



Cartilla N° **4**

# ¿qué es el comercio justo?

*Dr. Pablo Guerra*



Programa de:  
**KOLPING**  
URUGUAY

 **economía  
solidaria**

## Qué es el Comercio Justo

El comercio justo alude a una forma alternativa de concebir el comercio. Es una práctica económica concreta que busca el cambio social introduciendo relaciones de solidaridad y cooperación. En ese sentido es que hablamos del “comercio justo” como una de las tantas experiencias de economía solidaria en el mundo.

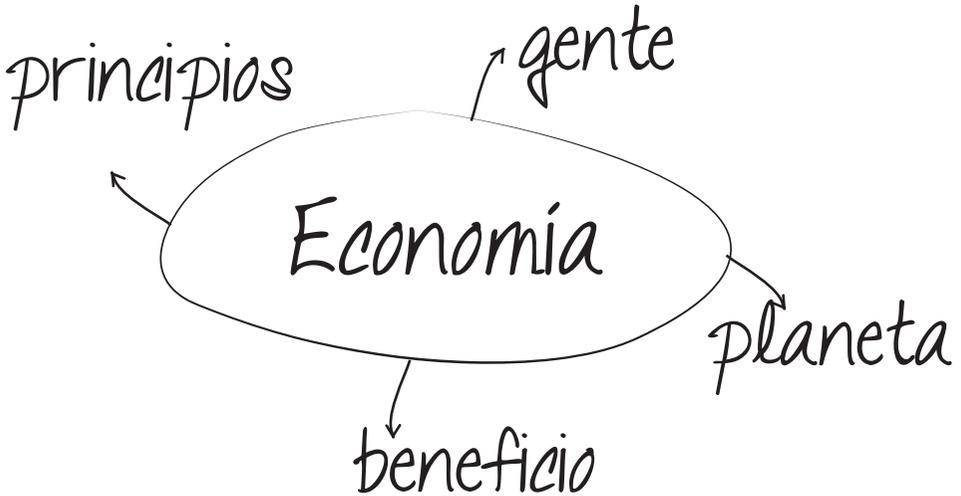
El comercio justo se distingue del comercio mercantil por establecer criterios sociales y ambientales que se traducen no solo en un precio, sino además en el tipo de producto que se produce, la forma en que lo producimos, la manera en que distribuimos las eventuales ganancias así como en la forma que ese producto llega al consumidor final. Para una mayor eficiencia, el comercio justo debe relacionarse con las prácticas de producción sustentable, de finanzas éticas y de consumo responsable entre otras.

Desde este punto de vista es que se han divulgado conceptos como los de comercio justo, comercio equitativo o comercio solidario.

Desde una perspectiva más acotada a los actores tradicionales del Comercio Justo en todo el mundo, sin embargo, la definición refiere fundamentalmente a aquella relación comercial alternativa que se construye a escala mundial poniendo énfasis en las diferencias del eje Norte - Sur. Según FINE (luego veremos qué significa esta sigla),

***“el Comercio Justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, cuyo objetivo es alcanzar una equidad mayor en el comercio mundial. Contribuye al desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones comerciales que garantizan los derechos de los productores y trabajadores marginalizados, sobre todo al Sur del planeta”.***

Decimos que ésta es una definición más acotada pues la primera concibe al comercio justo, solidario o equitativo en cualquier transacción de economía solidaria guiada por algunos principios y valores, en tanto la segunda apunta fundamentalmente a un esquema de intercambios a nivel mundial, especialmente dirigido a comprar a los productores del Sur del mundo para vender luego a los consumidores en el Norte.



Las dos nociones son importantes. La primera para comprender que todos podemos hacer comercio justo en la medida que respetemos ciertas condiciones; la segunda para entender cómo ciertas organizaciones de mucha experiencia en el tema, han acordado una definición y trabajan organizadamente para velar por los principios orientadores.

