demanda por un incremento en el mercado del Comercio Justo, algunas cooperativas ya han realizado paralelamente algunas negociaciones y alianzas con grandes distribuidores, corporaciones y supermercados²²⁹, lo cual realmente podría representar un peligro para la legitimidad y fuerza del movimiento. “El gran reto del Comercio Justo consistirá en saber responder a las exigencias del mercado sin olvidar su vocación original, la de oponerse a las leyes del comercio dominante como una alternativa respetuosa para los productores y para su trabajo, con una política de precios distinta (solamente) a la de la oferta y la demanda, y elevando una voz crítica y valiente que denuncie los abusos de las transacciones comerciales”²³⁰.

2.6.3. Los productores y la certificación: una relación difícil

Una de las principales críticas a los procesos de certificación del Comercio Justo es que, contrario al espíritu inicial del Comercio Justo de relaciones personales y valores compartidos, dichos procesos se han vuelto más estrictos, haciendo con que algunos productores crean que el sistema de certificación y regulación del Comercio Justo está

²²⁹ Como es el caso de la negociación que ha llevado a cabo la cooperativa mexicana UCIRI con Carrefour, con la cual se acordó una relación de diez años de compra de café orgánico a un precio más elevado que el de FLO, lo cual le permite vender su producción que no es absorbida por el Comercio Justo. Ver Marie-Christine Renard. “Quality certification, regulation and power in fair trade”. *Op. cit.*, pp. 427-428.

²³⁰ Pablo Cabrera, *et. al.* “Protagonistas en el Comercio Justo”. *Op. cit.*, p. 62.

guiado más por cuestiones comerciales que por la solidaridad y que, incluso, actúan más en contra suyo que a favor.

El rechazo a los procesos de certificación nace también del hecho de que los productores deben pagar una parte de los costos de la utilización de los sellos, impidiendo que muchos de los productores que se encuentran realmente marginados participen de la cadena de comercialización de Comercio Justo certificado, que es la que tiene un mayor potencial de crecimiento.

Algunos productores también se quejan de la falta de transparencia con la cual FLO los evalúa y certifica, así como su falta de participación en la toma de decisiones. Ante esto, FLO ha intentado aumentar su participación como órgano consultivo y en su representatividad en el Consejo de Administración²³¹.

Así, la aplicación de las normas de certificación, controles, premios y penalidades, por un lado incrementan el costo de producción y expulsan a algunos productores de la cadena por no cumplir con los estándares de producción; por el otro, de acuerdo con las opiniones emitidas por algunos caficultores, el pertenecer al registro de algún sello de Comercio Justo fortalece la calidad de sus cultivos y de su procesamiento, lo cual conlleva a una mejor aceptación en el mercado y a la consolidación de las relaciones comerciales con los compradores²³².

Aún así, la certificación sigue siendo considerada por muchos investigadores, organizaciones y productores, la mejor manera de proteger los criterios iniciales del Comercio Justo, de ampliar el mercado y de posibilitar la participación de una mayor cantidad de productores en la cadena.

²³¹ Renard, Marie-Christine. "Quality certification, regulation and power in fair trade". *Op.cit.* p. 425.

²³² *Ibid.*, pp. 424-425.

2.6.4. La Diversificación de los productos y el problema de la transformación

De acuerdo con las opiniones de las organizaciones de Comercio Justo sobre las perspectivas del mercado, existe todavía un amplio margen para el desarrollo de nuevos productos, sobre todo en el sector alimenticio y que cuenten con un mayor valor agregado y nivel de procesamiento. Muchos consumidores en Europa han manifestado que, además del apoyo a los productores del Sur, están interesados en comprar y pagar más por productos naturales e innovadores que tengan sabores exóticos, presentación y empaque alternativo y calidad²³³.

Sin embargo, para lograr expandir el Comercio Justo a través de nuevos productos con un mayor grado de procesamiento, deberemos tener en cuenta el problema que hoy en día representa en el comercio internacional, sobre todo para los países del Sur, la transformación de los productos.

Aunque el Comercio Justo promueve que se concentre todos los procesos de transformación en el lugar de origen, permitiéndole al productor añadir mayor valor agregado al producto y recibir un mayor ingreso por el, esto no siempre se puede cumplir ya que tanto la estructura del comercio internacional como el comportamiento de los propios consumidores lo impiden.

La exportación de bienes a los países del Norte está sujeta a diversos impuestos entre los que se destaca el impuesto progresivo en función del grado de transformación del producto importado. A veces, el precio final del producto se eleva de tal manera, que no vale la pena someterlos a un alto nivel de transformación y exportarlos ya que no podrían competir con los precios de los productos nacionales²³⁴. Por ejemplo, en el caso del café, el impuesto varía según el grado de transformación de dicha materia prima, por lo que el arancel será menor antes del proceso de tostado, cuando el grano aún es verde.

²³³ Orlando Lara Pineda. *Op. cit.*, p. 24.

²³⁴ Pablo Cabrera *et. al.* "Protagonistas en el Comercio Justo". *Op. cit.*, p. 59.

Por otro lado, el comportamiento de los consumidores también influye en el grado de transformación ya que los gustos y preferencias varían mucho de un país a otro y los productores no cuentan con la posibilidad de realizar un tratamiento diferente a sus productos en función de los países a los que exportan. En este caso, las organizaciones productoras correrían el riesgo de perder las economías de escala²³⁵ debido a que la especialización traería costes adicionales²³⁶. Además, cabe recordar también que existen otras causas que influyen en el proceso de transformación como puede ser la carencia o falta de acceso a determinados sistemas de producción debido a su elevado nivel tecnológico, a los cuales muchos campesinos no tienen acceso por la falta de recursos económicos; y que para la transformación u elaboración de ciertos productos intervienen materias primas de diferente procedencia. En el caso del chocolate, por ejemplo, estos pueden estar elaborados con cacao de Bolivia y azúcar de Ecuador, por lo que la elaboración del producto final se realiza en Europa con las materias primas importadas de dichos países.

Así, llevar a cabo la diversificación de los productos que se comercializan bajo el esquema del Comercio Justo requerirá cambios en estructuras que van mucho más allá de las existentes en las redes de Comercio Justo y que implicaran un verdadero reto al movimiento.

2.6.5. El estancamiento del crecimiento

A pesar de que las cifras no enseñan que el Comercio Justo ha estado creciendo, sus ventas todavía no alcanzan cumplir las necesidades de los productores del Sur, muchos de los cuales solo pueden vender una parte de su producción total en los

²³⁵ Samuelson se refiere a las economías de escala como “Aumentos de la productividad o disminuciones del coste medio de producción, que se deben a un aumento de todos los factores de producción en la misma proporción”. En otras palabras se puede producir con menores costes a medida que se aumenta el nivel de producción. Ver Paul A. Samuelson y Nordhaus. *Economía. Op. cit.*, p. 656.

²³⁶ Pablo Cabrera et. al. *Op. cit.*, p. 59.

mercados del Comercio Justo, mientras que otros todavía aguardan en la fila para poder entrar a la red.

Por otro lado, hay indicadores de límites significativos para el crecimiento a largo plazo de los mercados de Comercio Justo. Así, mientras mercados relativamente no explotados han mostrado un crecimiento elevado en los últimos años (sobre todo en Estados Unidos y Canadá), los mercados ya establecidos, ubicados en Europa, han registrado un crecimiento lento o incluso una caída, reflejando un posible estancamiento en el crecimiento del mercado del Comercio Justo²³⁷.

Por lo tanto, diversificar los productos, aumentar los canales de comercialización y fortalecer las redes de Comercio Justo Sur-Sur pueden representar salidas al dilema del estancamiento, aunque también pueden poner mover las bases de la esencia del movimiento.

²³⁷ Garvin Fridell. *Op. cit.*, p. 50.

CAPÍTULO 3. AMÉRICA LATINA Y EL COMERCIO JUSTO

“Porque América Latina es el símbolo de la contradicción de un sistema socioeconómico mundial que asegura la vida de pocos y la indigencia de muchos”. (Gianni Miná, “Un Continente desaparecido”).

En este capítulo se hará una breve exposición de cómo participa América Latina en el movimiento del Comercio Justo, cómo se han coordinado las actividades del movimiento a nivel regional y cuál ha sido el impacto y posibles beneficios para los grupos y comunidades que forman parte de esta alternativa.

Debido a que la cantidad de información respecto a volúmenes, ventas y desarrollo del Comercio Justo a nivel regional no es abundante, se ha decidido apoyar esta investigación en los datos ofrecidos por organizaciones como FLO (Fairtrade Labelling Organizations) e IFAT (Internacional Fair Trade Association), las dos organizaciones *sombrilla* más importantes dentro del movimiento del Comercio Justo, reconocidas internacionalmente y en las cuales América Latina como región tiene una importante participación.

Respecto al impacto, utilizaremos como base a dos investigaciones realizadas por la Universidad de Sussex y de Colorado State, las cuales miden la huella que ha dejado el Comercio Justo en diversas cooperativas de café y sus comunidades en México, Guatemala y Costa Rica y que se detallaran en el apartado 3.3 de este capítulo.

Por último, se analizará el movimiento del Comercio Justo como una alternativa de utilidad para los pequeños productores de América Latina; si se puede aprovechar esta forma de comercio, que incorpora consideraciones ambientales y sociales en su práctica, para mejorar las condiciones de vida de los campesinos y propiciar el desarrollo sustentable en sus comunidades; y cuales son los retos del movimiento vistos desde el Sur.

3.1. La participación de América Latina en el movimiento del Comercio Justo internacional

La pobreza, la desigualdad y la concentración de la riqueza son una constante en el desarrollo histórico de América Latina; tan solo en el 2001, se calculó que 214 millones de personas, alrededor de 43% de la población latinoamericana vivía en la pobreza y de éstos, 92.8 millones, el 18.6%, en la indigencia²³⁸.

Una gran parte de dicha población vive en el sector rural donde habitan alrededor de 123 millones de personas, quienes dependen, directa o indirectamente de la agricultura, representando el 25% del total de la población. De estos, 77 millones, el 63.7%, viven en la pobreza y 47 millones en extrema pobreza²³⁹.

La agricultura ha sido, históricamente, una fuente fundamental de subsistencia para la región y es, por lo tanto, no solo un medio potencial clave para las estrategias de reducción de la pobreza y el desarrollo, sino un sector de suma importancia respecto a la seguridad alimentaria y la sustentabilidad ambiental de los países. Sin embargo, en los últimos años, dicho sector ha estado sumergido en una severa crisis económica y financiera a causa de la liberalización del comercio y de la falta de inversión pública, por mencionar algunas de las principales y más recientes variables que hacen con millones de campesinos vivan en condiciones que los obligan a abandonar las tierras y a migrar año con año hacia las grandes ciudades en búsqueda de oportunidades de subsistencia²⁴⁰.

Es por ello que, en los últimos años, el movimiento del Comercio Justo ha servido como una alternativa para enfrentar la crisis en el sector agrícola y mejorar las

²³⁸ Patricia Amat, Mark Fried *et. al.* “Comercio con Justicia para las Américas. Agricultura, Inversiones y Propiedad Intelectual, tres razones para decir no al ALCA”, en *Oxfam Briefing Paper*. No. 38, 2003, p. 1.

²³⁹ *Ibid.*, p. 3.

²⁴⁰ Se estimó que en Honduras, para finales de 2001, aproximadamente 100,000 productores abandonaron sus tierras, mientras que en Chiapas, México, cerca de 500 productores de café migran semanalmente hacia las grandes ciudades del país y hacia Estados Unidos. Ver Jean-Marie Krier (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. Op. cit.*, p. 61.

condiciones de vida de miles de pequeños productores en América Latina, quienes producen bajo este modelo principalmente café, miel, jugos de frutas, artesanías, plátanos y cacao²⁴¹. Estos productores, organizados en cooperativas, asociaciones, colectivos y grupos solidarios, motivados por la búsqueda de mejores condiciones de mercado, son quienes más se benefician del esfuerzo colectivo que representa el movimiento.

Muchas son las organizaciones de productores latinoamericanas que participan en el movimiento del Comercio Justo y que son miembros tanto de FLO como de IFAT. Así, de las 300 organizaciones miembros de IFAT, 42 son latinoamericanas (alrededor del 15%), mientras que en FLO, de las 661 organizaciones de productores registradas, 371 provienen de América Latina (aproximadamente el 56%)²⁴².

Cabe resaltar que las cifras proporcionadas por dichas organizaciones de Comercio Justo varían mucho unas de otras debido a que FLO es un organismo de certificación y trabaja con un número reducido de productos certificables²⁴³, mientras que IFAT abarca una gama más amplia de organizaciones y de productos, resaltando el sector artesanal, que no están necesariamente certificados, pero que de igual manera participan en las redes de Comercio Justo.

Dentro de FLO, América Latina juega un papel importante debido no solo al número de organizaciones de productores registradas, sino que éstas participan en la producción de casi todos sus productos certificados. De acuerdo con los últimos datos ofrecidos por esa organización²⁴⁴, la región resalta en la producción certificada del

²⁴¹ Équiterre. “Foro sobre políticas de comercio justo para toda América”. Disponible en <http://www.equiterre.qc.ca/equitable/echanges/#presentation>, consultado el 19 de noviembre de 2006.

²⁴² Datos correspondientes a los sitios oficiales de FLO y de IFAT. Disponibles en www.fairtrade.net y www.ifat-la.org, consultados el 30 de mayo de 2007.

²⁴³ *Supra*. Capítulo 2, FLO, pp. 79-82.

²⁴⁴ Datos disponibles en el sitio oficial de FLO-CERT, en www.flo-cert.net, consultado el 2 de junio de 2007.

plátano, la miel, los jugos, el café, el cacao²⁴⁵ y el azúcar, y solo Brasil y Ecuador producen quinua certificada. Los únicos productos certificados en los cuales América Latina no figura como región productora son: arroz, algodón, vegetales frescos, plantas ornamentales, pelotas deportivas, cuya producción se concentra en organizaciones de Asia y África (ver tabla 1).

²⁴⁵ El sector del cacao ha estado pasando por una severa crisis debido a una serie de factores, entre los que se destaca la reciente aprobación (2000) de uso de sucedáneos de la manteca de cacao en el chocolate en Europa, que ahora puede ser sustituida por otras grasas vegetales en hasta un 5% del peso total del producto. Así, en el 2000, el precio de una tonelada de cacao fue de \$750 dólares, el precio más bajo en 27 años. Además, los stocks y las especulaciones en las bolsas de valores acentúan aún más las fluctuaciones del mercado del cacao, afectando a un gran número de campesinos latinoamericanos (principalmente en México, Colombia y República Dominicana) que dependen de dicho cultivo.

Como resultado de la crisis, la producción de café en América latina ha bajado constantemente: entre 1989-1990 representaba el 27% de la producción mundial, ahora es de solamente 13%. Ver Jean-Marie Krier (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. Op. cit.*, pp. 83-97.

Tabla 1: Número de organizaciones Latinoamericanas por producto registradas en FLO-CERT hasta mayo de 2007

País	Plátano	Miel	Jugos	Café	Cacao	Azúcar	Frutas frescas	Nueces y aceites	Vino	Té	Frutas secas	Quinua	Hierbas y especias	Flores	Total
Argentina		2					3		3						8
Belice					1										1
Bolivia				20	1			3			1	2			27
Brasil			5	9			3	2							19
Chile		4							6						10
Colombia	6			27										2	35
Costa Rica	1		3	6	1	3	3				1				18
Cuba			10												10
R. Dominicana	14			3	2										19
Ecuador	8		1	1	3							1	1	9	24
El Salvador				5				1							6
Guatemala		5		19											24
Haiti				6	1		1								8
Honduras				20											20
México		12		42			2								56
Nicaragua		2		17	1			1							21
Panamá					1										1
Paraguay															6
Perú	6		1	31	9	1	4	1		1					55
San Vicente	1						1								2
Venezuela				1											1
Total A. L.	36	25	20	207	20	10	17	8	9	1	2	3	1	11	371
Total org de productores registradas en FLO	37	26	24	255	25	15	68	17	26	70	13	3	10	32	661
% A. L. FLO	97.3	96.2	83.3	81.2	80	66.6	25	47	21.4	1.4	15.4	100	10	34.4	56.1

Fuente: Elaboración propia con datos del sitio oficial de FLO-CERT, disponible en www.flo-cert.net. Consultado el 2 de junio de 2007.

3.1.1. El café

El café, además de ser un excelente ejemplo de como el comercio internacional es inequitativo²⁴⁶, es el principal producto, respecto a volumen (80%) y ventas²⁴⁷, comercializado a través de las redes de Comercio Justo.

Para muchos países en vías de desarrollo, el café es el cultivo de exportación más importante y representa la principal fuente de ingresos para más de veinte millones de productores y sus familias²⁴⁸. Es, además, el pilar de la economía de varios países Centroamericanos y para países como Brasil y Colombia, el café representa cerca de 10% de los ingresos de exportación²⁴⁹.

