

# Texto de problemática para el foro Comercio Justo

Alianza para un mundo responsable, plural y solidario  
Adresse du forum : <http://fairtrade.socioeco.org>

Adresse de contact : [animation@fairtrade.socioeco.org](mailto:animation@fairtrade.socioeco.org)

## El comercio justo

El comercio justo nació de la toma de conciencia del **carácter desigual de los intercambios desiguales entre el Norte y el Sur** de nuestro planeta. Sus iniciadores armaron mecanismos capaces de darle la vuelta de alguna manera a las relaciones estructurales desfavorables a los productores del Sur, en especial en el caso de la venta de los productos agrícolas de exportación.

Al poner a los productores del Sur en relación directa con los productores del Norte y al garantizar el respeto de criterios económicos y sociales por parte de los distribuidores<sup>1</sup>, el comercio justo **busca crear un reparto más justo del valor agregado entre los productores y los importadores y garantizar mayor estabilidad de los precios y de los ingresos de los productores**, permitiéndoles obtener así un nivel de vida decente. Además tiene un enfoque de **desarrollo sustentable**, tanto por la práctica de ciertos productores hacia un tipo de agricultura más respetuosa de los equilibrios ecológicos como por la puesta en marcha de nuevos mecanismos de **financiamiento alternativo y solidario**, que permiten apoyar las iniciativas locales.

De esta manera, el comercio justo trata de promover un **"consumo ético" o "ciudadano"**, que se opone al consumismo y se diferencia de la tradicional defensa del consumidor que sólo se preocupa de la relación calidad/precio. Las organizaciones del comercio justo han establecido, por el intermedio de la creación de **sellos**, un mecanismo que le permite al consumidor encontrar productos social y ecológicamente justos en sus lugares de compra habituales. Evidentemente otros tipos de prácticas contribuyen a la vitalidad del comercio justo.

El movimiento de comercio justo ha garantizado el desarrollo de canales de distribución en que el acto de compra toma un aspecto ético y político. La época en que comprar un producto del comercio justo en una tienda alternativa reflejaba más un gesto militante que un acto consciente ha pasado en parte. El movimiento se ha construido para responder simultáneamente a las expectativas de los productores y al requisito de calidad del consumidor. De esta manera, ha permitido contradecir algunos mitos fundadores de una visión de la modernidad asociada con el mercado: eficacia automática de la "mano invisible", efectos positivos del individualismo y la irresponsabilidad en el intercambio, etc. Hoy es posible pensar una re-socialización y politización del intercambio económico, del que el comercio justo es una ilustración.

---

<sup>1</sup> Principalement, respeto de las reglas elementales tales como definidas por la Organización Mundial del Trabajo (OIT) : interdicción del trabajo forzado, de la explotación de los niños, respeto de la libertad sindical, eliminación de las discriminaciones entre individuos de acuerdo al origen, sexo y religión. Pero también transparencia por parte de los grandes distribuidores en cuanto a los criterios de comercio justo o los códigos de conducta, basados en los derechos sociales, a los que se comprometieron.

## Principales áreas de reflexión

El éxito de las prácticas de comercio justo plantea ciertas preguntas, que el Grupo de trabajo temático “Comercio Justo” de la Alianza para un mundo responsable, plural y solidario se propone examinar.

### Evaluation del impacto del comercio justo

La fuerza y la debilidad de los valores del comercio justo provienen del hecho que tienen varios objetivos a veces difíciles de conciliar: desarrollo de cultivos de exportación y desarrollo local, integración al mercado y preservación de la cultura indígena, desarrollo a través de la gran distribución y crítica del consumismo. ¿Cómo medir el éxito de las prácticas de comercio justo ? ¿Cuáles son los criterios a tomar en cuenta para estudios de impacto ?

### Variedad de las prácticas

El dinamismo de los canales de comercialización del comercio justo para los productos del Sur (productos tropicales y artesanía) explica que el comercio justo se percibe en el Norte principalmente como un movimiento de solidaridad en el intercambio de productos del Sur. Sin embargo, tanto en el Norte como en el Sur, existen otras prácticas que también reflejan legítimamente una ética solidaria del comercio, por consiguiente del *comercio justo*, aunque se sitúen a escala local o regional. Es el caso, por ejemplo, de la *agricultura apoyada por la comunidad* (en inglés, *Community Supported Agriculture*), que se practica en los países europeos y norteamericanos, proponiendo nuevas formas de solidaridad entre las ciudades y el campo, y un comercio que contribuya al desarrollo del territorio.

