

El comercio justo y el consumo ético dentro de la Alianza para un mundo responsable y solidario

Propuesta de organización de un grupo temático en el seno de la cantera de socio-economía solidaria

Las prácticas de comercio justo y las campañas para un consumo ético son formas tentativas de respuesta a los tres principales desequilibrios identificados en la "plataforma para un mundo responsable y solidario": desequilibrio entre el Norte y el Sur del planeta, desequilibrio entre ricos y pobres, desequilibrio entre los hombres y la naturaleza.

No es casual que varios de los desafíos que la plataforma por un mundo responsable y solidario sugiere destacar ponen en entredicho las formas de consumo y la regulación de los intercambios comerciales de los países occidentales:

- "¿Es posible promover alternativas al consumismo?"
- "¿Cómo se puede orientar mejor el consumo?"
- "¿Cómo poner el comercio mundial al servicio de la construcción de un mundo responsable y solidario?"

Estas cuestiones definen algunas de las exigencias para la búsqueda de "modos de vida respetuosos de los demás y de la biosfera" y de "intercambios enriquecedores y equilibrados"¹.

Por ello, en el último número de Caravane², Pierre Johnson presenta al comercio justo como uno de los ejes de intercambio necesario para la construcción de una "Socio-economía Solidaria":

El Comercio Justo

"Desde los años 80 el comercio justo trata de evitar el intercambio entre pequeños productores de materias primas del Sur (café, cacao, plátano...) y los grandes consorcios del Norte que compran sus productos. El respeto a ciertos principios (principalmente precio mínimo y adelantos sobre la cosecha) le permite al comprador aparecer en un registro internacional que le otorga el derecho de usar una etiqueta distintiva de comercio justo, identificable por el consumidor. De esta manera, el comercio justo transforma un acto banal de compra en un acto ético, responsabilizando a su actor. El comercio justo se extendió posteriormente hacia nuevos productos. Aunque representa sólo una parte minoritaria de la venta de estos productos, es posible atribuirle ciertas mejorías en la relación de precios de su intercambio."

Carta de enlace de la Alianza para un mundo responsable y solidario - núm. 2, diciembre de 998, pp. 12-14.

¹ *Proposición para organizar la vía sectorial*, Plataforma para un mundo responsable y solidario, pp. 56-61.

² Carta de enlace de la Alianza para un mundo responsable y solidario - núm. 2, diciembre de 998, pp. 12-14.

Por su parte, Lavinia Sommaruga y Federico Ceratti, dos aliados militantes del comercio justo, hacen notar que el comercio justo y el consumo ético pueden ser temas federadores en el seno de la alianza. Como cuestionan simultáneamente las condiciones de producción, de intercambio y de consumo de los bienes y servicios a nivel internacional, ofrecen una perspectiva a partir de la cual se hacen convergir varias posturas socio-económicas que se encuentran en el centro de las preocupaciones de los aliados.

***Propuesta para la organización de un grupo temático "Comercio justo"
dentro la cantera de socio-economía solidaria***

La alianza para un mundo responsable y solidario busca enlazar las capacidades de innovación y propuesta de todos aquellos que en todo el mundo actúan para vivir en paz o aspiran a ello en un mundo respetuoso y consciente de la alegría que conlleva la diversidad. No tiene la vocación de sustituir a los movimientos existentes, sino que busca, en cambio, destacar y amplificar las propuestas y acciones, al cruzarlas con otras problemáticas, sensibilizando a los actores de otros medios y otros países.

Dentro de esta perspectiva, la ambición del grupo temático "Comercio justo" es el establecimiento de un diálogo fecundo entre aliados, organizaciones de productores y de trabajadores, organizaciones no gubernamentales, asociaciones y movimientos de consumidores. Los resultados de esos intercambios constituirán una contribución de los encuentros de la Asamblea de los Ciudadanos de la Tierra y podrán orientar las prácticas de los diferentes actores.