Sin embargo, desde finales de los años ochenta del siglo pasado, el sector cafetalero ha sufrido una severa crisis causada por una serie de factores, entre los que se destaca el derrumbe en 1989 del Acuerdo Internacional del Café y el abandono de las reglamentaciones de la Organización Internacional del Café (OIC)²⁵⁰ que regulaban desde 1962 la producción y comercialización del café a nivel mundial. Desde entonces, se eliminaron los instrumentos de manejo y control del comercio mundial del grano que habían permitido un desarrollo ordenado del mercado internacional del café, por lo que se desató una expansión excesiva de la producción mundial, particularmente en Vietnam y Brasil, creándose un exceso crónico de producción que llevó los precios reales del

²⁴⁶ Por ejemplo, de acuerdo con estadísticas de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), entre 1975 y 1993, a pesar de una disminución en promedio del 18% de los precios del café verde, los precios para el consumidor se incrementaron en 240%. Ver Jean-Marie Krier (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. Op. cit.*, p. 66.

²⁴⁷ Marie.Christine Renard. "Quality certification, regulation and power in fair trade", en *Journal of Rural Studies*. No. 21, 2005, p. 420.

²⁴⁸ Jean-Marie Krier. *Op. cit.*, p. 66.

²⁴⁹ *Ibidem*.

²⁵⁰ Creada en 1963, es actualmente el máximo organismo multilateral del café encargado de aglutinar tanto a productores como consumidores para tratar los temas más importantes que afronta la industria.

grano a los niveles más bajos de la historia²⁵¹. Así, en el 2002, el precio por 100 libras de café lavado mexicano fue de \$41 dólares, mientras que los costos de producción por la misma cantidad se estimaron entre \$90 y \$100 dólares²⁵².

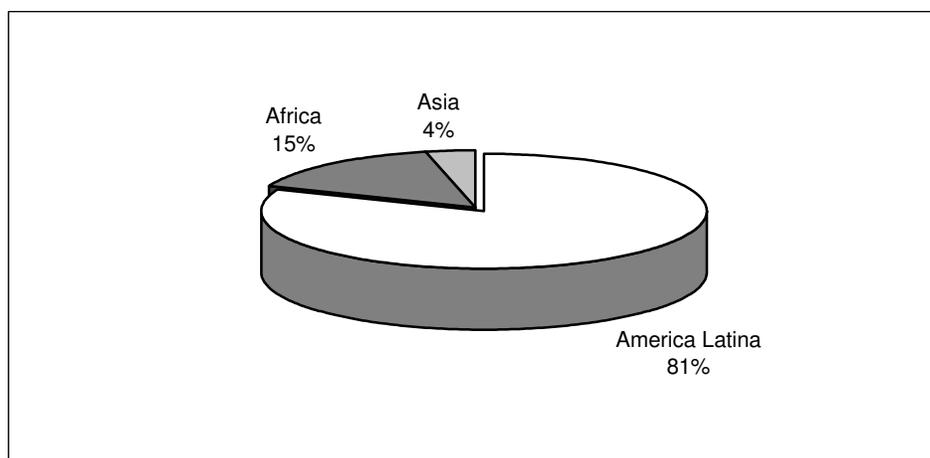
No es coincidencia entonces el hecho de que el café sea el producto más importante del Comercio Justo y que a través de dicho producto, miles de pequeños productores, mucho de ellos latinoamericanos, participen del movimiento, encontrando en él una salida a la crisis del sector.

Dentro del movimiento del Comercio Justo, América Latina figura como la principal región productora de café certificado, con 81% de las organizaciones registradas en FLO en ese rubro (ver tabla 2). A su vez, México (con el mayor volumen de producción en la región), Perú y Colombia, son los países con mayor número de organizaciones de productores de café certificadas, que junto con las demás organizaciones latinoamericanas registradas, representan aproximadamente las tres cuartas partes del total de productores de café registrados en FLO (ver tabla 3).

²⁵¹ Ruben Catillo Morales. *Esquema de Comercio Justo, nueva opción de mercados internacionales para cafeticultores mexicanos marginados*. *Op. cit.*, pp. 53-54.

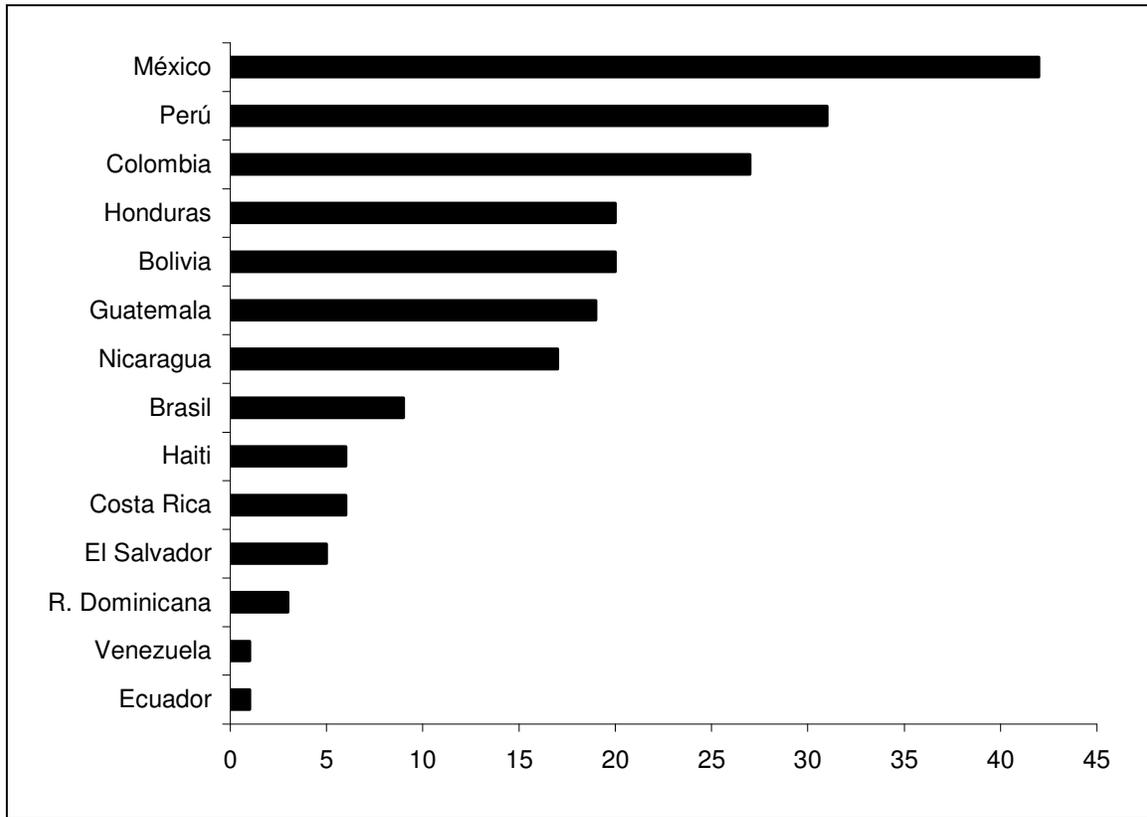
²⁵² Marie-Christine Renard y Victor Pérez-Grovas. "Fair Trade Coffee in Mexico: At the Center of the Debates", en Raynolds, Laura, Murray, Douglas *et. al.* *Fair trade: the challenges of transforming globalization*. Ed. Routledge/Taylor & Francis Inc., Londres, 2007.

Tabla 2: Porcentaje de organizaciones de productores de café registradas en FLO-CERT hasta mayo de 2007



Fuente: Elaboración propia con datos de FLO-CERT, disponibles en www.flo-cert.net, consultado el 5 de junio de 2007.

Tabla 3: Número de organizaciones de productores latinoamericanos de café registrados en FLO-CERT hasta mayo de 2007



Fuente: Elaboración propia con datos de FLO-CERT, disponibles en www.flo-cert.net, consultado el 5 de junio de 2007.

3.1.2. Las artesanías

Es importante señalar que parcialmente al caso del café, en las cifras de IFAT²⁵³ y de las organizaciones de productores registradas en ella, resalta el rubro de las artesanías, incluso más que los alimentos, contrario a lo que sucede en FLO, donde los únicos productos que pueden ser certificados son los de alimentación, a excepción de las pelotas deportivas. Esto sucede debido a que es técnicamente difícil desarrollar estándares generales de certificación de Comercio Justo para las artesanías ya que son producidas a muy pequeña escala y son piezas únicas con procesos de producción y costos muy variados.

Respecto a las ventas registradas por las organizaciones de productores de IFAT en el año 2000, éstas provinieron principalmente de Asia con el 66% del total, seguido de América Latina y África, cada una con porcentajes que se aproximan al 15%²⁵⁴.

El 67% de las ventas de las organizaciones de productores registradas en IFAT provenientes de América Latina, consiste en productos artesanales y el restante 33% en alimentos. Entre dichas organizaciones, Perú es uno de los países que ha alcanzado una mayor participación ya que abarca prácticamente la mitad de todas las exportaciones de las organizaciones de Comercio Justo de la región. Podemos ver también que algunos

²⁵³ Las cifras de IFAT que se pudieron obtener para esta investigación son referentes al año 2000, por lo que el estado actual pudo haber variado significativamente respecto a las ventas y los volúmenes. Tampoco se debe olvidar que estas cifras deben ser tomadas con cuidado, pues se trata de una proyección de la información disponible en ese entonces, y no de todas las transacciones efectuadas, por lo que los resultados podrían estar ligeramente sesgados en lo que se refiere a composición de las ventas por destino y categoría. Sin embargo, se decidió incluir dichos datos en esta investigación ya que se cree que pueden brindar un panorama general de la participación de América Latina como región en IFAT, una de las principales organizaciones *sombrilla* de Comercio Justo.

²⁵⁴ Viscarra K. “El Comercio Justo: Una alternativa para la agroindustria Rural de América Latina”. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – Oficina regional para América Latina y el Caribe, Santiago, 2002, P. 36. Disponible en <http://ftp.fao.org/docrep/fao/008/ae970s.pdf>, consultado el 10 de abril de 2007.

países están concentrados en la fabricación de artesanías como Chile, Nicaragua, Bolivia y México, mientras que Ecuador está especializado en alimentos (ver tabla 4).

Respecto al destino de las ventas, se dirigen principalmente el mercado externo (85%), mientras que en Bolivia y Ecuador resaltan las cifras de las ventas destinadas al mercado local (ver tabla 4).

Tabla 4: Ventas por países de miembros IFAT - América Latina

América Latina	Ventas (en US\$)	En %	Artesanías	Alimentos	Exportación	Mercado Local
Ecuador	290,048	8.85%	36%	64%	74%	26%
Perú	1,464,046	44.70%	50%	50%	95%	5%
Chile	641,014	19.57%	100%	0%	n.d.	n.d.
Nicaragua	370,399	11.31%	100%	0%	85%	15%
Bolivia	171,122	5.22%	92%	8%	25%	75%
México	339,000	10.35%	100%	0%	n.d.	n.d.
Total Promedio	3,275,629	100.00%	67%	32.69%	85.20%	14.80%

Fuente: Gastón Viscarra K, *El Comercio Justo: Una alternativa para la agroindustria Rural de América Latina*, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – Oficina regional para América Latina y el Caribe, Santiago, 2002, P. 44.

En suma, con los datos presentados se puede ver la importante participación que tiene la región latinoamericana en el movimiento de Comercio Justo, sobre todo en el rubro del café, el cual es a su vez llamado de “producto estrella”, por ser el de mayor comercialización bajo es esquema del Comercio Justo.

Dentro de la rama del Comercio Justo certificado bajo el esquema de FLO, América Latina es la región del sur con mayor participación ya que cuenta con una cantidad de organizaciones de productores registradas superior a África y a Asia. Por otro lado, la proporción de organizaciones de productores latinoamericanas registradas en IFAT es considerablemente menor a la de Asia debido a que muchas de ellas se dedican a las artesanías, y en dicho mercado la producción de las organizaciones asiáticas ya se encuentra establecida, principalmente en el mercado europeo. Sin embargo, las artesanías no pueden ser certificadas, por lo que el crecimiento de sus ventas en el mercado es lento en comparación con los productos certificados, que ya pueden ser comercializados no solo en tiendas de comercio alternativo (Worldshops), sino en supermercados y lugares de comercio convencional de más accesibilidad para los consumidores, representando un crecimiento potencial favorable a los productores latinoamericanos.

3.2. Coordinación del movimiento del Comercio Justo en América Latina

Si bien es cierto que existe en América Latina un movimiento amplio e importante de Comercio Alternativo y que, sin duda, ha influenciado de manera significativa en el fortalecimiento del movimiento del Comercio Justo, en lo que sigue veremos exclusivamente la estructura y el funcionamiento de las organizaciones que se dedican a coordinar y promover el movimiento del Comercio Justo en la región.

La coordinación entre organizaciones de productores de Comercio Justo en América Latina, tanto a nivel de productores²⁵⁵ como de mercados, así como a nivel de desarrollo y promoción del Comercio Justo en América Latina, era, hasta hace poco años, incipiente. No fue hasta el 2001 cuando se empezaron a desarrollar en la región espacios

²⁵⁵ A nivel de productores se pueden encontrar espacios como la Coordinadora Latinoamericana de Café, con organizaciones miembros de FLO o la Organización de Productores Avícolas Unidos de América Latina. Estas iniciativas comparten la dinámica de producción y comercialización de café y miel, pero se enfrentan a la dispersión geográfica, la atomización de las organizaciones y la heterogeneidad en términos de capacidad de gestión y operación, lo cual dificulta su operación y crecimiento.

para el encuentro y la reflexión respecto a la necesidad de articular y coordinar las actividades relacionadas con el Comercio Justo, así como con otras formas de comercio alternativo. Entre dichos espacios encontramos que durante ese mismo año se realizó en Lima el *Encuentro Latinoamericano de Comercio Justo y Consumo Ético*; posteriormente, en el 2003, la Cooperativa de Comercio Justo de Chile organizó en Santiago el *Seminario Internacional de Comercio Justo y Desarrollo Local*; y en el mismo año, FACES de Brasil²⁵⁶ llevó a cabo en Sao Paulo, el *Seminario Internacional de Comercio Ético y Solidario*.

En el 2004, tras el *Foro Nacional de Comercio Justo en Perú*, se realizó una reunión de representantes de las organizaciones y redes de Comercio Justo, comunitario, ético y solidario de América Latina²⁵⁷, con el fin de discutir una agenda común de trabajo y articular las organizaciones de Comercio Justo de la región. Así nació la Mesa de Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo (MCLACJ), como una instancia de coordinación y formulación de propuestas colectivas orientadas a desarrollar el comercio justo Sur-Sur y local. Posteriormente, la MCLACJ llevó a cabo en el 2005, en el marco del V Foro Social Mundial de Porto Alegre, un *Encuentro de Comercio Justo Latinoamericano*, durante el cual se incorporaron nuevas organizaciones y se acordó trabajar en las líneas de los negocios de Comercio Justo entre los asociados, la

²⁵⁶ El Foro de Articulación para el Comercio Ético y Solidario de Brasil, o FACES de Brasil, es la organización más destacada de Brasil en materia de fomento, construcción e implementación del comercio ético y solidario, integrado por ONGs, productores, representantes gubernamentales, empresas, representaciones de trabajadores y prestadores de servicios. Ver sitio oficial, disponible en www.facesdobrasil.org.br, consultado el 6 de junio de 2007.

²⁵⁷ En el estuvieron presentes representantes de Comercio Justo México, FACES do Brasil, la Cooperativa de Comercio Justo de Chile, el Centro Canadiense de Estudios y Cooperación Internacional (CECI Bolivia), la Asociación Agropecuaria de Uila Colombia, la Junta Nacional del Café de Perú y el Grupo Red de Economía Solidaria del Perú. Aunque no pudieron asistir a la reunión, los representantes de RELACC (Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria) y Maquita Cusunchic de Ecuador, manifestaron su acuerdo con los objetivos de la misma.

articulación latinoamericana de las experiencias de comercio justo y la intervención en los procesos de negociaciones y regulaciones del comercio local e internacional²⁵⁸.

Una vez establecida la MCLACJ, en mayo de 2005, en Quito, Ecuador, aprovechando el Encuentro Mundial de IFAT y la presencia de varias de las organizaciones de la MCLACJ, se realizó una reunión de coordinación para acordar la sede del *Encuentro Latinoamericano de Comercio Justo*, aprobándose llevarlo a cabo en la ciudad de Cochabamba, Bolivia, y ubicarlo en la perspectiva del *Tercer Encuentro Mundial de Economía Solidaria* que se realizaría en noviembre de 2005 en Dakar, Senegal. Finalmente, la MCLACJ, en coordinación con otros grupos de economía solidaria, llevaron a cabo en la ciudad boliviana, en septiembre de 2005, lo que denominaron el *I Encuentro latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*, congregando a más de doscientos representantes de experiencias de comercio justo y economía solidaria de doce países latinoamericanos²⁵⁹.