¿ Se puede considerar que estas prácticas pertenecen al comercio justo ? ¿ Qué definición se puede dar de *comercio justo*, a la luz del vínculo entre prácticas diversas ? ¿ Qué complementaridad existen entre el comercio justo y otras prácticas solidarias ?

### Comercio justo y solidaridades locales

Uno de los principales desafíos planteados por las estructuras dominantes de la economía mundial es garantizar el desarrollo integrado de los territorios, tanto en el Sur como en el Norte. La dinámica del comercio mundial no sólo ha producido intercambios desiguales, sino también una desestructuración de los territorios y el sacrificio del medio ambiente al servicio del “desarrollo”. Si se pensaba en los años ‘60 que bastaba asegurar una mejor distribución del incremento para promover el desarrollo, la cuestión aparece hoy como más compleja. La fractura económica y social no sólo se encuentra en el Sur, mas también está surgiendo en las regiones del Norte.

Indiscutiblemente, el comercio justo forma parte del movimiento general de economía solidaria, constituyendo una práctica que se expresa más bien a nivel de intercambios internacionales. Las preocupaciones provocadas por la globalización de los intercambios y sus efectos desestructurantes sobre las economías y las solidaridades locales conducen a examinar la experiencia del comercio justo a la luz de los presentes desafíos para el desarrollo de intercambios equitativos.

Para integrar estas preocupaciones a sus objetivos, el comercio justo debe abrirse a una definición ampliada de su propio objeto, permitiéndole articularse con prácticas innovadoras y más bien localizadas en el plan del desarrollo local. La consideración de criterios únicamente económicos en la construcción de “precios justos” no es suficiente para garantizar el equilibrio de

los intercambios. Se necesita también contribuir, en particular, a la autosuficiencia alimentaria y a la conservación del medio ambiente.

#### El acceso del consumidor y del productor a la información

El comercio justo propone canales de comercialización en los que se puede tener toda la información sobre los ingresos de los diferentes actores (productores, importadores, etc.). Existen agencias independientes de certificación de comercio justo que garantizan la transparencia de esta información, y señalan con etiquetas los productos que cumplen con los criterios establecidos. Esta innovación es interesante y define los contornos de una economía más humana y responsable. Las negociaciones sobre el comercio internacional podrían obstaculizar las posibilidades de etiquetar productos y de informar al consumidor. Se necesita entonces defender el derecho a toda la información sobre los productos, incluso sobre sus calidades “invisibles” (efectos sobre el medio ambiente, condiciones de los productores, etc.)

También se necesita encontrar medios prácticos y jurídicos para poner más información a disposición de los productores y los consumidores. Es por ejemplo posible establecer criterios que corresponden a los diferentes aspectos de un producto (condiciones de producción, respeto del medio ambiente, de la salud, o incluso del mundo animal). Pero no se debe olvidar que muchos criterios varían de una cultura para otra. La democracia, la justicia o la salud no tienen la misma definición en todas las culturas. El problema de la circulación de la información nos recuerda que más allá del intercambio de información sobre datos brutos, como lo son los datos económicos, todavía se requiere un diálogo entre los productores, los distribuidores y los consumidores, que se base en una real reciprocidad.

#### Relaciones con estructuras de distribución

El reciente desarrollo del comercio justo ha llamado el interés de algunos grandes distribuidores. La progresión de las ventas de productos del comercio justo en ciertos países ha sido posible, de hecho, gracias a la participación de algunas grandes cadenas de distribución. Esto no tiene nada de chocante con tal de que los organismos de certificación puedan garantizar el valor *ético* de sus productos, simbolizado por los sellos independientes. La multiplicación de *sellos propios*, así como cartas y códigos de conducta de ciertos distribuidores o grandes empresas pueden sin embargo confundir a los consumidores no bien informados. Por eso se necesita considerar con precaución el interés de estos actores económicos importantes en la ética.

La permeabilidad de los actores más poderosos a la retórica del comercio justo debe considerarse bajo varios aspectos en el sector del comercio justo. Se debe apoyar las regulaciones públicas y privadas del comercio internacional que van en la buena dirección, pero evitando el juego de las acciones y medidas únicamente simbólicas, las que cubren el contenido de las prácticas dominantes que siguen favoreciendo el juego de relaciones de fuerza desequilibradas.