## Cómo surge y evoluciona el comercio justo

Hay cierto consenso en atribuir a la particular sensibilidad de los años sesenta el origen del movimiento de comercio justo o fair trade. Para entonces, la I Conferencia de la UNCTAD (Ginebra, 1964), escucha el reclamo de los países del Tercer Mundo, poniendo en escena las variables del comercio, antes que la ayuda humanitaria, como la forma más digna de avanzar hacia mayores niveles de desarrollo.

En ese contexto, diversas organizaciones sociales se proponen hacer algo en concreto para cambiar la situación. Comienza así un proceso por el cual

las organizaciones de los países del Norte se contactan con organizaciones de pequeños productores en el Sur, y establecen mecanismos de comercialización basados en un “precio justo” antes que en los precios habitualmente manejados en el mercado. Es una relación directa que busca evitar al intermediario y generar una relación amigable entre las partes.

Con anterioridad, se conocen antecedentes de este tipo de comercialización con la experiencia de Ten Thousand Villages (una asociación civil norteamericana antes conocida como Self Help Crafts) que en 1946 empieza a comprar productos artesanales en Puerto Rico; u Oxfam UK, que en los años cincuenta compra productos de China para comercializar en sus locales.

Con el paso de los años se suceden hechos significativos. Veamos algunos de ellos:

- > sobre fines de los 60 se abren las primeras tiendas especializadas en productos del comercio justo (“Tiendas del Mundo”). Hoy son miles las Tiendas en los países centrales y algunas decenas en Latinoamérica.
- > En los 70 se comienzan a comercializar alimentos, además de artesanías. El primer caso es el café producido por cooperativas populares de Guatemala y comercializado en los Países Bajos. Hoy el café es el producto estrella del Comercio Justo, pero además con el tiempo se sumaron otros alimentos: desde frutas hasta vinos, pasando por fideos, esencias o galletitas.
- > En los 80 hay un proceso de confluencia de las organizaciones de todos los continentes (con mayor énfasis en Europa) que participan de estas iniciativas.
- > En 1988 se crea el primer sello que autentifica un producto del comercio justo. Se trata de “Max Havelaar” para distinguir el café que inicialmente se vendía en los Países Bajos. El sello permite que el producto sea reconocido no solo en las Tiendas de Comercio Justo sino en cualquier local comercial. El éxito de esta iniciativa lleva a que en 1997 se cree la Fairtrade Labelling International (FLO) para fijar estándares internacionales a los productos así como certificar la producción.

- > En los 90 se observa un salto cuantitativo en el movimiento, lo que conduce a que una parte del mismo pusiera énfasis en la calidad del producto y en las estrategias de marketing para continuar ganando mercado. Surgen las primeras polémicas internas sobre si es posible o no vender productos del comercio justo en grandes superficies (supermercados o shopping malls)
  
- > En 2004 se lanza la marca de “Organización de Comercio Justo” de IFAT.

Otros hitos corresponden a nuestro continente. Es que en los últimos años los latinoamericanos hemos reflexionado bastante sobre la necesidad de articular un comercio justo Sur – Sur, esto es, no solo comercializar con los países más ricos, sino hacerlo entre nuestros países, así como dentro de un mismo país. Surgen de esta manera foros, encuentros, debates y redes para alentar este sueño que comienza a concretarse con las primeras transacciones entre organizaciones del comercio justo en la región, con la instalación de las primeras Tiendas de Economía Solidaria y Comercio Justo en nuestros países o antes con las Ferias de Economía Solidaria. Otro hito importante en el continente se da en 2010 cuando en Brasil se establece un Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario. Se trata de la primera experiencia en el mundo, de política pública integral de promoción del comercio justo.

## El comercio justo hoy

Más de un millón de pequeños productores y trabajadores están organizados en alrededor de 3000 organizaciones de base y sus respectivas estructuras en unos 50 países del Sur. Sus productos se venden en miles de Tiendas de Comercio Justo, además de otros canales tradicionales (que explican hoy las 2/3 partes de las facturaciones de productos del comercio justo) a través de la acción de cientos de importadoras.