Durante dicho Encuentro, los participantes discutieron los temas comunes a la economía solidaria y el Comercio Justo y sus retos, reflexionaron sobre el contexto sociopolítico de la región, e intercambiaron experiencias organizativas y estratégicas. El resultado fue la elaboración de un plan de acción y de la *Declaración de Cochabamba*²⁶⁰, documento que, con un enfoque crítico, expone las causas de la pobreza y la desigualdad en América Latina; propone una nueva estrategia de desarrollo y de distribución de la riqueza a través de la economía solidaria; se compromete, entre otras cosas, a impulsar la articulación del Movimiento Latinoamericano de Economía Solidaria, Comercio Justo y Consumo Ético, así como fortalecer la coordinación latinoamericana; y demanda a los Jefes de Estado y de Gobierno de América Latina y el Caribe una serie de puntos de carácter político y económico de fondo en la región.

²⁵⁸ Alfonso Cotera Fretel (Coordinador de la MCLACJ), “Primer Encuentro Emprendedor de Economía Solidaria y Comercio Justo de Latinoamérica”, en Polo de Socio-Economía Solidaria (PSES), diciembre de 2005, disponible en <http://fairtrade.socioeco.org/es/index.php>, consultado el 30 de abril de 2007.

²⁵⁹ *Ibid.*

²⁶⁰ Ver anexo 2.

Así, bajo el lema de, “una América solidaria es posible”, este documento, que cuenta con la firma y el respaldo de numerosas organizaciones latinoamericanas de Comercio Justo y Alternativo, es el resultado más significativo del movimiento del Comercio Justo en la región, que va incluso más allá del movimiento en si y se une con otras propuestas de economía solidaria.

Por otro lado, en febrero de 2007 se llevó a cabo en La Habana, Cuba, el *II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*, organizado por la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPESS) y la MCLACJ. Ahí, los participantes provenientes de veintiún países latinoamericanos elaboraron la *Declaración Final del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*, donde se reflejan propuestas, constataciones, compromisos y demandas. También se acordó que el próximo encuentro se llevará a cabo en Uruguay a mediados del 2009²⁶¹.

Paralelamente a los esfuerzos de la MCLACJ, se han llevado a cabo diversos encuentros estatales y regionales de organizaciones de productores latinoamericanas que participan en redes de Comercio Justo y Solidario. Entre ellos destacan los tres encuentros regionales realizados en el marco del Espacio MERCOSUR Solidario en el 2006, en los que representantes de organizaciones, iniciativas y redes comprometidas con los principios del Comercio Justo de Brasil, Uruguay, Chile, Paraguay Argentina se vincularon, compartieron experiencias, y realizaron una feria, rondas de intercambio y talleres temáticos²⁶². Durante el 2007 se llevarán a cabo otros dos encuentros, en el mes de julio en Brasil, y en noviembre en Chile²⁶³.

²⁶¹ Ver Boletín Informativo de IFAT América Latina, en *Mercado Justo - Periódico digital del Comercio Justo en América Latina*, No. 10, 2007, disponible en www.ifat-la.org, consultado el 3 de junio de 2007.

²⁶² Ver Boletín Informativo de IFAT América Latina, No. 7, 2006, *op. cit.*

²⁶³ Eduardo Letelier, “Espacio MERCOSUR Solidario”, en *Mercado Justo - Periódico digital del Comercio Justo en América Latina*. No. 2, enero de 2006. Disponible en www.mercadojusto-la.com, consultado el 4 de junio de 2007.

Finalmente, en palabras de Alfonso Cotera Fretel, coordinador de la Mesa de Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo, “las tareas principales de este movimiento de comercio justo latinoamericano se resumen en cuatro ejes de intervención: la articulación latinoamericana de las experiencias de economía solidaria y comercio justo; la creación de mercados locales para el comercio justo y el desarrollo del comercio justo Sur-Sur; la difusión de la propuesta y el desarrollo de la formación de los líderes y participantes de las experiencias; y el desarrollo de la capacidad de incidencia política en los gobiernos de nuestros países y en los procesos de integración regional en curso, así como en la negociación de los Tratados de Libre Comercio en la región”²⁶⁴.

Así, podemos ver como en América Latina el movimiento del Comercio Justo está fuertemente vinculado con el movimiento de Economía Solidaria ya que en muchas de las actividades de coordinación a nivel regional, ambos movimientos trabajan en conjunto.

La coordinación y cooperación a nivel regional son fundamentales para el crecimiento y fortalecimiento del Comercio Justo en América Latina. Esto es reconocido incluso por EFTA (European fair Trade Association), quien afirma que “es fundamental desarrollar la filosofía del Comercio justo en los países en desarrollo, para que se coordine el Comercio Justo en los países en desarrollo del mismo modo que EFTA lo hace en Europa”²⁶⁵. Sin embargo, como se dijo inicialmente, la coordinación del movimiento del Comercio Justo a nivel regional todavía se encuentra en una etapa inicial y de consolidación, y tiene muchas tareas por delante. Aún así, debe reconocerse que empieza poco a poco a articularse a través de importantes esfuerzos como son la CLAC y FLO-LA, quienes han llevado a cabo trascendentes encuentros y reuniones de coordinación y discusión del movimiento del Comercio Justo en América Latina, hecho que se ve reflejado en la Declaración de Cochabamba²⁶⁶.

²⁶⁴ Alfonso Cotera Fretel. *Op. cit.*

²⁶⁵ *El desafío del Comercio Justo 2001-2003*, Anuario EFTA, Bélgica, 2001, p. 30.

²⁶⁶ Ver anexo 2.

3.2.2. Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC) se define como “una instancia gremial de representación, coordinación, intercambio y colaboración para el fortalecimiento de las organizaciones de tipo cooperativo de pequeños productores de América Latina y del Caribe en el marco del Comercio Justo”²⁶⁷. Sus primeros antecedentes se remontan a 1996, cuando fueron fundadas la Coordinadora Latinoamericana de Pequeños Productores de Café (CLA o "Coordinadora") y la Red Latinoamericana de Pequeños Apicultores (PAUAL). Posteriormente, en 2004, se llevó a cabo la *Quinta Asamblea Regional de la CLA*, durante la cual se incorporaron otras representaciones de pequeños productores de Comercio Justo de América Latina y el Caribe, constituyendo así a la CLAC como hoy se conoce y como entidad legal.



La CLAC está compuesta por aproximadamente trescientas organizaciones de pequeños productores, en más de veinte países de América Latina²⁶⁸, organizadas en Coordinadoras Nacionales de Pequeños Productores de Comercio Justo, sin importar que tipo de producto elaboren. En total, más de doscientas mil familias de pequeños productores están afiliadas a la Coordinadora, involucrando a más de un millón de personas²⁶⁹.

Las Coordinadoras Nacionales tienen niveles de consolidación muy variados: Mientras México cuenta con una Coordinadora Nacional con más de 5 años de intensa

²⁶⁷ Ver sitio oficial de CLAC, disponible en www.clac-pequenosproductores.org, consultado el 30 de mayo de 2007.

²⁶⁸ Los países participantes de CLAC son: Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas de Barlovento, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela.

²⁶⁹ Ver sitio oficial de CLAC. *Op. cit.*

actividad, y otros países, como Perú, Guatemala, Honduras, República Dominicana cuentan con una trayectoria de varios años de trabajo, otras Coordinadoras Nacionales apenas se encuentran en su fase de formación.

Cada Coordinadora Nacional tiene sus propios procesos y estructuras de toma de decisiones y funcionan de manera independiente de la estructura central de la CLAC, cuya autoridad máxima es la Asamblea General (celebrada cada dos años), compuesta por cerca de 100 delegados de las organizaciones de pequeños productores de los diferentes países y productos participantes del sistema de Comercio Justo en América Latina y el Caribe. A su vez, la Junta Directiva de la CLAC, nombrada por la Asamblea General, se compone de 13 miembros, quienes se reúnen tres veces al año, representando los diferentes productos y países.

Entre los principales objetivos de la Coordinadora se encuentra el incrementar significativamente la presencia, visibilidad e influencia de los pequeños productores latinoamericanos en la escena del Comercio Justo internacional. Es por ello que cuenta con una representación tanto en la Junta Directiva de FLO-International como en el Comité Internacional de IFAT, las dos organizaciones sombrilla de Comercio Justo más importantes a nivel internacional.

De acuerdo con ellos, en los últimos veinte años de consolidación del movimiento, “nunca antes los pequeños productores organizados a favor del Comercio Justo, de una amplia variedad de productos, habían tenido el nivel de coordinación solidaria en el nivel internacional como el que actualmente se ha logrado mediante la CLAC. [...] Para las organizaciones de pequeños productores de Comercio Justo, la CLAC ha sido un órgano de representación que ha permitido incidir en las políticas y reglas internacionales del Comercio Justo. Por otro lado la CLAC ha iniciado un proceso de incidencia en los ámbitos de la defensa de los intereses de los pequeños productores de la región en el ámbito político internacional en temas de comercio y producción”²⁷⁰.

²⁷⁰ Ver sitio oficial de CLAC. *Op. cit.*

Por lo tanto, la CLAC funge como uno de las principales portavoces de los intereses y visiones de los pequeños productores latinoamericanos que participan del movimiento del Comercio Justo; como coordinadora del movimiento a nivel nacional y regional; como promotora de la participación de los productores latinoamericanos en redes internacionales organizadas por productos y compuestas por pequeños productores de Comercio Justo de todo el mundo; como constructora de alianzas entre los pequeños productores y consumidores dentro y fuera de la región; como promotora de mercados domésticos e internacionales de Comercio Justo; como estructura organizacional y de seguimiento de los planes de trabajo; y como símbolo de identidad de los pequeños productores de Comercio Justo de América Latina.

3.2.3. IFAT-América Latina

IFAT (International Federation for Alternative Trade, llamada también Fair Trade Association), es una de las principales organizaciones internacionales de Comercio Justo, y ha creado recientemente tres instancias regionales de coordinación y promoción del Comercio Justo, como un esfuerzo por promover y desarrollar el Comercio Justo a nivel regional: una en África, una en Asia y una en América Latina²⁷¹, esta última conformada por 42 miembros registrados pertenecientes a la región latinoamericana (ver tabla 5).

IFAT-LA (por sus siglas en inglés), tiene por objetivo “la promoción de los principios del comercio justo en la región, favorecer el desarrollo de nuevos mercados y la creación de una plataforma que permita lograr un trabajo más efectivo en la interacción y construcción de redes entre las organizaciones miembros”²⁷². Para lograrlo lleva a cabo diversas reuniones regionales, participa en eventos internacionales de Comercio Justo y

²⁷¹ Más información respecto a las instancias regionales de IFAT: América Latina (www.ifat-la.org), África (<http://catgen.com/cofta/EN/>), y Asia (<http://catgen.com/aftf/EN/>).

²⁷² Sitio oficial de IFAT-LA. Disponible en www.ifat-la.org, consultado el 3 de junio de 2007.

publica mensualmente un boletín denominado “Latidos del Comercio Justo en América Latina”, con información relevante respecto al Comercio Justo a nivel regional²⁷³.

Entre los productos comercializados por los miembros latinoamericanos de IFAT podemos encontrar: cerámica, tapices, prendas de vestir, juguetes, tarjetas, artículos de uso personal, artículos de oficina, juguetes, joyería, talabartería, utensilios para cocina y comedor, artículos de decoración, artesanías en general, así como algunos productos agrícolas como el café, el plátano, la miel, entre otros²⁷⁴.

Esta plataforma regional de IFAT, junto con CLAC, representa un importante esfuerzo de coordinación y promoción del movimiento a nivel regional y una de las principales herramientas de fortalecimiento de Comercio Justo en América Latina.

²⁷³ Boletín disponible en el sitio oficial de IFAT-LA, *op. cit.*

²⁷⁴ Para tener más información respecto a los productores y sus productos, ver sitio oficial de IFAT-LA, *op. cit.*, consultado el 4 de junio de 2007.

Tabla 5: Organizaciones registradas en IFAT-América Latina hasta mayo de 2007

PAÍS	ORGANIZACIONES
Argentina	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Mujeres Microempresarias • Fundación Silataj
Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> • Acción Creadora Acre • Asociación Artesanal Señor de Mayo (ASARBOLSEM) • Asociación de Artesanos Q'Antati • La Coronilla
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanato Solidário • Associação Peq. Agric. O. Catarinense (APACO) • Cataratas do Iguazú Produtos Orgânicos - Gebana • Conselho Geral da Tribo Sateré-Mawé CGTSM • Visão Mundial Brasil • Viva Rio Fair Trade Brasil
Chile	<ul style="list-style-type: none"> • Comparte • Cooperativa Campesina Apícola Valdivia (APICOOP) • Fundación Chol-Chol • Fundación Solidaridad
Colombia	<ul style="list-style-type: none"> • Frutos de los Andes Fruandes Ltda • Fundaglobal Fundación
Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> • Coop. de Prod. Agropec. y Serv. Multl. de Trab. Bananeros del Sur-COOPETRABASUR

Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • Camari • Centro de Exportaciones Grupo Salinas • Corporación RELACC • Fundacion Pro Pueblo • Fundación SINCHI SACHA • Maquita Cushunchic (MCCH)
El Salvador	<ul style="list-style-type: none"> • APRAINORES (Asociación de Productores Agroindustriales Orgánicos de El Salvador)
Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Crecer • Asociación de Artesanos Aj Quen
Honduras	<ul style="list-style-type: none"> • Coop. Regional de Producción Agropecuaria La Sureñita (COREPROSUL) • Velas La Luciernaga/Asoc. Acciones p el Des. Poblacional (A.D.P.)
México	<ul style="list-style-type: none"> • Artcamp Artesanas Campesinas S.C. de R.L. • Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo RI (UCIRI) • Unión Progresista Artesanal (UPA) • Xochipilli
Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> • Estación A – Núcleo Cultural

Perú	<ul style="list-style-type: none"> • Candela • CIAP-Intercrafts SAC • Importadora Exportador DELTA s.a.c. • Instituto de Desarrollo Urbano - CENCA • Manos Amigas S.A. • MINKA
Uruguay	<ul style="list-style-type: none"> • SES

Fuente: Elaboración propia con datos del sitio oficial de IFAT-LA, disponible en www.ifat-la.org, consultada el 3 de julio de 2007.

3.3. El impacto del Comercio Justo en las comunidades y organizaciones de pequeños productores latinoamericanas

En los últimos años, se han llevado a cabo algunos estudios independientes que intentan medir el impacto del Comercio Justo en las comunidades y organizaciones de productores latinoamericanos que participan del movimiento, así como algunos de sus problemas específicos. Para la presente investigación se han consultado dos estudios: Uno llevado a cabo por Loraine Ronchi, de la Unidad de Investigación de la Pobreza (Poverty Research Unit) en la Universidad de Sussex²⁷⁵; y el segundo realizado por Peter Leigh Taylor, de la Universidad de Colorado State²⁷⁶. Ambas investigaciones se enfocan específicamente al caso del café: el primero mide el impacto de diez años del Comercio Justo en la Cooperativa Coocafe en Costa Rica y el segundo estudia siete cooperativas ubicadas en México, Guatemala y El Salvador.

²⁷⁵ Loraine Ronchi. "The impact of Fair Trade on producers and their organizations: A case study with Coocafé in Costa Rica". Poverty Research Unit at Sussex, University of Sussex, Junio de 2002, 27 pp.

²⁷⁶ Peter Leigh Taylor. "Poverty Alleviation through Participation in Fair Trade Coffee Networks: synthesis of Case Study research Question Findings". Colorado State University, 2002, 30 pp.

Aparte del hecho de que el café es el producto que más se comercializa a través de los canales del movimiento, se cree que dichas investigaciones podrán brindar una visión general del impacto que puede tener el Comercio justo en las organizaciones y comunidades latinoamericanas que participan del movimiento y que buscan la certificación de sus productos a través del sello FLO.

Los resultados a los que llegan ambos estudios y opiniones respecto al impacto del Comercio Justo son:

1) Fortalecimiento de las organizaciones: A pesar de que la experiencia con el Comercio Justo varía enormemente de una organización a otra, en general, el impacto que éste ha tenido a nivel organizacional y administrativo ha sido positivo y enriquecedor, ya que ha fortalecido a dichas organizaciones y cooperativas y ha auxiliado a que sobrevivieran a la crisis del café y del sector agrícola de principios de los noventa. Dicho fortalecimiento se da, entre otras causas, gracias a que el rigor de los procesos de certificación y los requerimientos para obtenerla y mantenerla han ayudado a vigorizar a las organizaciones y a hacerlas más efectivas y resistentes²⁷⁷, generando, por lo tanto, nuevas formas de coordinación entre los miembros y promoviendo organizaciones más democráticas con mayor participación de los productores. Por ejemplo, en El Salvador, algunos entrevistados informaron que las visitas regulares de FLO promueven una mayor transparencia en las organizaciones, facilitando y promoviendo la comunicación entre sus miembros.

La participación en el Comercio Justo, los precios más elevados, el precio mínimo, y la estabilidad financiera que el movimiento le da a las cooperativas, también

²⁷⁷ Como lo señala un integrante de la cooperativa mexicana La Selva, “la certificación requiere de un mejor control interno y ayuda a desarrollar una cultura de respeto entre los miembros para los acuerdos escritos. [...] también requiere de un mejor involucramiento de cada productor en las actividades de producción diarias [...] reportando niveles mucho más elevados de entendimiento y participación en las actividades de la cooperativa [...]”. Ver Peter Leigh Taylor. *Op. cit.*, p. 15.

las fortalece y les brinda una mayor credibilidad entre los productores, sobre todo en tiempos de crisis.