Por ahora, los principales objetivos del grupo temático pueden ser definidos como sigue:

- 1) Constituir un espacio de debate y de intercambio (informaciones, experiencias y propuestas) acerca del comercio justo.***
- 2) Sensibilizar a los signatarios de la plataforma para un mundo responsable y solidario en la problemática del comercio justo.***
- 3) Poner en perspectiva lo que pone en juego el comercio justo.***

Las siguientes páginas presentan un análisis de lo que pone en juego el comercio justo y de la manera en que éste enfrenta algunos de los desafíos socio-económicos de nuestra época. No tienen la pretensión de ofrecer una presentación exhaustiva de esta actividad, sino más bien algunas pistas de reflexión. Constituyen así una primera aportación al grupo temático en formación.

Comercio justo y estructuras del comercio mundial

1. Una respuesta al intercambio desigual entre Norte y Sur

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 para 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, 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.

2. El desarrollo del "consumo ético"

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, para la creación de sellos, un mecanismo que le permite al consumidor encontrar productos social y ecológicamente justos en los lugares de compra habituales. Establecieron criterios económicos y sociales que les permiten controlar el respeto al otorgar una etiqueta distintiva a algunos distribuidores y la inscripción de organizaciones de productores del sur en los registros comunes que han establecido por producto.

Es posible defender la idea de que el comercio justo se constituyó así en una forma de presión sobre los grandes distribuidores, que a menudo se sienten obligados a proporcionar una información más confiable acerca de las condiciones de producción de los productos que venden. La existencia del comercio justo, aún siendo marginal respecto al mercado, puede también aportar un mecanismo de regulación de los precios de compra de los productos de exportación, por supuesto con una eficacia diferenciada conforme a las escalas (de las regiones productoras en el mercado mundial).

3. Reforma de las reglas de funcionamiento del comercio mundial y búsqueda de un nuevo orden económico internacional

En el marco del comercio justo los principales productos importados son productos agrícolas (café, té, plátano, etc.) cuyos precios son, más que los de los productos manufacturados o semi-manufacturados, sensibles a las variaciones de las cotizaciones mundiales y de los acuerdos internacionales . Debido a los límites del mercado solidario, las prácticas del comercio justo sólo pueden, por ahora, compensar marginalmente estas tendencias.

En este contexto, es evidente que más allá del desarrollo de las filiales de comercialización justa, impulsar un diálogo entre organizaciones de productores del Sur y operadores del comercio justo en el Norte podría llegar a ser una perspectiva fecunda para la definición conjunta de los medios para tener un peso en las negociaciones comerciales internacionales, con el objeto de promover una regulación de las cotizaciones mundiales y una economía mundial menos especulativa. De este modo, el comercio justo podría participar en la lucha política para organizar intercambios económicos internacionales más justos.

Comercio justo, consumo ético y derechos económicos y sociales de los trabajadores

1. La organización de los productores

La constitución de organizaciones democráticas de pequeños productores es, generalmente, una condición para que estos puedan participar en el mercado solidario. Esta condición existe *de facto* y *de jure*: para poder aparecer en el registro hay que estar organizado. Este hecho merece subrayarse, ya que en los países del Norte aparece en segundo plano; en ellos, incluso, el público sensibilizado al comercio justo percibe a menudo al producto como un género abstracto. Esta liga entre mercado solidario y formas de organización destacan las relaciones entre justicia económica y derechos sociales (en especial el derecho de asociación).

Por ende, la existencia del mercado solidario constituye, de alguna manera, un estímulo para la organización de productores, aunque ésta sea a veces anterior a la existencia del comercio justo. Sin embargo, a veces existen divergencias explícitas o tácitas entre los miembros, respecto a las condiciones para la inscripción en los registros o la gestión del sobreprecio. Estas divergencias deben ser discutidas democráticamente, en vez de rechazarlas.