El Comercio Justo ha venido creciendo a tasas superiores respecto al PIB mundial, incluso ha crecido en contextos recesivos o de enlentecimiento como los que ha vivido la economía internacional en los últimos años. En 2010 las ventas mundiales fueron del entorno de los 5 mil millones de dólares. Aún así, el Comercio Justo es marginal respecto al comercio internacional convencional.



En nuestro continente los productos más demandados son de origen agrícola como el café (proveniente fundamentalmente de México, Centroamérica, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador y Perú) y las bananas (Ecuador, Centroamérica y Colombia). Los productos artesanales han sufrido un estancamiento en los últimos años, en tanto que los productos de confección textil como Justatrama en Brasil o los productos elaborados naturalmente en el área de la alimentación o cosmética son de más reciente aparición.

### **Algunos debates actuales**

Como todo movimiento que pretenda el cambio social, con el paso del tiempo se fueron generando diferencias de enfoque en algunos asuntos puntuales. Actualmente algunas de las polémicas son:

- ▭ Canales de comercialización: ¿se pueden vender productos del comercio justo en grandes superficies o se deben preservar los canales tradicionales de las Tiendas?

- Certificación: ¿basta con las características del producto o se debe seguir toda la cadena de valor?
- Certificadoras: ¿es FLO una institución confiable desde el momento que certificó productos de conocidas multinacionales? ¿certificadoras o procesos de auto certificación participativos? ¿sellos del producto o sellos de las organizaciones?
- Objetivos del movimiento: ¿vender más o generar cambios cualitativos?
- Importación desde el Norte: ¿es razonable importar productos que se elaboran con criterios de justicia en los países centrales al costo del impacto ecológico del transporte?
- Tipo de comercialización: ¿solo existe Comercio Justo en materia de comercio Norte – Sur o se debe avanzar en la lógica Sur – Sur y Norte – Norte?

La mayoría de estos debates son complejos y ameritan una lectura desde los intereses de todos los actores del movimiento para llegar a conclusiones lo más consensuadas posibles.

## Las organizaciones del Comercio Justo

Las principales organizaciones internacionales vinculadas al Comercio Justo son:

- EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo), fundada en 1987, reúne a las principales importadoras de los países europeos.
- WFTO (Organización Mundial del Comercio Justo), fundada en 1989, es la organización mundial más representativa del comercio justo al reunir a más de 300 organizaciones de 70 diferentes países de todo el mundo.
- NEWS (Red Europea de Tiendas del Mundo), fundada en 1994 reúne a 14 asociaciones nacionales de tiendas del comercio justo de Europa.

- ↪ FLO (Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo), fundada en 1997, reúne a las principales organizaciones con iniciativas de sellos de países de la OCDE. A partir de su creación define y certifica los criterios del Comercio Justo del sello “Fairtrade” y otros sellos de circulación internacional mediante FLO-CERT.
- ↪ FINE (acrónimo de las iniciales de las cuatro organizaciones anteriores), es la red que las agrupa

Mientras tanto en América Latina se han ido creando diversos ámbitos:

- ↪ RELACC (Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria), fundada en Quito en 1991.
- ↪ CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores del Comercio Justo), fundada en 1996.
- ↪ WFTO Latinoamérica, fundada en 2005, es la regional continental de la WFTO.
- ↪ MCLACJ (Mesa de Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo), creada en 2006
- ↪ RIPESS – LA (Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria), creada en 2005.
- ↪ Espacio MERCOSUR Solidario, creado en 2006
- ↪ Red Latinoamericana de Tiendas de Economía Solidaria y Comercio Justo, creada en 2008

En Uruguay, la mayoría de las organizaciones que practican el comercio justo y solidario integran la Coordinadora Nacional de Economía Solidaria. También existen algunas organizaciones afiliadas a la WFTO (caso de SES, Manos del Uruguay y CJU).