Por otro lado, el fortalecimiento de las cooperativas y la coordinación entre ellas, promovidos por el Comercio Justo, les ha brindado la posibilidad de participar y representar al sector cafetalero en los círculos políticos tanto estatales, como federales e internacionales. Este incremento en la capacidad de negociación y de representación de las organizaciones de productores constituye un importante avance tanto político como organizacional, que les permite promover y exigir el desarrollo y bienestar de sus comunidades así como influir en el diseño de las políticas económicas del sector.

Cabe señalar que el problema de la pobreza y del desarrollo no se ataca solamente a través del factor ingreso, sino que la organización local, sobre todo a través de cooperativas, es de suma importancia para el desarrollo de las comunidades. Así “la relevancia de las cooperativas para es desarrollo sustentable es evidente – y más aún cuando consideramos el concepto de Desarrollo Humano Sustentable. Como organizaciones de personas, las cooperativas están diseñadas para ayudar a que sus miembros reúnan sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales. Como organizaciones democráticas y participativas, ellos promueven equidad e igualdad. Como entidades económicas, les brinda a sus miembros servicios comerciales. Como instituciones localmente orientadas, ellos reflejan los intereses y preocupaciones de sus comunidades respecto a la justicia y el entorno”²⁷⁸.

Lo anterior sirve para que se comprenda una de las principales bases del movimiento del Comercio Justo: el soporte a las organizaciones de productores y sus cooperativas como una manera implícita de promover el desarrollo y elevar la calidad de vida de los productores. Por lo tanto, el impacto del movimiento del Comercio Justo no debe ser estudiado únicamente con base en el sobreprecio, sino en como fortalece a las organizaciones y como esto afecta el bienestar y desarrollo de las comunidades.

²⁷⁸ Alianza Internacional de Cooperativas (1995), en Loraine Ronchi, *op. cit.*, p. 2.

2) Mayor coordinación entre las organizaciones: Uno de los impactos más importantes encontrados en las comunidades estudiadas fue el papel que ha jugado el Comercio Justo en la construcción de redes de intercambio y coordinación entre las organizaciones de pequeños productores de café. Así, en varios casos, como los de las cooperativas mexicanas estudiadas por Peters Leigh Taylor, éstas aprendieron sobre el Comercio Justo y proceso de certificación de otras organizaciones de productores, y no necesariamente de organizaciones internacionales de Comercio Justo. Además, obtuvieron sus primeros contratos de Comercio Justo cuando otras cooperativas compartieron oportunidades de comercialización. Esta práctica se ha vuelto cada vez más común debido a la dificultad para entrar al mercado del Comercio Justo y a que, muchas veces, los compradores piden más café de lo que una sola organización pueda ofrecer. Algunos ven esto como un ejemplo de solidaridad y soporte mutuo entre las organizaciones, mientras que otros creen que esto, con el tiempo, hará con que las organizaciones compitan entre si mismas.

Muchas cooperativas de productores se involucran también con otras organizaciones tanto a nivel nacional como internacional. Por ejemplo, en México, varias de ellas, cuyo 80% de los miembros son indígenas, forman parte de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Productoras de Café (CNOC), la cual cabildea y presiona al gobierno federal por políticas que favorezcan el sector cafetalero, además de apoyar a sus miembros para que comercialicen sus productos a nivel internacional. CNOC también promueve que sus miembros participen en el Comercio Justo y facilita su entrada a las redes del movimiento. También en México, algunas organizaciones de pequeños productores se han unido en una sola organización de carácter más amplio, Integradora Agromercados, que a nivel nacional colecta y comercializa en México el café de Comercio Justo, como un esfuerzo por promover dicho sistema en el país.

Por otro lado, otras cooperativas de México y de América Latina participan en la Asociación Latinoamericana de Pequeños Productores de Café, conocida también como Frente Solidario, creada en 1992 con el soporte de Max Havelaar, TransFair Germany,

entre otras organizaciones internacionales. Componen el Frente Solidario diecisiete cooperativas de Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Colombia, República Dominicana, Bolivia y Venezuela, quienes tienen, gracias a su organización, una gran influencia y participación en la definición de políticas de FLO.

Finalmente, como mencionó un productor de El Salvador: “El Comercio Justo apoya de construcción de redes sociales y de acción colectiva, que son esenciales para que los actores locales construyan y se muevan hacia su propio proceso de desarrollo”²⁷⁹.

3) La importancia de la prefinanciación: En ambos estudios, la prefinanciación se afirma como un aspecto de gran relevancia ya que le brinda a los productores la posibilidad de acceso a financiamiento antes de la entrega de la cosecha, así como una importante garantía en tiempos de crisis financiera, dándoles más seguridad y estabilidad económica. Así, en opinión de diversos líderes de cooperativas entrevistados, esta acción representa una de las principales ventajas del Comercio Justo.

4) El uso del sobreprecio: El destino del sobreprecio, y del premio social incluido en él, es decidido por los miembros en las asambleas de productores, orientados por los líderes técnicos elegidos y, algunas veces, por FLO, variando de una cooperativa a otra. La mayoría de las cooperativas dividen una parte de los premios sociales entre los productores y algunas organizan fondos de capital social en los cuales invierten parte del sobreprecio. Dichos fondos son usado en diversos proyectos: apoyo a las actividades de los grupos de mujeres, programas de promoción de la agricultura orgánica, construcción de nueva infraestructura, inversión en tecnología (como un seleccionador electrónico), centros de entrenamiento, remodelar oficinas, liquidar deudas con bancos, crear fondos de crédito, fondos de emergencia, construcción de viviendas, proyectos de educación y de mejora de la infraestructura escolar²⁸⁰, becas de educación media y superior, entre otros

²⁷⁹ Peter Leigh Taylor. *Op. cit.*, p. 19.

²⁸⁰ Por ejemplo, la cooperativa Coocafé estableció en 1996 la Fundación Hijos del Campo que lleva a cabo tres programas: Becas para la Escuela Secundaria, Becas para la Universidad, y el Fondo de Extensión Educativa cuyo fin es mejorar la calidad de la educación rural, en comparación con la urbana. Los fondos

proyectos comunitarios y de capitalización que buscan beneficiar las comunidades y fortalecer las cooperativas.

5) Igualdad de género: Respecto a las cuestiones de género, se sabe que el tema salió a la luz en las comunidades gracias, específicamente, al interés por obtener certificaciones y donaciones internacionales. Así, sin ser un proceso que se haya generado espontáneamente, el género sigue siendo un tema considerado de poca importancia respecto a los asuntos internos de las organizaciones y en ningún caso estudiado las mujeres juegan un papel importante en la administración de las mismas. Aún así, en algunas comunidades en México y Costa Rica se han organizado grupos de mujeres que promueven actividades económicamente productivas así como proyectos de educación entre mujeres de las comunidades.

Por otro lado, se encontró que ciertos grupos organizados de mujeres²⁸¹ llegan a enviar delegadas a las asambleas de algunas cooperativas para que participen con voz y voto, aunque que esto sucede todavía en pocos casos. Por lo tanto, la participación y formación de dichos grupos de mujeres son promovidos y financiados, en gran medida, por las exigencias y premios sociales obtenidos al formar parte del movimiento del Comercio Justo, y no porque exista una tendencia natural para hacerlo.

6) Seguridad y estabilidad: Muchos productores relacionan el Comercio Justo con seguridad y estabilidad en el trabajo, mientras otros resaltan el precio mínimo como fuente de estabilidad, ya que ambos les permiten calcular y predecir mejor sus ingresos así como sus gastos familiares.

para llevar dichos programas a cabo no vienen únicamente del sobreprecio del Comercio Justo, sino también de diversas fuentes nacionales e internacionales de financiamiento. Tan sólo de 1997 a 1999, la Fundación benefició directamente a 71 escuelas e indirectamente a 5061 estudiantes. Ver Loraine Ronchi. *Op. cit.*, p. 8.

²⁸¹ Se mencionan específicamente dos casos: el de la Cooperativa Santa Elena y de COOPELDOS en Costa Rica. Sin embargo, ambos estudios coinciden en que la participación de las mujeres en la toma de decisiones de las cooperativas todavía es muy escasa.

7) La asistencia técnica: Con el Comercio Justo, los productores han tenido acceso a asistencia técnica y a entrenamiento para mejorar sus producciones de café y hacerlas más sustentables, lo cual mejora su calidad y las hace más competitivas en el mercado internacional. De igual manera, las familias de los productores que participan en el Comercio Justo han tenido acceso a una gran variedad de proyectos organizados por sus cooperativas, como por ejemplo: acceso a microcréditos, creación de aves, proyectos de salud, cultivo de hortalizas, panaderías, producción de artesanías, tiendas de abarrotes, farmacias comunitarias, entre otros.

Estas aportaciones que se reflejan en el bienestar de los productores y sus familias es, talvez, la contribución más importante del Comercio Justo al fortalecimiento y futura independencia de las cooperativas de productores.

8) El efecto en la autoestima: Muchos de los casos estudiados reportaron un incremento en la autoestima de los productores y sus comunidades a través de la participación en el movimiento del Comercio Justo. Algunas cooperativas expresaron que dicho incremento se ha manifestado en la conducta entre los miembros de las comunidades, en un aumento en la participación de las asambleas públicas y en el entusiasmo e interés entre los productores de comida y de café. Mientras ven que otros productores, que no participan del movimiento, han tenido que migrar para poder sobrevivir, los productores también expresan orgullo por pertenecer a una organización que está creciendo a pesar de la crisis en el sector cafetalero.

9) El efecto en los ingresos: Respecto al incremento en los ingresos de los productores a través del sobreprecio, no se puede decir que éste transforme radicalmente la situación de precariedad económica en la que viven ellos y sus familias, y es de hecho insuficiente para mantener por si solo la supervivencia de éstas. Sin embargo, a pesar de la persistente situación de pobreza, la calidad de vida de los miembros de las cooperativas y de sus familias ha mejorado, evitando con que lleguen a niveles extremos de miseria.

Algunas cooperativas reportaron que gracias al incremento en los ingresos, se han visto posibilitados para contratar mano de obrar, evitando así que sus hijos dejen la escuela; otros, a través de los proyectos de diversificación económica impulsados por las organizaciones de Comercio Justo y las cooperativas, producen granos para su autoconsumo.

En algunos casos, como el de la cooperativa Majomut (Chiapas, México), las familias han visto un incremento de 100% a 200% en sus ingresos²⁸²; han experimentado un incremento en los niveles de consumo de comida a causa de la participación en el programa de diversificación de la producción orgánica y de abasto de subsistencia; cuatrocientas mujeres estaban trabajando colectivamente en huertos orgánicos y en granjas de pollo para el auto consumo y la venta; han recuperado el uso de plantas medicinales, entre otros beneficios que directa o indirectamente llegan a través del Comercio Justo.

Finalmente, ambos estudios coinciden en que el Comercio Justo trae un incremento significativo en los ingresos de las familias de los productores, aunque variable según el estado del mercado internacional del café, el país y la cooperativa. Así, a pesar de no ser una solución para todos los problemas del sector agrícola en América Latina, dicho incremento, aunque modesto, hace una contribución positiva y significativa en el bienestar de los productores y sus familias.

10) Más oportunidades de trabajo: Otro beneficio significativo que ha traído el Comercio Justo, sobre todo cuando se combina con la producción orgánica, es el incremento, no solo de los ingresos, sino de las oportunidades de trabajo, permitiendo que muchos productores y trabajadores permanezcan en el sector cafetalero y trabajen, pagados en gran medida gracias al sobreprecio, en los cultivos como jornaleros. Así, como lo señala CEPCO (Oaxaca, México), aunque las ventas del café certificado no representen una alta proporción de las ventas totales, permite la continuidad de la

²⁸² Peter Leigh Taylor. *Op. cit.*, p. 20.

producción de café mientras otros las abandonan y migran, o transforman los cafetales en pastizales o campos de maíz.

11) Más conocimiento de mercado: Algunas cooperativas mencionaron que una de las aportaciones más importantes del Comercio Justo es el aprendizaje respecto a la exportación, gracias a que con su participación en el movimiento, tienen constante acceso a información respecto al mercado, así como listas de compradores, importadores y productores participantes de la red de Comercio Justo.

12) Fortalecimiento de las culturas locales: De acuerdo con numerosos reportes citados por ambos estudios, el Comercio Justo hace una contribución positiva y significativa a la preservación y fortalecimiento de las culturas locales. En muchos casos, el Comercio Justo opera en comunidades que han sufrido cambios dramáticos debido a la migración, al incremento en los niveles de educación y a las relaciones económicas de tipo capitalista. Así, el pertenecer a una cooperativa les da un sentido de identidad grupal, y la producción orgánica promovida por el Comercio Justo, está “rescatando la cultura y el sistema de producción que era usado antes, pero con más conocimiento técnico”²⁸³.

13) Promoción del desarrollo sustentable: El Comercio Justo también ha hecho una importante contribución a nivel medioambiental en las comunidades ya que promueve la producción orgánica, la conservación de los suelos, el manejo sustentable del agua, y la conservación y el mantenimiento de la diversidad de cultivos en las plantaciones de café de sombra. Algunas cooperativas han reportado una creciente y visible reducción de la erosión de los suelos, así como una mejora en la captura de agua de lluvias.

²⁸³ Testimonio de un agricultor miembro de la cooperativa La Voz (Guatemala), en Peter Leigh Taylor, *op. cit.*, p. 24.

3.3.1 Algunos problemas encontrados

Algunos problemas encontrados por los estudios anteriormente citados respecto al impacto y participación de los productores en el movimiento del Comercio Justo son:

1) La certificación: Obtener y mantener el certificado de Comercio Justo se ha vuelto cada día más difícil. Muchos productores creen que los requerimientos de certificación eran mucho menos rigurosos en un principio que ahora, que la competencia para entrar al mercado del Comercio justo es mayor. Así, dos de siete organizaciones estudiadas por Peter Leigh Taylor (La Selva y Tzotzilotic), perdieron recientemente su certificación, pero ambas la están buscando nuevamente ya que reconocen los beneficios y la estabilidad que el Comercio Justo les brinda y no desean salirse del movimiento.

2) Difícil acceso al mercado: La mayoría de las cooperativas coinciden que el estar certificados no trae automáticamente compradores y prefinanciamiento, y que los mercados han sido capturados por algunas organizaciones en específico. Además, salvo algunas raras excepciones, las cooperativas de café solo pueden poner una parte de su café certificado en los canales del mercado del Comercio Justo, debido a la saturación de dicho mercado, por lo que creen que sería fundamental su diversificación y expansión.

3) Diversificación del mercado y alianzas peligrosas: Debido a la saturación del mercado del Comercio Justo, muchos productores han recurrido también a otros nichos de mercado: el de los productos orgánicos²⁸⁴, en el cual ven más posibilidades de crecimiento, así como el de las negociaciones directas con grandes empresas multinacionales (como Carrefour, Starbucks y Royal Coffee), quienes ahora buscan a los pequeños productores organizados en condiciones semejantes a las del Comercio Justo, pero que no están dispuestos a participar del sistema de certificación de FLO.

²⁸⁴ Muchos de los pequeños productores latinoamericanos de café están buscando múltiples certificaciones de calidad, además de la de Comercio Justo, como una estrategia para diversificar el mercado, algunas de ellas son: el certificado orgánico, el de sombra, el “Bird-friendly” y los “Eko-OK”.

Cabe señalar que estas nuevas relaciones directas entre cooperativas y grandes corporaciones internacionales han causado gran controversia tanto en el movimiento del Comercio Justo como entre las cooperativas mismas. Estas grandes empresas se han percatado de que existe un amplio mercado para el café de alta calidad de los pequeños productores, mientras que algunas organizaciones se justifican bajo el argumento de que se encuentran ante la presión de que no todo su café encuentra canales de comercialización en los mercados del Comercio Justo, por lo que se ven obligados a diversificar su mercado.

Por otro lado, muchos de los productores entrevistados afirmaron la tendencia hacia una convergencia de diversos procedimientos de certificación para ahorrar tiempo y gastos. Señalaron que los requerimientos de producción, monitoreo e inspección para la certificación orgánica, de Comercio Justo y de sombra son compatibles o incluso las mismas, facilitando la promoción de la producción sustentable y la diversificación de los mercados.

4) Entender el Comercio Justo: Desafortunadamente ambos estudios notaron que muchos productores no entienden a cabalidad lo que significa el Comercio Justo, relacionándolo, muchas veces, solamente con precios más elevados y con mejores ingresos. Esto se debe a diversas razones: a que el Comercio Justo está más distante de las actividades de la vida cotidiana de los productores, contrario a la producción orgánica, por ser más abstracta y manejada a nivel organizacional; a que las organizaciones y agencias de desarrollo muchas veces no invierten lo necesario en la educación de los productores respecto al Comercio Justo; por omisión de las mismas cooperativas que desean capitalizar los beneficios del sobreprecio en vez de distribuir una mayor cantidad del sobreprecio entre los productores; entre otras causas.