2. Los derechos económicos y sociales de los trabajadores

Desde hace algunos años, en los países occidentales se han realizado campañas de sensibilización a las condiciones de trabajo de los asalariados en los países del Sur. Esas campañas constituyen otra forma de interpelar al consumidor, cuyo origen se encuentra en la voluntad de los trabajadores y sindicalistas del Sur de dar a conocer las formas de explotación inhumanas de las cuales son víctimas, y de dar un testimonio de las dificultades para que se tomen en cuenta sus derechos. En los países importadores estas reivindicaciones se tramitan a través de asociaciones que llevan a cabo campañas para informar a los consumidores y presionar a los grandes grupos multinacionales, con el fin de que por lo menos se comprometan a respetar las reglas elementales definidas por la Organización Mundial del Trabajo (OIT): prohibición del trabajo forzado, de la explotación de los niños, respeto a la libertad sindical, supresión de las discriminaciones entre individuos de orígenes, sexos y religiones diferentes.

3. La transparencia y el control interno en las empresas

El compromiso de los grandes distribuidores en cuanto a los criterios de comercio justo o los códigos de conducta fundados en los derechos sociales sólo tiene sentido si estas mismas empresas aceptan el establecimiento de controles independientes y transparentes. Esto plantea la cuestión del poder dentro y sobre una gran empresa a escala internacional; y en el seno de la empresa, la de la concentración de los poderes, del acceso a la información, de las posibilidades de control de las decisiones y del ejercicio de contrapoderes por parte de los asalariados, los accionistas o los consumidores.

Esta cuestión remite también a las formas jurídicas de propiedad (sociedad de capitales, sociedad de economía social...), así como a la complejidad de los mecanismos de gobernabilidad de los grupos multinacionales. La necesidad de un control externo plantea la interrogante de la factibilidad de evaluaciones independientes que posean legitimidad y medios suficientes para verificar el respeto a los códigos de conducta firmados por los consorcios multinacionales.

Comercio justo y desarrollo sustentable y justo

1. El desarrollo sustentable y la preservación del ambiente

Los iniciadores del comercio justo inscriben su gestión dentro de una perspectiva de desarrollo conforme a la cual, más que proporcionar una ayuda financiera a los países del Sur, es preferible proporcionarles los medios para que ellos mismos se desarrollen, conforme al principio "Comercio, no ayuda". Pero esta nueva forma de comercio no sólo busca un nuevo equilibrio monetario de la relación de precios del intercambio, sino que se propone también la integración de los costos sociales y ambientales dentro del precio de los productos.

Es congruente con el movimiento actual de los pequeños productores hacia una agricultura más respetuosa de los equilibrios ecológicos. La certificación orgánica por agencias especializadas (generalmente del Norte) y la etiquetación subsecuente constituyen mecanismos de comercialización y de identificación del producto que son cercanos a los del comercio justo. Por eso, aunque el comercio justo y la agricultura orgánica son diferentes, avanzan en el mismo sentido y comparten una problemática así como desafíos ampliamente complementarios que sería interesante explorar conjuntamente.

2. El financiamiento alternativo y solidario

El comercio justo ha contribuido a establecer nuevos mecanismos de financiamiento que permiten apoyar la iniciativa de los pequeños productores: prefinanciamiento parcial de la producción agrícola o artesanal, aval para los préstamos bancarios. A veces son las propias organizaciones productores quienes han establecido instrumentos financieros que permiten una comercialización más eficaz (mutualidades, uniones de crédito...).

Estas innovaciones facilitan el acceso a los créditos a tasas razonables para los productores y aseguran una continuidad de la actividad económica en una coyuntura variable. Resultará interesante analizar sus ligas con la consolidación de las organizaciones de productores y del comercio justo.

3. La cuestión de la propiedad de la tierra y de la reforma agraria

El comercio justo todavía concierne principalmente a los productos agrícolas. Están apareciendo nuevas iniciativas para los productos semi-manufacturados (textiles, etc.), pero plantean la cuestión compleja del control de los criterios a lo largo de toda la cadena productiva. En el campo agrícola el comercio justo se esfuerza por mejorar el nivel de ingreso de los productores del Sur.