#### Influenciar las políticas públicas

Las señales tardías de un reconocimiento público del comercio justo plantean un tema adicional, el de la coherencia de las políticas de regulación económica con las políticas de cooperación. Aunque el Parlamento Europeo haya adoptado algunos principios de comercio justo<sup>2</sup>, también ha vuelto a cuestionar los principios que guiaron los acuerdos de Lomé y que garantizaban intercambios más equitativos con los países de Africa, el Caribe y el Pacífico. La promoción del comercio justo a gran escala no podrá eludir la discusión sobre el fundamento de la política

---

<sup>2</sup> en su resolución A4-198/98 aprobada el 2 de julio de 1998

económica actual ni una verdadera reflexión sobre las condiciones de un desarrollo equilibrado y sostenible. Si no, los gestos simbólicos de los gobernantes a favor del comercio justo no tendrán ningún alcance real.

### **Recomendaciones de los participantes en el encuentro "Comercio Justo" de noviembre 1999 en Paris (Francia)**

1. **Consumir ético y producir equitativo.** Incitan a todos los aliados a participar en el desarrollo de estas prácticas. A escala individual, los aliados pueden informarse sobre las formas de acción, sobre los puntos de venta y los productos de comercio justo; a escala colectiva, pueden sugerir que las instituciones, organizaciones y empresas con que están en contacto, o en que tengan alguna influencia, privilegien el consumo de productos éticos, y pueden difundir tanto sea posible la información relativa a los desafíos de esta forma de compromiso ciudadano.
2. **Incitar a los actores mismos a que desarrollen sus propias consideraciones sobre el comercio justo,** en el Norte y en el Sur. Esto se puede lograr con la promoción de la comunicación entre los diferentes actores involucrados en el comercio justo: productores, distribuidores, consumidores, etc. El establecimiento de redes o mesas de diálogo podría fomentar esta comunicación, motivada por formas más sociables y solidarias de participación en la economía del mercado.
3. **Defender y extender el derecho a la información** del productor y del consumidor sobre las condiciones sociales y económicas de producción y distribución de bienes y servicios, este derecho estando amenazado por las decisiones multilaterales. Los medios de comunicación actuales podrían usarse para la constitución de redes de intercambio de información y de productos, y para el desarrollo de fichas disponibles en una base de datos informática, que se puedan reproducir en forma material.
4. **Articular comercio justo y desarrollo local.** Los participantes sugieren proseguir las consideraciones sobre el desarrollo de acciones de comercio justo favoreciendo las economías locales, tomando en cuenta una gestión integrada de los territorios, el desarrollo social y la conservación del medio ambiente.
5. **Alentar alianzas y sinergismo entre los actores y las iniciativas de comercio justo y las otras prácticas de economía solidaria.** Los actores del comercio justo y del consumo ético deben buscar articulaciones entre el comercio justo y las otras acciones que favorecen intercambios equilibrados y conscientes: finanzas y ahorros solidarios, turismo responsable, etc.
6. **Valorizar la dimensión crítica del comercio justo y de otras prácticas.** Apoyarse en estas experiencias para volver a pensar las reglas del comercio mundial. Es necesario avanzar una ética del comercio definida por todos, y no sólo por los intereses de los grandes grupos. Hay muchas convergencias entre las acciones del comercio justo y la constitución de redes que proponen formas ciudadanas de regulación de la economía de mercado, o la concientización del público. Grupos de la Alianza para un Mundo responsable y solidario que trabajan en estos temas podrían asociarse a estas consideraciones.
7. **Promover alternativas al consumismo.** Los participantes señalan también la necesidad de promover actividades no valorizadas comercialmente. La economía no debe invadir todas las esferas de la vida.
8. Dar a conocer y promover prácticas de comercio justo y consumo ético dentro de la Alianza para un mundo responsable y solidario. El Chantier Comercio Justo llama la atención sobre las convergencias que existen entre los objetivos del comercio justo y aquellos de otras iniciativas o temas presentes en la Alianza para un Mundo responsable y solidario, y proponen colaborar con los Grupos de Trabajo Temático que trabajan sobre problemáticas cercanas (comercio internacional, turismo responsable...).