No existe tampoco información suficiente y entendimiento respecto al sistema del Comercio Justo y sus motivaciones ideológicas. Así, en las ocasiones en que los precios del café convencional se elevan por encima del precio ofrecido por el Comercio Justo, algunos productores ven poco incentivo para vender en los canales alternativos y

mantenerse fieles a las cooperativas y organizaciones de Comercio Justo, generando muchas veces, inestabilidad dentro de las mismas, sobre todo cuando los precios vuelven a bajar y éstas buscan nuevamente los canales del Comercio Justo.

Por otro lado, muchos de los productores entrevistados en las investigaciones anteriormente mencionadas coincidieron en que el acceso a la información respecto a las cadenas de Comercio Justo y del mercado convencional, más allá de sus fronteras, ha sido inadecuada, y que su participación ha sido reducida meramente a la entrega de productos para el exportador, quién lo lleva a los mercados internacionales. Cabe resaltar que la mayoría de las cooperativas entrevistadas expresaron inconformidad con la actual tendencia del Comercio Justo a convertirse en un mero nicho de mercado en vez de seguir siendo un movimiento.

Hay también poco entendimiento respecto a los procesos de certificación entre los productores: muchos confunden los inspectores de FLO con los inspectores orgánicos e identifican su involucramiento en el Comercio Justo con solamente pertenecer a una organización, atribuyéndole a estas los beneficios del movimiento, como los precios más elevados, y no al movimiento del Comercio Justo como un todo.

Es por ello que se debe poner especial énfasis en los procesos educativos y de información de los productores, para no despersonalizar el movimiento y para fortalecerlo. Así, mientras más productores entiendan y se familiaricen con el Comercio Justo, más se sentirán parte activa del movimiento, posibilitando el avance hacia un incremento de su democratización.

5) La complicada relación con FLO: La relación y el contacto de las cooperativas con FLO y con otras organizaciones internacionales de Comercio Justo son muy variados. Algunas reciben inspecciones y recomendaciones específicas de FLO anualmente, así como asistencia técnica de otras organizaciones internacionales de Comercio Justo que son de gran ayuda y que auxilian a que las organizaciones mantengan los estándares requeridos para la certificación. Por otro lado, algunas organizaciones

reciben pocas visitas de FLO y reportan algunas dificultades de comunicación con sus inspectores, señalando que los criterios establecidos por ellos, algunas veces, no concuerdan con la realidad de los países en el cual viven.

También les preocupa a las cooperativas el sistema de gobierno y de toma de decisiones de FLO. Algunas cooperativas recalcaron los problemas de comunicación por la falta de entendimiento del contexto político y jurídico en el operan las organizaciones; decisiones tomadas sin consultar o informar a las organizaciones afectadas; y la falta de claridad respecto a la toma de decisiones, así como a donde podrían acudir en caso de problemas o aclaraciones.

Miembros de la cooperativa La voz (Guatemala) observaron que el Comercio Justo demanda que las organizaciones de productores sean democráticas y transparentes, sin embargo, los certificadores de FLO le han negado a las organizaciones copias de sus evaluaciones. Por lo tanto, esta y otras organizaciones han demandado una mayor y más democrática participación en FLO y en su toma de decisiones y todas coinciden en que FLO debe acercarse más a los productores y permitirles una mayor participación.

6) Los problemas de la certificación y la representación: Respecto a los criterios de certificación, las opiniones de los productores son variadas: algunas organizaciones creen que los criterios de certificación de FLO deberían ser más específicos, mientras que otros defienden la idea de que deberían ser más generales. Sin embargo, casi todas coinciden en que los productores carecen de una representación adecuada y significativa en FLO y que su participación en la toma de decisiones ha ido disminuyendo en los últimos años. Paralelamente, para poder influir y participar más en la definición de políticas del Comercio Justo, algunas cooperativas de café han decidido organizarse y coordinarse a nivel nacional y regional.

7) Los problemas de gobernabilidad y de información: Algunos casos de estudio presentaron problemas de gobernabilidad debido a los bajos niveles de educación formal y de preparación tanto entre los líderes electos como entre los miembros ordinarios de las

cooperativas. Como resultado de esto las organizaciones se han enfrentado a elevados niveles de ineficiencia, a una regular pérdida de memoria institucional, cuando los líderes, que ya se sienten preparados, dejan las cooperativas, y cuando los miembros ordinarios enfrentan dificultades para entender y asimilar la información dada por los líderes entrenados y por los técnicos enviados por las organizaciones de Comercio Justo²⁸⁵.

Es por ello que muchas organizaciones y cooperativas han desarrollado sistemas de información, impresa y verbal, a través de publicaciones internas regulares, visitas de los líderes a las asambleas comunitarias y sesiones de entrenamiento continuas, pensados y diseñados para proveer una comunicación adecuada y comprensible por y entre todos los miembros.

8) La cercanía entre productor y consumidor: Muchos de los entrevistados mencionaron la importancia de establecer y mantener vínculos directos con los consumidores como parte del movimiento del Comercio Justo. Aunque muchas cooperativas reciben visitas regulares de grupos de consumidores del Norte, creen que dichas visitas han disminuido bajo el sistema FLO, contrario a lo que sucedía inicialmente cuando solo organizaciones de iniciativa nacionales, como Max Havelaar, monitoreaban la cadena del Comercio Justo. Así, temen que el Comercio Justo se transforme, de un movimiento a un mero nicho de mercado impersonal.

9) Miembros selectos: A pesar de que muchas cooperativas se dicen abiertas a nuevos miembros, la realidad es que se vuelven cada vez más selectivas, debido a que están preocupadas por no admitir miembros que solo busquen a corto plazo los beneficios de los precios más altos del Comercio Justo y que no se comprometan con la cooperativa. Buscan, sobre todo, miembros que sean pequeños productores, que demuestren un

²⁸⁵ Los asesores técnicos incluyen agrónomos, biólogos, especialistas en marketing, contadores e incluso antropólogos. Estos asesores han dado una importante continuidad y han servido como interlocutores cruciales en las redes de Comercio Justo, además de promover y auxiliar el acceso a fondos de proyectos nacionales e internacionales de ayuda para el desarrollo.

comportamiento leal a la cooperativa a largo plazo y que sean preferentemente productores orgánicos.

10) Certificar cuesta: Aunque no sea el productor quien cargue directamente con los costos de la certificación, este es un proceso caro y que consume mucho tiempo, ya que requiere de una inversión significativa de tiempo y de recursos de las organizaciones en la obtención de información técnica, en hacer reportes a FLO y en recibir inspectores de FLO periódicamente.

11) El Comercio Justo no es una varita mágica: De los siete casos estudiados por Peter Leigh Taylor, todos coincidieron en que el Comercio Justo trae beneficios concretos y positivos a los diferentes productores de café del Sur. Sin embargo, todos coincidieron también en que el Comercio Justo, por si mismo, no puede solucionar los problemas económicos y de desarrollo de la regiones marginadas.

12) Expandir el mercado: Todos los casos estudiados por Peter Leigh Taylor coincidieron en que el problema actual más importante dentro del movimiento del Comercio Justo es su lento crecimiento en el mercado ya que el volumen de café certificado ofrecido por los productores supera por mucho la posibilidad de comercializarlo en su totalidad en el mercado del Comercio Justo.

13) La ley del más fuerte: Algunas cooperativas señalaron que existe una tendencia a beneficiar solamente a las organizaciones de productores más fuertes y bien establecidas. Así, las cooperativas menos desarrolladas y más jóvenes encuentran que les es muy difícil entrar al mercado del Comercio Justo, así como obtener préstamos y donaciones.

En suma, vemos que el impacto del Comercio Justo en las comunidades tiene dos caras: por un lado trae beneficios tangibles que estimula a que cada vez más productores busquen participar del movimiento y beneficiarse de él; mientras que muchos problemas, relacionados sobre todo con el crecimiento del mercado y con el desarrollo del Comercio

Justo en la región, todavía están sin resolverse y se van acentuando con el tiempo. Sin embargo, no cabe duda de que el Comercio Justo ha fungido como una alternativa para miles de campesinos que, de no haber podido contar con esta posibilidad, ahora estarían abandonando sus tierras y migrando hacia las grandes ciudades para poder subsistir.

3.4. Los retos del Comercio Justo en América Latina

Como se ha podido observar, a pesar de los beneficios que el movimiento le ha traído a las organizaciones y comunidades, todavía se tienen que resolver y atacar una serie de problemas que, a largo plazo, podrían minar las acciones y los esfuerzos realizados hasta ahora para hacer funcionar y fructificar el Comercio Justo. Así, algunos de los retos del Comercio Justo en América Latina son:

- Fortalecer y generar más canales de cooperación y vinculación a nivel regional;
- Apoyar la diversificación de los mercados a través de los canales convencionales (supermercados y tiendas departamentales), conjuntamente con el fortaleciendo los sellos de certificación, y así evitar limitar la comercialización de los productos de Comercio Justo solamente a los canales alternativos;
- Incrementar y profundizar los procesos educativos respecto al Comercio Justo en las organizaciones y comunidades;
- Ampliar los esfuerzos para incrementar la democratización del sistema FLO de certificación y ampliar la participación de los productores y organizaciones de Sur en la toma de decisiones y en los procesos de certificación;
- Proponer el establecimiento de “una ‘sociedad comercial’ con inversión conjunta en la perspectiva de tener una mayor participación en las decisiones comerciales de las organizaciones de Comercio Justo y Alternativo del Norte. Existe una fuerte percepción que las organizaciones del Sur podrían aportar con muchas

ideas interesantes para incrementar las ventas y satisfacer de una mejor manera a los consumidores finales”²⁸⁶.

- Desarrollar los mercados locales²⁸⁷ y regionales promoviendo el Comercio Justo Sur-Sur²⁸⁸ y elaborar una estrategia integral de marketing específica para América Latina²⁸⁹.
- Conocer más de cerca las características de los mercados del Norte para así poder definir, junto con sus contrapartes del Norte, mejores estrategias de penetración en los mercados.
- Fortalecer las estructuras organizativas y de gestión de las cooperativas y organizaciones de productores.
- Desarrollar programas más efectivos que promuevan la equidad de género y la participación de las mujeres en las cooperativas;
- Combinar estrategias de desarrollo local y de cooperación internacional, sin limitarse solamente al Comercio Justo.

3.5. ¿Puede el Comercio Justo ser una alternativa para los pequeños productores en América Latina?

América Latina es una región que, desde la época de la colonización, ha sufrido la explotación de sus recursos a cambio de precios que no corresponden al valor real de los productos, lo cual ha generado estructuras de intercambio desigual que han aumentado cada vez más la brecha entre el Norte y el Sur.

²⁸⁶ Gastón Viscarra K. *Op. cit.*, p. 20.

²⁸⁷ A excepción de iniciativas como Comercio Justo México, que crea sus estándares y normas de acuerdo con los criterios y principios de FLO e IFAT, y de una plataforma de coordinación en Chile para la promoción a nivel local, estas dos iniciativas son de las pocas que podemos encontrar en la región que promuevan el desarrollo de mercados internos. Ver Équiterre. “Foro sobre políticas de comercio justo para toda América”. *Op. cit.*

²⁸⁸ *Ibidem.*

²⁸⁹ Gastón Viscarra K. *Op. Cit.*

Además, en las últimas décadas, bajo el contexto de un proceso tan complejo, como lo es la globalización y la integración global del mercado, los pequeños productores latinoamericanos se han tenido que enfrentar al comercio internacional y sus reglas, que mediante la especulación y los mecanismos de control de precios, alteran el valor de lo que producen, sin que ellos puedan incidir en los precios de los productos.

Por otro lado, muchos países de América Latina, como es sabido, dependen del sector agrícola, el cual atraviesa por un severo estancamiento económico y crisis a nivel social y ambiental, toda vez que ha tenido que enfrentarse, entre otros factores, a la apertura e integración económica mundial y a la invasión de productos con muchos menores costos de producción.

Así, inspiradas por la creciente desigualdad y desventaja competitiva de los productores del Sur, nacen iniciativas de comercio alternativo, que buscan afrontar el subdesarrollo de dichos productores, así como los términos desiguales de intercambio entre estos y el Norte. Una de estas alternativas es lo que hoy conocemos como movimiento de Comercio Justo y que se ha estudiado a lo largo de esta investigación.

El Comercio Justo, como un movimiento social organizado a nivel internacional a través de redes integradas por productores, organizaciones, comerciantes y consumidores, busca un modelo de intercambio comercial más equitativo y solidario a través del pago de precios justos a los productores, de la promoción de valores sociales y de respeto al medio ambiente, dándole a los pequeños productores del Sur, marginados por su escasa dimensión y limitado poder de participación y negociación en la arena del comercio internacional, la posibilidad de incidir en su desarrollo y de vivir dignamente.

Es por ello que muchos pequeños productores de América Latina han decidido participar del movimiento, inspirados por los beneficios que el Comercio Justo les puede llegar a dar como son: el sobreprecio, la prefinanciación, las relaciones a largo plazo, y la seguridad y estabilidad que les daría el participar en las redes de Comercio Justo, lo cual también podría reflejarse en el bienestar de las comunidades en las que viven.

Entonces ¿Puede el Comercio Justo ser una alternativa para los pequeños productores de América Latina?, ¿puede el movimiento cambiar el actual estado de crisis en el que viven millones de campesinos en la región?

Como una reflexión general y respuesta a dichas preguntas, las conclusiones a las que podemos llegar son las siguientes:

A) Antes que nada, cabe recordar que el Comercio Justo no tiene planteamientos transgresores ni pretende invertir el orden económico y social mundial, pero si intenta transformar indirectamente la sociedad a través de un modelo más equitativo y sustentable en donde las relaciones comerciales sean más justas, éticas y solidarias. Sin embargo, tampoco debe interpretarse como ayuda o altruismo, sino como una herramienta para el desarrollo y bienestar local y como una posibilidad de vida digna a millones de campesinos que no contaban con alternativas para enfrentar a la crisis del sector.

Asimismo, se ha visto como el Comercio Justo no representa una solución a los problemas económicos vividos históricamente por el subcontinente latinoamericano, sin embargo, como parte de una ya diversificada estrategia de desarrollo alternativo, dicho movimiento ha hecho importantes contribuciones y tiene el potencial de expandirse.

B) Uno de los puntos sobre los que más se cuestiona es el del impacto que el Comercio Justo tiene sobre los productores del Sur que participan del movimiento y sus comunidades, ya que, a pesar de que éstos lo valoran positivamente, todavía quedan muchos problemas por resolver, entre ellos: la necesidad por aumentar los espacios de participación en las organizaciones internacionales de Comercio Justo (principalmente FLO), incrementar y diversificar el mercado para que más productores puedan participar del movimiento, incrementar y mejorar los sistemas de información y educativos respecto al Comercio Justo, y no perder la vinculación estrecha entre productor y consumidor.

C) Cabe señalar que, después de realizada esta investigación, resalta el hecho de que los beneficios indirectos de la participación en el movimiento del Comercio Justo son mucho más significativos que los directos, como podría ser el sobreprecio. Es interesante notar como el fortalecimiento de las organizaciones de productores y las cooperativas está llevando a cabo procesos de desarrollo locales de suma importancia para combatir el problema del desarrollo y de la pobreza en las áreas rurales de América Latina, aunque a muy pequeña escala.

Es también importante destacar la construcción de redes de productores de Comercio Justo y Solidario que a raíz del movimiento se han formado tanto a nivel nacional, como regional e internacional, generando un importante proceso de vinculación y cooperación entre los pequeños productores de la región y fortaleciendo el movimiento y la participación de los productores en su desarrollo.

D) Muchos productores señalaron que, de no haber sido por la participación en el movimiento del Comercio Justo, sus cooperativas estarían ahora cerradas. Esto se ve expresado por el administrador de CooCafé: “Sin el mercado alternativo, la realidad de estas cooperativas hubiera sido otra. El aprendizaje y el sobreprecio han marcado la diferencia entre un grupo de productores con esperanza de llegar a alcanzar un nivel de vida digno y otros productores que no la tienen”,²⁹⁰.

Sin embargo, aunque es evidente que el Comercio Justo ha sido indispensable para la sobrevivencia de diversas cooperativas latinoamericanas, sobre todo las de café en los años de crisis en el sector, sería equivocado pensar que esto ha sido posible solamente gracias al impacto financiero del movimiento en las cooperativas. Es igualmente importante tomar en cuenta el impacto que ha tenido sobre la confianza y la posición en el mercado, los niveles de seguridad y estabilidad económica, y el incremento en la capacidad administrativa e institucional, promovidos por la participación en el movimiento. Así, como lo mencionó un productor de la Cooperativa Sarapiquí, “hemos logrado mejorar a través de esta unión [con CooCafé y el Mercado Alternativo] nuestros

²⁹⁰ *Ibid.*, p. 25.

procesos de beneficiado de café, nuestra infraestructura administrativa, nuestra imagen a nivel nacional e internacional y nuestro posicionamiento económico e financiero”²⁹¹.