El comercio justo, al poner el acento sobre las presiones engendradas por el sistema de los intercambios internacionales, plantea por tanto, de igual manera, la cuestión de la reforma agraria en cada país y afirma la necesidad de un apoyo por parte de los Estados para los campesinos más desfavorecidos.

A partir del comercio justo, también es posible discutir otros temas, tales como el desarrollo local en los países del Sur, el respeto a las culturas, el papel y el lugar de las mujeres en la producción y los intercambios económicos, el poder de las empresas multinacionales respecto al de los Estados. Esto muestra la riqueza de este enfoque para crear y consolidar ligas en el seno de la Alianza para un mundo responsable y solidario.

Esta nota problemática es un llamado a abrir una reflexión en el seno de la alianza para un mundo responsable y solidario. Será difundida en el seno de la alianza para establecer una lista de personas involucradas y/o interesadas. Por otra parte se proporcionará información orientada a los actores del comercio justo sobre la gestión de la alianza. En fin, a partir de estos contactos e intercambios de información se organizará en 1999 un encuentro de unas quince personas con el propósito de hacer una contribución colectiva en la perspectiva de la Asamblea 2 001.

Cinco aliados de diferentes países se ofrecieron como voluntarios para promover este nuevo grupo temático en proceso de constitución dentro del taller socio-economía solidaria de la alianza, y más allá:

- Lavinia Sommaruga (Communauté de travail Swissaid, Action de Carême, Pain pour le prochain, Helvetas, Caritas et Fondation Max Havelaar - Suiza) / sommaruga@dial.eunet.ch ;
- Michele Papagna (ACEC - Associazione per un consumo etico e consapevole) / libceles@tin.it
- Federico Ceratti: Presidente ACEA - Associazione per un consumo etico e alternativo e Goirnale della Natura, ACU - Association de consommateurs, AITR - Association Italienne de Tourisme Responsable) / ceratti@edv.it
- Laurent Fraisse (ADSP - Association pour le Développement des Services de Proximité ADSP - France) / fraisse@iresco.fr (animador del polo socio-economía de solidaridad para Europa)
- Pierre Johnson (Francia / México) / pjohnson@echo.org (animador del chantier comercio justo)

Contáctennos si desean unirse a este grupo temático. Su participación y sus documentos, reflexiones, experiencias y campañas sobre el comercio justo son bienvenidos. Constituirán elementos que permitirán preparar un primer encuentro sobre este tema en 1999 y de complementar la bibliografía adjunta.

Bibliografía

Libros :

- *Pour un commerce équitable*, Ritimo, Solagral, DPH, Passerelles, édition FPH, 1998 ;
- *Annuario del Commercio equo*, edizione 1998-99, FCE ;
- *Commerce équitable et solidaire*, IRER, 1997 ;
- *La mode déshabillée : 12 questions sur l'emploi dans la confection textile*, Carole Crabbée et al., publication soutenue par Magasins du Monde-Oxfam, Orcades, Déclaration de Berne, Artisans du Monde, 1998 ;
- *Le pouvoir des consommateurs*, Peuples en marche n°139, octubre 1998 ;

Artículos y Revistas :

- *El “comercio justo” frente a los desafíos del mercado global. El caso del café en México*, Pierre Johnson, Comunicando, n°11, serie especial, mayo 1998 ;
- *Commerce équitable : et si on faisait attention au producteurs ?* Sandrine Trouvelot, Alternatives économiques, n°149, junio 1997 ;
- *Le commerce équitable à la croisée des chemins*, Catherine Schümperli Younossian, Nouveaux cahiers de l'IUED, n°7, junio 1998 ;
- *Turismo Responsabile*, Federico Ceratti, Associazione Nazionale Turismo Responsabile ;
- *Clauses sociales*, Chritoph Stuckelberger, Repères - Pain pour le prochain, 1998 ;
- *Transport par avion et commerce équitable, le cas de TerrEspoir*, Repères - Pain pour le prochain, 1998