### ¿Sabías que...?

*El Día Internacional del Comercio Justo se celebra el segundo sábado de Mayo. Cada año se suman cientos de iniciativas en todo el mundo para hacer campañas de sensibilización y lobby político a favor de esta modalidad de comercio.*

### Los principios del Comercio Justo según WFTO

- > Creación de oportunidades para productores en desventaja económica.

El Comercio Justo es una estrategia para aliviar la pobreza y para el desarrollo sostenible. Su objetivo es crear oportunidades para productores que se encuentran en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional.

- > Transparencia y rendición de cuentas.

El Comercio Justo requiere una administración y relaciones comerciales transparentes, para trabajar de forma justa y respetuosa hacia los socios comerciales.

- > Desarrollo de Capacidades



**El Comercio Justo es un medio para desarrollar la independencia del productor. Las relaciones de Comercio Justo otorgan continuidad, durante la cual los productores y sus organizaciones de mercadeo pueden mejorar sus habilidades en administración y su acceso a nuevos mercados.**

> **Promoción del Comercio Justo**

Las Organizaciones de Comercio Justo generan conciencia sobre el Comercio Justo y sobre la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial. Suministran a sus clientes información sobre la organización, sus productos y en qué condiciones son fabricados. Utilizan técnicas honestas de publicidad y mercadeo y apuntan a los estándares más altos en calidad y empaquetado del producto.

> **Pago de un precio justo**

Un precio justo en el contexto local o regional, es aquel que se ha acordado a través de diálogo y participación. No solamente cubre costos de producción sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Ofrece un pago justo a los productores y toma en consideración el principio de igual paga para igual trabajo tanto de mujeres como de hombres. Quienes Comercian Justamente aseguran un pago al día con sus socios y, en lo posible, ayudan a los productores a obtener acceso a financiamiento para las fases previas al cultivo y la cosecha.

> **Equidad de Género**

Comercio Justo significa que se valora y recompensa debidamente el trabajo de la mujer. Las mujeres siempre son retribuidas por su contribución en el proceso de producción y empoderadas en sus organizaciones.

> **Condiciones de Trabajo**

El Comercio Justo también se refiere al trabajo de los productores en un entorno seguro y saludable. La participación de niños (si la hubiera) no afecta adversamente a su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales y recreativos y se adhiere a la Convención de los Derechos de la Niñez de las Naciones Unidas así como a todas las leyes y normas en su contexto local.



Tejiendovida, Andrés Rivera, Ecuador. Foto seleccionada del Concurso de Identidad Cultural.

### > **Trabajo Infantil**

Las Organizaciones de Comercio Justo respetan la Convención de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño así como las leyes locales y normas sociales para asegurar que la participación de niños (si la hubiera) en los procesos de producción de artículos comercializados justamente no afecte adversamente su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales y recreativos. Las Organizaciones que trabajan directamente con productores organizados informalmente deben hacer explícita la participación de niños en la producción.

### > **El medio ambiente**

El Comercio Justo promueve activamente mejores prácticas medioambientales y la aplicación de métodos de producción responsables.

## > Relaciones Comerciales

Las Organizaciones de Comercio Justo, comercian con una preocupación por el bienestar social, económico y medio ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a costo de ellos. Mantienen relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuye a la promoción y al crecimiento del Comercio Justo. Se contribuye a los productores con el acceso a un pago por adelantado en las fases de pre-cosecha y pre-producción.

*(Fuente: [http://www.wfto.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2&Itemid=14](http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=14))*



Responsable del Área Desarrollo Social: Gustavo Tuyaré  
Bvar. Artigas 2714 | Tel.: (598) 2486 0060 | Montevideo - Uruguay  
[economiasolidaria@kolping.org.uy](mailto:economiasolidaria@kolping.org.uy) | [institucion@kolping.org.uy](mailto:institucion@kolping.org.uy)  
[www.kolping.org.uy](http://www.kolping.org.uy) | [www.kolping.net](http://www.kolping.net) | [www.kolpinglinks.net](http://www.kolpinglinks.net)