E) Algunos de los beneficios del Comercio Justo son directos, aunque modestos, como el incremento en los ingresos familiares, la asistencia financiera y técnica que ha fortalecido a las organizaciones, la transformación hacia cultivos orgánicos y sustentables que protegen el medioambiente, y el impacto que a nivel empleo ha tenido en las comunidades. Por otro lado, el impacto indirecto se hace más visible a través de una mayor accesibilidad a asistencia técnica y a financiamiento internacional de agencias de desarrollo²⁹², de una mayor credibilidad frente a las agencias de gobierno y las instituciones financieras, y de un mayor poder de negociación frente a las organizaciones internacionales de Comercio Justo, que en conjunto le han brindado a los productores latinoamericanos una alternativa para poder seguir produciendo café y de sobrevivir a la crisis del sector cafetalero y agrícola.

F) Por otro lado, el precio mínimo, los contratos a largo plazo y la prefinanciación parecen ser de gran importancia para los productores, más que por el incremento en el ingreso, por la seguridad y estabilidad económica que les brindan. Así, la volatilidad de los mercados internacionales y la falta de acceso a créditos, unos de los problemas más graves a los que se enfrentan los productores, principalmente los cafetaleros, se ven minimizados gracias a dichas medidas características del Comercio Justo.

G) Otro de los aspectos que parece ser de gran relevancia para los productores es como el Comercio Justo les ha ayudado a mantenerse en sus comunidades y a no migrar hacia la ciudad, donde vivirían en condiciones de marginación aún peores que en las del campo. Muchos de ellos comentan que han observado como se incrementa la migración en las comunidades vecinas que no participan del movimiento del Comercio Justo y que

²⁹¹ Loraine Ronchi, *op. cit.*, p. 17.

²⁹² Entre los proyectos de desarrollo en los cuales han participado y se ha beneficiado los productores están los de salud, víveres, vivienda, transporte, asistencia ante catástrofes naturales, comunicación, entre otros.

ellos no se han visto obligados a hacerlo gracias a que cuentan con una alternativa para poder seguir viviendo del café.

F) Vemos que el movimiento del Comercio Justo, llevado a cabo a través de canales de certificación FLO, es el que más posibilidades tiene de expandirse y de permitir que más productores se beneficien del movimiento; esto puede llegar a representar para América Latina una gran ventaja ya que es la región que tiene a más organizaciones registradas en FLO, destacándose además en la producción del café, plátanos, miel, cacao, caña de azúcar y jugos. Por lo tanto, le es conveniente a América latina el crecimiento y fortalecimiento de FLO ya que representa uno de los canales más seguros (por la certificación) y con más posibilidades de expansión.

Finalmente, el Comercio Justo es un movimiento joven, vivo y dinámico, y a pesar de sus fallas y limitaciones, no debemos dejar de lado los beneficios alcanzados, como se ha visto a lo largo de este trabajo, y que han repercutido significativamente tanto en la calidad de vida, como en el desarrollo sustentable y en la vinculación de un pequeño pero significativo grupo de pequeños productores y comunidades en América Latina. No cabe duda de que se trata de una iniciativa de gran potencial tanto en los aspectos económicos como a nivel de conciencia social y que puede traer muchos más beneficios a la región que el mero pago de un precio mayor por los productos.

El Comercio Justo no representa una solución a los problemas estructurales vividos por la región, ya que no debemos olvidar que el origen de la pobreza tiene muchas variables: internacionales y nacionales, de fondo y de forma, históricas y estructurales, económicas, políticas, sociales y culturales. Sin embargo, constituye una alternativa para que los pequeños productores sigan cultivando sus tierras y puedan vivir dignamente de ellas, construyendo paralelamente un tejido social, tanto local como nacional y regional, y participando activamente en el desarrollo de sus comunidades.

CONCLUSIONES

*Si uno sueña solo
Es sólo un sueño
Si uno sueña con otro
Es el amanecer
De una nueva realidad
(Proverbio brasileño)*

A lo largo de este trabajo hemos presentado al movimiento del Comercio Justo como una propuesta para llevar a cabo, mediante redes de comercio alternativo y en algunos casos certificado, un modelo de comercio internacional equitativo y viable entre el Norte y el Sur. Ante la innegable situación de desigualdad y marginación que ahora vive el mundo y que cada día afecta a más personas en los países del Sur, este movimiento está cobrando día con día más fuerza y representa una alternativa para quienes se han visto excluidos del proceso de globalización del sistema capitalista. Así, al presentar la causas de la desigualdad en el comercio internacional, de explicar el movimiento del Comercio Justo y de exponer la participación de América Latina en él, hemos realizado este trabajo con el objetivo de analizar a dicho movimiento como una alternativa para los miles de pequeños productores latinoamericanos que ahora se enfrentan a una severa crisis en el sector agrícola.

En el **primer capítulo** se expuso como el comercio internacional del sistema capitalista mundial ha sido, desde sus inicios, injusto y desigual; Aunque haya contribuido a la integración y dinamización del comercio y del mercado mundial, lo ha hecho entre naciones con diferentes niveles de desarrollo, propiciando, en consecuencia, que se genere una estructura de intercambio internacional desigual, desequilibrado y de exclusión. Es decir, es “un sistema económico internacional que ha extendido los beneficios del comercio y la especialización mundial en forma tan dispareja, [que] difícilmente puede decirse que está funcionando bien, no se diga equitativamente”²⁹³.

²⁹³ Dominik Salvatore, *Op. Cit.*, p. 11.

Así, queda cada vez más claro que, contrario a las *teorías clásica y neoclásica del comercio internacional*, el intercambio comercial, por sí sólo, no soluciona el problema de la creciente brecha de desigualdad y pobreza entre los países del Norte y los del Sur, e incluso la acentúa y profundiza.

En efecto, el sistema capitalista mundial, desde sus inicios en el siglo XVI, como ahora, se ha caracterizado por la especialización productiva internacional desigual que se traduce en una creciente diferencia en la remuneración salarial del trabajo y en un desarrollo técnico-científico que ocurre a ritmos diferentes. Así, el hecho de que las relaciones de intercambio comercial en el mundo se den entre formaciones socioeconómicas con diferentes niveles de desarrollo económico, ha perpetuado la desigualdad y ha originado el subdesarrollo y atraso de las regiones periféricas del Capitalismo Mundial.

A su vez, el desarrollo y expansión del libre comercio, como condición fundamental para que opere adecuadamente el comercio internacional, no se ha presentado hasta ahora, como una vía para alcanzar un mayor y mejor nivel de vida y de ingresos, ni para equilibrar los precios internacionales en beneficio de todos los países y para alcanzar la prosperidad y el bienestar. Aunque en los últimos veinte años el comercio internacional de productos manufacturados y de flujos de capital se ha incrementado, el crecimiento de la economía mundial ha sido lento y en ocasiones de estancamiento. Además, la mayor parte del comercio internacional se da entre países desarrollados y las corporaciones transnacionales, deteriorando aún más los términos de intercambio mundial entre el Norte y el Sur.

Por ello, el proceso de globalización económica e integración del mercado mundial ha sido contradictorio al encontrarse en una situación tanto de liberalización como de proteccionismo comercial, debido a que las políticas económicas que los países del Norte imponen a los países del Sur son de apertura y liberación de sus mercados, mientras aplican restricciones comerciales a productos elaborados en el Sur, promueven los subsidios a nivel interno y utilizan el dumping a nivel internacional. En conjunto,

dichos factores, sumados al descenso de los precios mundiales de las materias primas y a la competencia desleal en los mercados nacionales e internacionales, hacen con que los pequeños productores de Sur, muchos de ellos latinoamericanos, se enfrenten a condiciones crecientemente desfavorables para la comercialización de sus productos. Así, ante la abrupta caída de los precios de muchas materias primas y los altos costos que representa cultivarlas, la agricultura mundial vive ahora una severa crisis, sobre todo para los pequeños productores y campesinos que han estado abandonando sus cultivos y sus tierras.

Asimismo, lo que se ha llamado diálogo Norte-Sur, donde los estados han intentado buscar relaciones más equitativas entre ambos extremos, no han sido fructíferos. En este sentido, el surgimiento de nuevos actores en las relaciones internacionales, principalmente las organizaciones no gubernamentales, han intentado generar nuevas alternativas y espacios de diálogo y cooperación, siendo el movimiento del Comercio Justo uno de ellos, que junto con otros movimientos como el de comercio alternativo, la banca ética, los microcréditos y los códigos de responsabilidad empresarial, buscan a pequeña escala generar cambios globales en la manera en que se relacionan productores, distribuidores y consumidores, estableciendo relaciones comerciales en las que todos pueden salir beneficiados y que al mismo tiempo, abren la pauta para un cambio global en la manera en que se lleva a cabo las relaciones comerciales internacionales.

El Comercio Justo parte del principio de que las relaciones políticas y comerciales se dan entre dos grupos de países, cuyas condiciones económicas y sociales son diferentes debido a una gran brecha de desigualdad promovida por la disparidad en el poder político a nivel internacional y por las injustas relaciones comerciales que se han llevado a cabo a lo largo de la historia. En esa lógica, el papel que ha jugado América Latina en la economía internacional, desde la colonia hasta el actual proceso de globalización, ha sido el de proveedora de materias primas y alimentos, en condiciones de explotación de la mano de obra y de los recursos. Además, los ajustes estructurales y las medidas de estabilización económica, junto con la apertura de los mercados y la crisis

del sector agrícola, han orillado a la pobreza y a la miseria a miles de campesinos que, contrario a los complejos agroindustriales, no sólo no han visto crecer su participación en el comercio internacional, sino que han quedado excluidos de él.

En el **segundo capítulo** vimos como el Comercio Justo surge como un movimiento que enfrenta a los impactos económicos negativos de la globalización neoliberal y pone al descubierto los términos desiguales de intercambio del comercio internacional y organiza a nivel mundial redes integradas por productores, organizaciones, comerciantes y consumidores, quienes buscan un modelo de intercambio comercial más equitativo y justo, dándole a los productores del Sur, marginados y sin poder de negociación en la arena del comercio internacional, la posibilidad de sobrevivir a las fuerzas hegemónicas del mercado mundial. Sin embargo, cabe señalar que el Comercio Justo utiliza los mismos canales de la economía mundial para insertar a los productores del Sur en los canales de comercialización del Norte, pero bajo condiciones más justas e igualitarias. Se debe observar también que el movimiento del Comercio Justo no representa un mecanismo de ayuda, sino de cooperación y solidaridad, cuyo objetivo es no transferir los costos de producción a los productores del Sur, tomando en cuenta también los costos sociales y ambientales.

Por otro lado, el Comercio Justo, precisamente por ser un movimiento joven y dinámico, debe estar en permanente revisión, sobre todo en lo que a objetivos, métodos e impactos se refiere, por lo que, a pesar de sus logros, no ha quedado exento de críticas que cuestionan su viabilidad, efectividad y modos.

En este sentido, uno de los principales retos del Comercio Justo, y demanda de los productores del Sur, es la expansión del mercado para que más productores puedan participar en él, así como la forma en que esto se lleve a cabo. Es decir, dicha expansión ha generado gran polémica debido a que incorpora en el movimiento a actores que participan en el comercio convencional y ello podría tergiversar los principios originales del movimiento. Sin embargo, sin dicha expansión, el movimiento correría el peligro de estancarse solamente en los canales de comercio alternativo, cerrándole la puerta a un

gran número de productores que esperan poder formar parte del movimiento y beneficiarse de él. En proporción al número de productores marginados del Sur, se puede decir que todavía son pocos los que participan del movimiento debido a que el mercado actual aún no puede absorber una mayor cantidad de productos comercializados con los estándares del Comercio Justo.

A pesar de los problemas que representa el uso de los sellos de certificación FLO y de los retos a los que se enfrenta internamente dicha organización (sobre todo el de volverse más democrática), lo cierto es que simboliza el principal canal por el cual el Comercio Justo se puede expandir e incorporar a más productores y consumidores.

Por lo tanto, para enfrentarse al reto del crecimiento y expandir su mercado sin olvidar su vocación original, el movimiento deberá fortalecer los sellos de certificación de Comercio Justo para legitimarlo entre los consumidores, promover el Comercio Justo Sur-Sur, incrementar las campañas de denuncia, aumentar los canales de comunicación y negociación con los gobiernos tanto del Norte como del Sur y mantener la cercanía entre productores y consumidores. También será necesario ampliar los canales de comunicación y cooperación entre las organizaciones del Norte y del Sur, así como fortalecer dos aspectos fundamentales complementan el conjunto de acciones llevadas a cabo por el movimiento del Comercio Justo: la educación, principalmente en las comunidades y la sensibilización cultural de los consumidores.

El Comercio Justo ahora debe crecer y expandirse tanto horizontal como verticalmente: alcanzar a más productores, sobre todo a aquellos que no cuentan con organizaciones de productores fortalecidas por procesos previos; y promover el crecimiento del mercado y de la demanda. Este será un gran reto para el movimiento que necesitará estar más organizado e integrado que nunca para no perder su esencia: acercar a productor y consumidor, buscando siempre un intercambio comercial más equitativo y solidario que beneficie a ambas partes a través de los precios justos y de la calidad de los productos.

En el **tercer capítulo** se ha visto como América Latina juega un papel importante dentro del movimiento, sobre todo en la comercialización de productos certificados. Así, a pesar de que la participación de los miembros de los registros FLO en el sistema es limitada, los productores latinoamericanos registrados en dicha organización representan más del 56%²⁹⁴ del total de los mismos. En el caso específico del café, el producto con mayor volumen comercializado en los canales del Comercio Justo, América Latina representa más del 81%²⁹⁵ del total de organizaciones de productores registrados en FLO que comercializan dicho producto.

Por otro lado, a pesar de que la coordinación del movimiento a nivel regional era hasta hace poco tiempo de carácter incipiente, se han generado espacios significativos de discusión y cooperación, como la MCLACJ, la CLAC e IFAT-América Latina, quienes inician un importante proceso de fortalecimiento del movimiento en el Sur, para que el desarrollo a nivel regional sea cada vez más independiente de las organizaciones del Norte, sin que ello signifique dejar de lado la cooperación y la solidaridad entre ambos.

Un aspecto interesante que sale a la luz con esta investigación es que el Comercio Justo, además de luchar por brindar un pago justo a los productores, contribuye en la generación de procesos de desarrollo autónomos y sustentables de los productores y sus comunidades. Así, más allá del pago de un precio más alto, muchos productores resaltan el hecho de que sus organizaciones se han visto fortalecidas, que las condiciones de desarrollo en sus comunidades han mejorado y que se encuentran más estables económicamente. Resalta también el hecho de que, por parte de los consumidores, el concepto “calidad” está cambiando, haciendo con que los aspectos sociales y ambientales de un producto sean cada vez de mayor importancia a la hora de consumir, por lo que cada vez más personas conocen el Comercio Justo y simpatizan con el movimiento.

²⁹⁴ *Supra.* Tabla 1, p. 119.

²⁹⁵ *Supra.* Tabla 2, p. 122.

Aún así, visto desde el Sur y específicamente desde América Latina, el movimiento del Comercio Justo se enfrenta todavía a muchos retos. En primer lugar, para que el movimiento crezca y se fortalezca, debe atender algunos problemas como son la inflexibilidad de los procesos de certificación, fortalecer las estructuras organizativas y de gestión de las organizaciones de productores, impulsar la diversificación y crecimiento del mercado, promover los procesos educativos respecto al Comercio Justo en las comunidades, mejorar los canales de comunicación y participación en FLO, mantener y fortalecer la cercanía entre productor y consumidor, promover la participación de más productores y organizaciones en el movimiento y fomentar el Comercio Justo Sur-Sur. Algunos problemas pueden ser atacados desde las organizaciones de productores y de Comercio Justo del Sur, otros deben hacerse desde el Norte y desde sus respectivas organizaciones. Lo cierto es que, como un movimiento organizado a nivel internacional, no debe perder el constante contacto y comunicación para seguir tejiendo horizontalmente las redes integradas por sus diferentes actores, sin perder de vista su carácter original: el pago justo a los productores y el desarrollo de sus comunidades, la cercanía entre productor y consumidor, las relaciones más equitativas entre el Norte y el Sur y un intercambio comercial que busca, más allá de la ganancia monetaria, la promoción de un modelo de desarrollo sustentable a nivel económico, social y ambiental.

Finalmente, podemos decir que nuestra hipótesis inicial ha quedado demostrada: en efecto, el movimiento del Comercio Justo ha representado una alternativa viable de desarrollo para miles de pequeños productores latinoamericanos quienes, a pesar de que todavía representan una pequeña cantidad en proporción con el total de productores marginados en América Latina, tienen una importante participación en el movimiento, sobre todo en la producción del café. Además, el formar parte del movimiento ha fomentado, no solo el desarrollo de sus comunidades y el fortalecimiento interno de sus organizaciones, sino que empieza a generar un movimiento coordinado a nivel regional que combina Comercio Justo, economía solidaria y lucha por justicia social y económica en el Sur.

El movimiento del Comercio Justo es una expresión más del descontento y preocupación mundiales por la injusticia en la que vivimos, sobre todo a nivel económico; sin esta toma de conciencia, el Comercio Justo jamás hubiera sido exitoso como iniciativa y habría desaparecido. Sin embargo, queda claro que para eliminar la brecha de desigualdad entre el Norte y el Sur sería necesario llevar a cabo profundos cambios estructurales, políticos e institucionales que condujeran a un nuevo orden económico internacional. Sin embargo, dicho proceso sólo puede ser realizado a largo plazo y con acciones y medidas concretas, en las cuales la comunidad internacional deberá asumir responsabilidades compartidas y aceptar una distribución más equitativa del poder económico y político entre el Norte y el Sur.

Mientras tanto, se han creado iniciativas como el Comercio Justo para mitigar los efectos del sistema capitalista mundial y de la desigualdad, generando alternativas viables y solidarias de cooperación entre el Norte y el Sur, así como de desarrollo. Por lo tanto, no es en sí una solución a los problemas estructurales, sino una alternativa para el sector de los pequeños agricultores y productores del sur que no contaban más que con la migración y la marginación como alternativas de vida.

El movimiento del Comercio todavía tiene muchas fallas que deben ser resueltas para que pueda crecer e involucrar cada vez a más personas. Aún así, sigue representando, no una solución, sino una alternativa para miles de pequeños productores en el Sur, que con base en la cooperación y la solidaridad, le ha enseñado al mundo que con voluntad, participación y esfuerzo de todos los actores de la cadena comercial, un comercio más equitativo y justo es posible... un mundo un poco mejor es posible.

BIBLIOGRAFÍA

1. Buenor Hadjor, Kofi. *New Perspectives in North-South Dialogue. Essays in honour of Olof Palme*. Ed. Tauris, Londres, 1988, 343 pp.
2. De los Ríos Méndez, Norma y Sánchez Ramos, Irene (Coord.). *América Latina: historia, realidades y desafíos*. FFyL-UNAM et. al., México, 2006, 595 pp.
3. Fichar, Gonzalo y Cabrera, Pablo (coords.). *Comercio Justo ¿Una alternativa real?*. CIDEAL y SETEM, Madrid, 2002, 153 pp.
4. Harnecker, Marta, y Lapidus y Ostrovitianov. *El capital: conceptos fundamentales/ Manual de economía política*. Ed. Siglo XXI, trad. Marta Harnecker, Madrid, 1974, 224 pp.
5. Hernández-Vela, Edmundo. *Diccionario de Política Internacional*. Ed. Porrúa, 4^a ed., México, 1996, 492 pp.
6. Ianni, Octavio. *Teorías de la Globalización*. Ed. Siglo XXI, 4^a ed., México, 1999, 184 pp.
7. Krier, Jean-Marie (Coord.). *Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003*. EFTA, Bélgica, 2001, 211 pp.
8. Labastida Martín del Campo, Julio y Camou, Antonio (coord.). *Globalización, identidad y democracia. México y América Latina*. Ed. Siglo XXI-UNAM, México, 2001, 488 pp.
9. Montagut, Xavier y Dogliotti, Fabricio. *Alimentos globalizados. Soberanía alimentaria y comercio justo*. Ed. Icaria, Barcelona, 2006, 198 pp.
10. Orozco Martínez, Santiago. *Comercio Justo, Consumo Responsable*. Intermón, Barcelona, 2000, 112 pp.
11. Piñeiro, Diego E. *En Busca de la Identidad. La Acción Colectiva en los Conflictos Agrarios de América Latina*. CLACSO, Buenos Aires, 2004, 352 pp.
12. Renard, Marie-Christine. *Los intersticios de la globalización: Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos et. al., México, 1999, 340 pp.

13. Roozen, Nico y VanderHoff, Frans. *La aventura del Comercio Justo. Una alternativa de globalización, por los fundadores de Max Havelaar*. Ed. El Atajo, México, 2002, 231 pp.
14. Salvatore, Dominick. *Economía Internacional*. Traduc. Andrés Lozano Hirschfeld, Ed. Prentice Hall, México, 6ª ed., 1999, 808 pp.
15. Samuelson, Paul A. y Nordhaus, William. *Economía*. Traduc. Esther Tabasco y Luis Toharía, Ed. McGraw-Hill, Madrid, 17ª ed., 701 pp.
16. Shaik, Anuwar . *Valor, acumulación y capital*. Ed. RyR, Buenos Aires, 2006, pp. 189-269.
17. Sid-Ahmed, Abdelkader. *Norte-Sur: Los Grandes desafíos. Teoría y Práctica del nuevo Orden Económico Internacional*. Ed. FCE, México, 1985, 316 pp.
18. Stallings, Barbara y Peres, Wilson. *Crecimiento, Empleo y Equidad: el impacto de las reformas económicas en América Latina y el Caribe*, FCE-CEPAL, 1ª edición, Chile, 2000.
19. Stiglitz, Joseph E. *Comercio Justo para Todos*. Ed. Taurus, México 2007, 464 pp.
20. Villarreal, René (Coord.). *Economía Internacional. I. Teorías Clásica, neoclásicas y su evidencia histórica*. Ed. FCE, México, 1979, 469 pp.

HEMEROGRAFÍA:

1. Amat, Patricia, Fried, Mark *et. al.* “Comercio con Justicia para las Américas. Agricultura, Inversiones y Propiedad Intelectual, tres razones para decir no al ALCA”, en *Oxfam Briefing Paper*. No. 38, 2003, 36 pp.
2. Leigh Taylor, Peter. “Poverty Alleviation through Participation in Fair Trade Coffee Networks: synthesis of Case Study research Question Findings”. Colorado State University, 2002, 30 pp.
3. Oxafm. “Oxfam Media Briefing File. Hong Kong WTO Ministerial”. Diciembre de 2005, 15 pp.
4. Renard, Marie-Christine y Pérez-Grovas, Victor. “Fair Trade Coffee in Mexico: At the Center of the Debates”, en Raynolds, Laura, Murray, Douglas *et. al.* *Fair*

- trade: the challenges of transforming globalization*. Ed. Routledge/Taylor & Francis Inc., Londres, 2007.
5. Renard, Marie-Christine. "Fair trade: quality, market and conventions", en *Journal of Rural Studies*. No. 19, 2003, pp. 87-96.
 6. Renard, Marie-Christine. "Quality certification, regulation and power in fair trade", en *Journal of Rural Studies*. No. 21, 2005, pp. 419-431.
 7. Ronchi, Loraine. "The impact of Fair Trade on producers and their organizations: A case study with Coocafé in Costa Rica". Poverty Research Unit at Sussex, University of Sussex, Junio de 2002, 27 pp.

TESIS:

1. Castillo Morales, Rubén. *Esquema de Comercio Justo, nueva opción de mercados internacionales para cafeticultores mexicanos marginados*. Tesina de Licenciatura en Relaciones Internacionales, UNAM-FCPyS, México, 2004, 86 pp.
2. Landeros Villela, Denise. *La importancia del comercio justo como mecanismo de defensa de denominación de origen en el comercio internacional el caso del cacao*. Tesis de Licenciatura en Relaciones Internacionales, UNAM-FCPyS, México, 2002, 98 pp.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS:

1. "El comercio justo en el Sur: Empresas para la gente". Disponible en www.eurosur.org/EFTA/c2.htm, consultado el 26 de junio de 2007.
2. Amat, Patricia, Fried, Mark *et. al.* "Comercio con Justicia para las Américas. Agricultura, Inversiones y Propiedad Intelectual, tres razones para decir no al ALCA". Oxfam Briefing Paper no. 38, enero de 2003, 34 pp., disponible en http://www.oxfam.org/es/policy/briefingpapers/pp210103_37_FTAA, consultado el 1 de junio de 2007.

3. Banco Mundial. *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2003*. Disponible en www.worldbank.org, consultado el 31 de octubre de 2007.
4. Boríssov, Zhamin y Makárova. *Diccionario de Economía Política*. Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/s/sistemac.htm>, consultado el 5 de marzo de 2007.
5. Buendía Martínez, Inmaculada *et. al.* “Comercio justo. La ética en las relaciones comerciales dentro de un entorno globalizado”. Université de Montreal, Universidad de Oviedo y Universidad Complutense de Madrid. Disponible en http://www.mercasa.es/es/publicaciones/pdf/comercio_justo.pdf, consultado el 19 de abril de 2007.
6. C.E.C.J. “El Comercio Justo, una alternativa valiosa”. Disponible en www.enbuenasmanos.com/articulos/muestraSub.asp?sub=0810, consultado el 15 de abril de 2007.
7. CIAT. “¿Qué es el Comercio Justo?”. Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/comercio_justo/definicion.htm, consultado el 15 de abril de 2007.
8. CIAT. “La Certificación”. Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/sistema_cj/certificacion.htm, consultado el 25 de febrero de 2007.
9. CIDUTAL. “Aumenta la pobreza a nivel mundial”. 14 de marzo de 2001, disponible en <http://www.analitica.com/va/internacionales/document/6124265.asp>, consultado el 20 de marzo de 2007.
10. Cotera Fretel, Alfonso (Coordinador de la MCLACJ). “Primer Encuentro Emprendedor de Economía Solidaria y Comercio Justo de Latinoamérica”, en Polo de Socio-Economía Solidaria (PSES), diciembre de 2005. Disponible en <http://fairtrade.socioeco.org/es/index.php>, consultado el 30 de abril de 2007.
11. Équiterre. “Foro sobre políticas de comercio justo para toda América”. Disponible en <http://www.equiterre.qc.ca/equitable/echanges/#presentacion>, consultado el 19 de noviembre de 2006.

12. Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO). “Documento explicativo para presentar a Fairtrade”. Marzo 2006, 8 pp. Disponible en www.fairtrade.net/uploads/media/Explan_Doc_Introducing_Fairtrade_ES.pdf, consultado el 20 de junio de 2007.
13. Fridell, Garvin. “Comercio Justo, Neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica”, en *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*. No. 24, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Quito, 2006, pp. 43-57. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/>, consultado el 19 de abril de 2007.
14. Guimarães P., Roberto. “Las perspectivas del comercio justo ante una globalización asimétrica y con crecientes desigualdades sociales”, presentación preparada para la mesa redonda “Educación ambiental y sustentabilidad económica: Comercio Justo y consumo responsable” del IV Congreso Ibero-Americano de Educación Ambiental, Joinville, Brasil, del 5 al 8 de abril de 2006. Disponible en www.revistapolis.cl/13/guima.doc, consultado el 20 de febrero de 2007.
15. IFAT. “Estándares para las organizaciones de Comercio Justo”. 2002, disponible en www.ifat.org/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=84, consultado el 7 de agosto de 2006.
16. IFAT. Boletines informativos “*Latidos del Comercio Justo en América Latina*”. Nos. 1-11, 2006-2007, disponible en www.ifat-la.org, consultados el 3 de junio de 2007.
17. Krier, Jean-Marie. “Fair Trade in Europe 2005”. FLO, IFAT, NEWS! Y EFTA, Bruselas, noviembre de 2005, 92 pp. Disponible en www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/FT-E-2006.pdf, consultado el 22 de abril de 2007.
18. Langman, Jimmy. “The sweet spot: Latin America's poorest farmers find rich niches in the United States and Europe – Exporting”. Enero-febrero de 2003. Disponible en http://findarticles.com/p/articles/mi_m0BEK/is_1_11/ai_100141243, consultado el 2 de mayo de 2007.
19. Lara Pineda, Orlando. “El comercio Justo en Europa. Evolución, Funcionamiento, estructura institucional y tendencias”. CIAT, 2000, 37 pp. Disponible en

- http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/sistema_cj/documentos.htm, consultado el 8 de marzo de 2007.
20. Letelier, Eduardo. “Espacio MERCOSUR Solidario”, en *Mercado Justo - Periódico digital del Comercio Justo en América Latina*. No. 2, enero de 2006. Disponible en www.mercadojusto-la.com, consultado el 4 de junio de 2007.
 21. Loureiro, Maria L. y Lotade, Justus. “Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience?”, en *Ecological Economics*. No. 53, 2005, pp. 129-138. Disponible en www.sciencedirect.com, consultado en agosto de 2006.
 22. Oxfam. “Truth or consequences. Why the EU and the USA must reform their subsidies, or pay the price”. Oxfam Briefing Paper 81, noviembre de 2005, 30 pp. Disponible en http://www.oxfam.org.uk/what_we_do/issues/trade/bp81_truth.htm, consultado el 28 de febrero de 2007.
 23. Pineda Lara, Orlando. “El comercio Justo en Europa. Evolución, Funcionamiento, estructura institucional y tendencias”. CIAT, 2000, p. 22. Disponible en http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/sistema_cj/documentos.htm, consultado el 10 de abril de 2005.
 24. Stiglitz, Joseph E. *El Consenso Post-Consenso de Washington*. Disponible en http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/Stiglitz_PWCC_SPA.pdf, consultado el 31 de octubre de 2007.
 25. Torres Pérez, José *et. al.* “Para entender el comercio justo”. Madrid, 23 de agosto de 1999. Disponible en <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n13/aalar.html>, consultado el 10 de abril de 2007.
 26. Viscarra K., Gastón. “El Comercio Justo: Una alternativa para la agroindustria Rural de América Latina”. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – Oficina regional para América Latina y el Caribe, Santiago, 2002, 64 pp. Disponible en <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/008/ae970s.pdf>, consultado el 10 de abril de 2007.

SITIOS ELECTRÓNICOS OFICIALES:

1. Sitio oficial de Comercio Justo México. Disponible en www.comerciojusto.com.mx, consultado el 23 de abril de 2007.
2. Sitio oficial de la Coordinadora Latinoamericana y el Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC). Disponible en www.clac-pequenosproductores.org, consultado el 30 de mayo de 2007.
3. Sitio oficial de European Fair Trade Association (EFTA). Disponible en www.european-fair-trade-association.org, consultada el 22 de abril de 2007.
4. Sitio oficial de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Disponible en www.fairtrade.net, consultado el 1 de abril del 2007.
5. Sitio oficial de FLO-CERT. Disponible en www.flo-cert.net, consultado el 22 de abril de 2005
6. Sitio oficial de IFAT-África. Disponible en <http://catgen.com/cofta/EN/>, consultada el 20 de marzo de 2007.
7. Sitio Oficial de IFAT-Asia. Disponible en <http://catgen.com/aftf/EN/>, consultada el 20 de marzo de 2007.
8. Sitio oficial de IFAT-LA. Disponible en www.ifat-la.org, consultado el 3 de junio de 2007.
9. Sitio oficial de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Disponible en www.wto.org, consultado el 15 de marzo de 2007.
10. Sitio oficial de Network of European Worldshops (NEWS!). Disponible en <http://news.conaxis.de/index.php>, consultado el 22 de abril de 2007.
11. Sitio oficial Fórum de Articulação para o Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES do Brasil). Disponible en www.facesdobrasil.org.br, consultado el 6 de junio de 2007.
12. Sitio oficial IFAT-América Latina. Disponible en www.ifat-la.org, consultada el 20 de marzo de 2007.
13. Sitio oficial World Fair Trade Day 2007. Disponible en www.wftday.org/english/index.htm, consultado el 15 de abril de 2007.

14. Sitio oficial Fair Trade Association (IFAT). Disponible en www.ifat.org, consultado el 5 de marzo de 2007.

DOCUMENTOS:

1. Centro Interregional de Artesanos del Perú (CIAP). *Código de Práctica de IFAT*. Disponible en http://asociacion.ciap.org/article.php?lang=es&id_rubrique=11&id_article=177, consultado el 22 de abril de 2007.
2. Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación (UITA). *Declaración de Cochabamba*. Disponible en http://www.rel-uita.org/internacional/suplemento_pt/declaracion-cochabamba.htm, consultada el 25 de abril de 2007.

ANEXO 1: Código de Práctica de IFAT²⁹⁶

El objetivo de la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) es mejorar las condiciones de vida de los habitantes más empobrecidos de los países en desarrollo, para ello IFAT vincula y fortalece a las organizaciones que proponen alternativas justas contra las injustas estructuras y prácticas comerciales. Basándose en los principios de solidaridad y cooperación mutua los miembros de IFAT se han unido para crear una forma alternativa y más justa de hacer negocios. IFAT es por tanto una federación que promueve el comercio justo y un foro que propicia el intercambio de información que ayude a los miembros a aumentar los beneficios para los productores.

Los miembros de IFAT se adhieren a las siguientes prácticas:

1) Compromiso con el Comercio Justo - En su actividad comercial procuran el bienestar social, económico y ambiental de los productores marginados de los países en vías de desarrollo. Por ello practican el comercio en condiciones equitativas, pagos justos por la mano de obra del productor y precios justos. Identifican las estructuras, mecanismos, prácticas y actitudes comerciales injustas y las evitan. En vez de competir entre sí, los miembros de IFAT cooperan para promover el comercio justo y la justicia social, sus prácticas comerciales favorecen al productor y no constituyen un medio para maximizar sus utilidades a costas del productor.

2) Transparencia - Comparten periódicamente y en forma totalmente abierta su información financiera, políticas de gestión, prácticas comerciales, fuentes de productos, planes y programas de producción, marketing y desarrollo. De esta manera tanto los miembros de IFAT como el público en general pueden evaluar la efectividad financiera y social de IFAT y de cada uno de sus miembros. Sin embargo esta política de apertura respeta informaciones comerciales o políticas de carácter confidencial.

²⁹⁶Centro Interregional de Artesanos del Perú (CIAP).“Código de Práctica de IFAT”. Disponible en http://asociacion.ciap.org/article.php?lang=es&id_rubrique=11&id_article=177, consultado el 22 de abril de 2007.

3) Ética - En la estructura de sus organizaciones los miembros de IFAT reflejan su compromiso con la justicia, el empleo justo, contabilidad oficial, y emitir reportes periódicos financieros y de actividades. Procuran alcanzar la mayor eficiencia posible al menor costo, y, según las características de cada organización, involucran a los trabajadores en la gestión y en la toma de decisiones. Procuran brindar a sus trabajadores ingresos que les permitan cubrir sus necesidades básicas, incluyendo atención de la salud, educación y capacidad de ahorro.

4) Condiciones de Trabajo - Garantizan un ambiente de trabajo seguro que cumpla al menos con los reglamentos de seguridad industrial de su localidad. Brindan oportunidades a todas las personas para que desarrollen su potencial. Se aseguran de que el trabajo se realice en condiciones de trabajo humanas, utilizando materiales y tecnologías apropiadas y desarrollando buenas prácticas de trabajo y producción.

5) Empleos con Igualdad de Oportunidades - Se oponen a la discriminación y aseguran igualdad de oportunidades en el empleo tanto a hombres como a mujeres que sufran la explotación de su trabajo, los efectos de la pobreza y de prejuicios raciales, culturales o de género.

6) Preocupación por las personas - Promueven el desarrollo que mejore la calidad de vida y que sea sostenible y responsable tanto para las personas como para el mundo natural. No explota el trabajo infantil. Las actividades comerciales no contravienen los reclamos de pueblos nativos sobre sus tierras u otros recursos de vital importancia para su modo de vida.

7) Preocupación por el Medio Ambiente - Promueven la comercialización de productos que no sean perjudiciales para el medio ambiente y administran los recursos en forma sustentable, salvaguardando el patrimonio ecológico.

8) Respetan la Identidad Cultural de los Productores - Alientan la producción y desarrollo de productos propios de la tradición cultural de los productores y hechos en base a sus propios recursos naturales. Promueven el empleo de los conocimientos

artísticos, tecnológicos y organizativos de los productores como una forma de ayudarlos a preservar y desarrollar su identidad cultural.

9) Educación y Promoción y Defensa del Comercio Justo - Educan e informan a los consumidores sobre el injusto orden económico mundial y sobre la pobreza de los productores del tercer mundo. Promueven el mayor grado de justicia que se alcanza con el comercio alternativo y lo difunden como modelo válido para cambiar las injustas estructuras y actitudes del comercio internacional. Aumentan la conciencia del público y de las empresas respecto al comercio alternativo y sobre los valores culturales y tradicionales del Sur para promover comprensión y respeto intercultural hacia sus pobladores.

Relaciones de Trabajo

Las organizaciones que participan en el comercio justo establecen sus relaciones en un marco de solidaridad, confianza y respeto mutuo, evitando perjudicar o dañar la imagen y reputación de sus colegas. Estas relaciones se basan en beneficios recíprocos e intercambios justos y su naturaleza trasciende el propio comercio. Los miembros y observadores de IFAT acuerdan solucionar sus diferencias mediante el diálogo abierto y directo.

1) Relaciones entre Organizaciones de Comercio Alternativo (ATOs) y Consumidores - Las ATOs proporcionan a los consumidores productos de alta calidad y precio justo, los educan y mantienen informados. Las ATOs reconocen que al brindar buena atención al consumidor -incluyendo respeto al consumidor, técnicas de comercialización honestas y provisión de información- actúan éticamente y benefician a todas las partes involucradas en el ciclo comercial. Las ATOs reciben de sus consumidores información y reacciones del mercado respecto a los productos.

2) Relaciones entre ATOs - En su papel de representantes de los productores, las ATOs se esfuerzan por coordinar sus actividades y ayudarse entre sí para alcanzar eficiencia comercial al menor costo posible y abrir mercados para beneficio de los productores. Su cooperación y la intermediación comercial responden a una clara y

eficiente división del trabajo, en función de su ubicación geográfica y de sus recursos. Las ATOs cooperan entre sí intercambiando información sobre productos y necesidades del mercado así como sobre las formas de satisfacerlas, incluyendo abastecimiento y comercialización conjuntos. Procuran evitar tanto la duplicación como la exclusividad mediante convenios de marketing y representación. También cooperan obteniendo financiamiento tanto para ellos como para las organizaciones de productores mediante créditos, préstamos y capital de trabajo y optimizando los recursos existentes.

3) Relaciones entre ATOs y Organizaciones de Productores - La función de la ATO es comprar y vender y la función de las organizaciones de productores es producir y vender. Su relación comercial se complementa con otras acciones que enfrentan la situación en general. Pone a disposición de los miembros y observadores: información de mercado, información sobre la reacción de los consumidores respecto a los productos, apoyo financiero y otros servicios relevantes, de acuerdo a su capacidad. Tomando en consideración las habilidades y recursos de los productores, las ATOs y las organizaciones de productores procuran mejorar la calidad, aceptabilidad y variedad de su oferta de productos. Tanto las ATOs como las organizaciones de productores acuerdan cumplir oportunamente sus compromisos, de forma responsable y profesional.

4) Relaciones entre Organizaciones de Productores - La cooperación entre organizaciones de productores es franca, abierta y de mutuo respeto para beneficio de todos sus miembros. Las organizaciones de productores evitan la competencia desleal pues no duplican diseños ni patrones de otro grupo sin contar con su autorización. Intercambian información, realizan talleres de capacitación conjunta, emprenden acciones colectivas y, en la medida de lo posible, discuten problemas comunes. Entre los miembros de IFAT se encuentran organizaciones de comercio alternativo del norte y del sur y organizaciones de productores y organizaciones que apoyan los objetivos de IFAT pero que no se involucran directamente en la comercialización.

Aprobado en la Conferencia de IFAT en 1995, en New Windsor, Maryland, 13 de mayo de 1995.

ANEXO 2: Declaración de Cochabamba²⁹⁷

Los y las participantes del *Encuentro Emprendedor de Economía Solidaria y Comercio Justo en América Latina*, reunidos en Cochabamba, Bolivia, del 13 al 15 de septiembre del 2005, provenientes de doce países latinoamericanos y caribeños, y que hemos tenido un intenso diálogo e intercambio de experiencias entre diversas redes y movimientos de América Latina que trabajamos orientados por el enfoque de Economía Solidaria y Comercio Justo, nos dirigimos a la opinión pública y a los gobiernos de América Latina para expresar lo siguiente:

CONSTATAMOS

Que, luego de dos décadas de imposición del modelo económico neoliberal en nuestra región por parte de los EE.UU., las instituciones financieras internacionales y los grupos de poder económico de nuestros países, se ha aumentado y agravado la pobreza y la exclusión a través de sus políticas de ajuste, privatizaciones, renegociación de la deuda externa y reducción del ámbito del Estado, afectando principalmente a los y las trabajadoras asalariadas, así como a la pequeña producción rural y urbana; aumentando y agravando con ello los ya preocupantes indicadores de desarrollo de la región, lo cual, en lugar de acortar las distancias para cumplir con las denominadas *Metas del Milenio*, nos aleja del acceso y pleno goce de los Derechos Económicos Sociales y Culturales, derechos humanos sin los cuales no podemos adquirir ciudadanía plena;

Que la causa fundamental de la pobreza no radica estrictamente en los países pobres, sino en las relaciones internacionales injustas, que se expresan en los planos del comercio, las finanzas y el acceso al conocimiento científico y

²⁹⁷ Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación (UITA) “Declaración de Cochabamba”.

Disponible en

http://www.rel-uita.org/internacional/suplemento_pt/declaracion-cochabamba.htm, consultada el 25 de abril de 2007.

tecnológico, configurando nuevas relaciones de dependencia que se pretenden consolidar a través de los nuevos Tratados de Libre Comercio (TLCs) que gobiernos de los países de menor desarrollo vienen suscribiendo bilateralmente con los países altamente desarrollados, así como a nivel global en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), pretendiendo hacer descansar las perspectivas de crecimiento y desarrollo de nuestros países en las exportaciones y la inversión extranjera;

Que en América Latina subsisten factores políticos que, aunados a los factores económicos, vienen contribuyendo a generar condiciones de reproducción de la pobreza, por lo cual las élites políticas no sólo han defraudado la confianza de los gobernados y han hecho de la corrupción una característica estructural de nuestras sociedades, sino que han deslegitimado el sistema político vigente en nuestra región, convenciéndonos, una vez más, que los países empobrecidos de la región sólo podremos retomar el curso de la historia y del desarrollo si, y sólo si, nuestros pueblos son capaces de aunar la protesta y la propuesta, para un nuevo modelo de sociedad y política en el que la economía se ponga al servicio de las personas, como lo postulamos desde el enfoque de Economía Solidaria y lo venimos construyendo en los espacios locales.

PROPONEMOS

Que una nueva estrategia de desarrollo y de redistribución de la riqueza, con objetivos centrales de erradicación de la pobreza y promoción del desarrollo humano, debe estar orientada a la generación de trabajo y empleo con derechos y al acceso universal a servicios públicos básicos, con énfasis en la *Soberanía Alimentaria*, entendida como una estrategia específica de promoción y protección a una agricultura nacional que, aprovechando los recursos y capacidades disponibles, impulse la diversificación de cultivos que reduzca la alta dependencia de alimentos importados, y un manejo económico, social y ecológicamente sustentable;

Que tal estrategia debe asentarse en el reconocimiento y valoración de los aportes, logros y lecciones aprendidas por los y las emprendedoras económicas solidarias y del comercio justo a nivel de Desarrollo Local; profundizando y entendiendo mejor la naturaleza de la pobreza desde la perspectiva de la población que la vive, es decir, no como “carencias” sino como *potencialidad*, partiendo de su realidad, sus necesidades y prioridades;

Que tal estrategia debe basarse en la participación de la comunidad, el desarrollo de las capacidades locales y la articulación y apoyo de instancias que promueven el desarrollo comunal, con el fin de mejorar las condiciones sociales de los grupos y comunidades atendidas. En este sentido, algunas de las prioridades en cuanto al desarrollo social deben ser la educación, la construcción de capacidades, la generación de estrategias desde las necesidades, demandas y cultura de la sociedad, así como de la participación de la sociedad en todo el proceso de un plan o política pública destinada al desarrollo social y los derechos humanos integrales;

Que la *Economía Solidaria* es una nueva visión de la economía que tiene por objetivo principal la satisfacción de las necesidades sociales, entendiéndola como un enfoque de autonomía productiva, económica, social y política, que integra como elementos: a) la organización de base, como el eslabón fundamental del proceso económico; b) la participación de los trabajadores y las trabajadoras en forma autogestionaria; c) la sostenibilidad ecológica como proceso permanente; y d) la asociatividad para la producción comunitaria, como estrategia de empoderamiento de hombres y mujeres de nuestra región para afrontar el reto de ser sujetos de su propio desarrollo.

NOS COMPROMETEMOS A:

- Impulsar la articulación del *Movimiento Latinoamericano de Economía Solidaria, Comercio Justo y Consumo Ético* y avanzar en la articulación con redes y experiencias de comercio justo y consumo ético, para lo cual,

en nuestro medio, hemos de fortalecer el proceso de *Coordinación Latinoamericana*;

- Garantizar que, en los espacios de dirección del *Movimiento Latinoamericano de Economía Solidaria, Comercio Justo y Consumo Ético*, participen con equidad los productores, entre los cuales ocupan un lugar privilegiado los campesinos, indígenas, mujeres, discapacitados, encarcelados y todos aquellos sectores que padecen algún tipo de exclusión.
- Impulsar la construcción de *Sistemas de Certificación Participativa para la Economía Solidaria de Comercio Justo* en cada uno de nuestros países, con criterios que sean fijados localmente y tendiendo a unificar dichos criterios a nivel latinoamericano.
- Compartir mutuamente nuestros productos (sin excluir para ello la práctica ancestral del trueque), nuestras tecnologías, las experiencias de aciertos y errores con los que se ha construido la historia de las organizaciones y emprendimientos a los que pertenecemos. La consigna es *“fortalecer el comercio Sur-Sur”*.
- Hacer alianzas con quienes, en nuestras localidades, anuncien con su práctica una nueva sociedad; es decir, por ejemplo, los que administren el dinero en forma equitativa, utilicen tecnologías respetuosas con el medio y sustentables, fomenten el turismo social, favorezcan la ecología y trabajen en forma comunitaria. Estamos convencidos de que la nueva cultura está ya surgiendo desde lo local, desde abajo, desde dentro.
- Impulsar alianzas con otros movimientos sociales para influir en la orientación de las políticas públicas, para fortalecer la Economía Solidaria y el Comercio Justo en las localidades, el país y la región, según los principios de equidad, transparencia y gobernabilidad.
- Oponernos a las certificaciones de FLO en grandes plantaciones (agricultura industrial) y de las certificadoras en la producción orgánica en plantaciones.

- Fortalecer las redes de economía solidaria para seguir construyendo la ***Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS)***;
- Sumar nuestro esfuerzo, y el de nuestras organizaciones, al gran empeño de todas las organizaciones que participarán en la agenda internacional, tales como ***la III Cumbre de los Pueblos de América (Mar del Plata, noviembre 2005)***, ***3er. Encuentro Intercontinental de Economía Solidaria (Dakar, noviembre 2005)*** y ***el IV Foro Social Mundial (Caracas, enero 2006)***.

DEMANDAMOS

A los Jefes de Estado y de Gobierno de América Latina y El Caribe que:

- 1) **IMPIDAN** que nuestros esfuerzos - como emprendedores solidarios, cooperativas, asociaciones, así como micro, pequeñas y medianas empresas - por lograr una vida digna para nuestras familias y nuestros pueblos se estrellen contra un sistema económico, social y, fundamentalmente, político que no tiene el signo de la complementariedad sino de la desigual competencia salvaje.
- 2) **RESUELVAN** el problema de la escandalosa inequidad social y económica de nuestros pueblos. Partimos del convencimiento de que cada ciudadana y ciudadano debe aportar lo que puede y con lo que tiene, así como recibir lo que necesita. Es cierto que existe una inequidad entre los países poderosos y los dependientes, como son los nuestros. Pero, y casi sin excepción, esa inequidad es aún mayor entre distintos sectores al interior de los países que ustedes gobiernan. El problema comienza por casa, y ustedes han recibido nuestro mandato para resolverlo.
- 3) **TENGAN LA AUDACIA** de proponer e impulsar en las instancias parlamentarias una profunda reforma tributaria, conforme a la cual aporten

más las personas y empresas que más tienen, mediante impuestos directos, eficaces.

- 4) CUMPLAN con su obligación de defender la soberanía de nuestras naciones. No vale aducir como excusa que “no podemos, porque estamos condicionados”. La soberanía no se solicita, se conquista y ejerce. La gobernabilidad, así como la seguridad pública, es incompatible sin la aplicación de políticas prudentes y de largo plazo - no de emergencia o asistenciales – que consigan erradicar a la brevedad posible la vergüenza del desempleo, la pobreza y la exclusión.

- 5) NO FIRMEN el TLC ni inversiones algunas a espaldas de sus pueblos, aceptando propuestas que en la práctica son imposiciones de los EE.UU., la Unión Europea u otros bloques, poniendo en riesgo nuestra soberanía alimentaria y energética. Toda decisión que comprometa el futuro de nuestras generaciones debe ser refrendada por plebiscito nacional.

- 6) IMPULSEN una integración, no sólo comercial, sino cultural, social y política de nuestras naciones latinoamericanas y caribeñas, la cual ha de comenzar por la profundización de los procesos de integración subregionales (CAN, MERCOSUR, MCCA y CARICOM), paralelamente a la aceleración de la convergencia CAN-MERCOSUR y hacer realidad el proyecto de Comunidad Sudamericana de Naciones y la Alternativa Bolivariana de las Américas (ALBA).

¡¡UNA AMÉRICA SOLIDARIA ES POSIBLE !!

Cochabamba, Bolivia, 15 de septiembre del año 2005

- Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS-Andino)
- Mesa de Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo (MCLACJ)
- Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)
- Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación Agrícolas (UITA)
- Productores de Visión Mundial de Guatemala, Ecuador, Brasil y Bolivia
- Red Argentina de Comercio Justo
- Asociación Emprender de Mendoza, Argentina
- Red de Trueque Solidario de Argentina
- FACES do Brasil
- Foro Brasileño de Economía Solidaria
- Secretaria Nacional de Economía Solidaria de Brasil – Comercio Justo y finanzas Solidarias
- Red Brasileña de Socioeconomía Solidaria
- Centro de Acción Comunitaria de Brasil
- Red Nacional de Comercialización Comunitaria de La Paz
- Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas de Bolivia
- El CEIBO de Bolivia
- Red de Economía Solidaria de Chile
- Cooperativa de Comercio Justo de Chile
- Vicaria de la Solidaridad de Chile
- Instituto de Estudios Económicos de Cuba
- Grupo Salinas de Ecuador
- Pastoral Social Paraguaya
- Grupo Red de Economía Solidaria del Perú
- Red Peruana de Comercio Justo y Consumo Ético
- Junta Nacional del Café de Perú
- Central Interregional de Artesanos del Perú

- Confederación Nacional de Mujeres Organizadas por la Vida y el Desarrollo Integral de Perú
- Comercio Justo Uruguay
- Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay