

“Políticas públicas para el fomento de un comercio justo y solidario”

Primera fase de la investigación: los casos de Colombia, Ecuador y Brasil; Francia, Italia y España.

Junio de 2015



Introducción

A. Políticas públicas y comercio justo y solidario en América Latina: los casos de Colombia, Ecuador y Brasil

1. Nivel supranacional: Colombia, Ecuador y Brasil

2. Nivel Nacional

2.1 Colombia

2.2 Ecuador

2.3 Brasil

3. Los diferentes niveles territoriales

3.1 Colombia

3.2 Nivel de los Gobiernos Autónomos Descentralizados: Ecuador

3.3 Nivel Estatal o Municipal: Brasil

4. Actores institucionales clave

4.1 Colombia

4.2 Ecuador

4.3 Brasil

5. Bibliografía básica en comercio justo

5.1 Colombia

5.2 Ecuador

5.3 Brasil

6. Academia, comercio justo y economía solidaria

6.1 Colombia

6.2 Ecuador

6.3 Brasil

6.4 La Campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”

B. Políticas públicas y comercio justo y solidario en Europa: los casos de Francia, Italia y España

7. Nivel supranacional: el marco europeo

7.1 Introducción: el enfoque gradual de la UE hacia el comercio justo

7.1.1. Comercio

7.1.2. Desarrollo

7.1.3. Consumo y producción sostenibles

7.2 Oportunidades para promover el comercio justo a nivel de la UE

7.3 El apoyo local y regional al comercio justo en Europa

8. Nivel nacional

8.1 Francia

8.1.1. Marco jurídico nacional

8.1.2. Acuerdos internacionales

8.1.3. La Comisión Nacional del Comercio Justo (Commission Nationale du Commerce Équitable)

8.1.4. Plan de Acción Nacional de Comercio Justo

8.1.5. Comercio justo Norte-Norte

8.2 Italia

8.2.1. Legislación nacional sobre comercio justo (propuesta)

8.3 España

9. Los diferentes niveles diferentes territoriales

9.1 Francia

9.2 Italia

9.3 España

9.3.1. Marco autonómico

9.3.2. Marco local

10. Academia y bibliografía básica en comercio justo

10.1 Francia

10.2 Italia

10.3 España

Conclusiones

Introducción

La investigación social es un proceso extremadamente valioso para todas las actividades de incidencia política y ciudadana. Como actores político-sociales, solo a través de investigaciones en profundidad sobre las problemáticas que caracterizan el desarrollo sostenible y el “convivir bien” de nuestras sociedades, logramos posicionar nuestros argumentos y proponer nuestras alternativas en diferentes entornos y frente a actores de distintas naturaleza.

El movimiento por un comercio justo y solidario, en su conjunto, se conforma de una amplia variedad de actores; todos ellos contribuyen desde sus ámbitos de acción y trabajo: pequeños agricultores, trabajadores rurales y artesanos organizados democráticamente; redes continentales de organizaciones de productores; organizaciones sociales, asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales; grupos de compras solidarias y responsables, tiendas e importadoras de comercio justo; organizaciones y plataformas de comercio justo y solidario; centros de investigación y universidades; autoridades locales, provinciales y regionales; profesores, investigadores y simples ciudadanos.

En este sentido, la academia es un valioso aliado a la hora de llevar a cabo investigaciones, estudios de caso, líneas de base, encuestas, entrevistas y otras opciones metodológicas que nos permitan analizar con detenimiento los desafíos globales a los que nos enfrentamos todos. Para los actores de comercio justo, cuyas prioridades son claramente otras (especialmente las organizaciones de productores y sus redes nacionales y regionales), los procesos de investigación resultan ser tareas difícilmente abordables. Sin embargo, cotidianamente nos estamos convenidos de su gran importancia para fundamentar nuestras posiciones frente a los actores públicos, privados y de la sociedad civil, con los cuales intentamos incidir para fomentar los principios, los valores y las prácticas concretas del movimiento por un comercio justo.

Esta breve publicación intenta construir el primero paso de un camino que, ojalá, podamos construir de manera conjunta con investigadores europeos y latinoamericanos. En el año 2014, la Oficina Europea de Incidencia del Comercio Justo (Fair Trade Advocacy Office, FTAO según sus siglas en inglés) propuso empezar un proceso de investigación sobre las políticas públicas para el fomento de un comercio justo y solidario en América Latina y el Caribe y en los países de la Unión Europea.

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), aceptó el desafío y, juntos con la FTAO, empezamos a coordinar una primera fase de la investigación. Con el apoyo del Ministerio de Comercio del Ecuador, ProEcuador, la Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo (World Fair Trade Organization, WFTO, según sus siglas en inglés) y del investigador independiente Lukas Decker, se empezaron los primeros pasos desde Ecuador; país que, en la actualidad, está protagonizando unas de las propuestas gubernamentales de alternativa de y al desarrollo más atractivas del continente y del mundo. Es interesante subrayar que, en la propuesta de política pública para el fomento del comercio justo que el Ministerio de Comercio presentó a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador, se habla expresamente de “Promover internacionalmente al Ecuador como un País Justo”.

A partir del caso ecuatoriano, analizamos también el estado del arte en Colombia y en Brasil. En este último, se ha constituido recientemente el Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario, fortaleciendo así mayormente el apoyo a todas las expresiones de comercio justo dentro del

abánico más general de la Economía Solidaria. Si en los tres casos latinoamericanos (Brasil, Colombia y Ecuador) el comercio justo se considera como una de las muchas expresiones de la economía social y solidaria, en los casos europeos (España, Francia e Italia), el vínculo con la economía social y solidaria es más débil porque con los años se han desarrollado mucho más las relaciones de comercio justo, principalmente en sus canales Sur-Norte. Sin embargo, con la expansión de estas prácticas también al comercio Norte-Norte, a nivel local y nacional (como veremos en el caso francés, sobre todo a partir de la Ley de Economía Social y Solidaria de julio de 2014), y a raíz de la última crisis económico-financiera y sus peores consecuencias para la población más vulnerable, la economía social y solidaria está retomando visibilidad y protagonismo también en Europa, y el movimiento por un comercio justo está volviendo a fortalecer sus vínculos con ella. Francia se perfila como un pionero en este ámbito, pero la tendencia se está notando, aunque en menor medida, también en Italia y España; de hecho, el gobierno francés es también el único gobierno que está construyendo acuerdos internacionales con países como Ecuador, Bolivia y Brasil para el fomento de la economía social y solidaria, el intercambio de experiencias y la promoción de los intercambios comerciales justos y solidarios.

Los acuerdos y las negociaciones entre Francia y estos países nos dejan entrever algunas pistas para la construcción de una posible estrategia euro-latinoamericana de fomento de la economía solidaria y el comercio justo. Uno de los objetivos de esta primera fase de la investigación es justamente demostrar a los tomadores de decisiones, tanto de la Unión Europea como de sus miembros, que ya existen importantes avances en los países latinoamericanos.

El otro objetivo de este ejercicio es poder articularse con investigadores de los dos continentes para llevar a cabo la segunda fase de la investigación: un trabajo en profundidad que recoja estudios de caso de varios países, sobre las políticas públicas en fomento al comercio justo y solidario. Al final de esa segunda fase esperaríamos contar con un buen informe, con conclusiones y recomendaciones que puedan estimular el diálogo entre los dos continentes sobre las futuras relaciones justas y solidarias.

La quinta edición del “Fair Trade International Symposium” de los investigadores internacionales de comercio justo será el escenario ideal para presentar este primer avance y, esperemos, consolidar nuevas relaciones entre las redes de productores y organizaciones de comercio justo y las universidades. En este sentido, entre las informaciones recopiladas en los seis países, también incluimos algunas referencias a las universidades que dedican parte de su labor académico a los temas de la economía solidaria y el comercio justo o que, como en el caso español, ya forman parte de una campaña de “Universidades por el Comercio Justo”. En agosto de 2014, CLAC lanzó la campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”, convencidos de que los tomadores de decisiones se forman sobre todo en las universidades y que, por tanto, son las universidades los lugares ideales donde formular y estructuran posibles políticas públicas para el presente y del futuro del movimiento global por un comercio con justicia y solidaridad.

Como actores del movimiento estamos interesados en fortalecer nuestras capacidades también en procesos de investigación como esto y esperamos poder articular nuevas relaciones estratégicas con la academia para poder seguir incidiendo de la mejor manera.

A. Políticas públicas y comercio justo y solidario en América Latina: los casos de Colombia, Ecuador y Brasil

1. Nivel supranacional: Colombia, Ecuador y Brasil

Para el nivel supranacional podemos considerar algunos elementos en común entre los dos países andinos. *El Parlamento Andino*, el 7 de septiembre de 2001 adoptó la “**Carta Social Andina**” que contiene un capítulo (XIV) enteramente dedicado a la Economía Solidaria. Destacan los siguientes artículos: «NUMERAL 144: Promover estrategias y políticas de apoyo institucionales, económicas, crediticias e informativas a las formas asociativas de economía solidaria, para su fortalecimiento y democratización de la propiedad. [...] NUMERAL 146: Recomendar a los estados y organizaciones sociales y comunitarias, el estudio y análisis crítico-propositivo de la ley colombiana (454 de 1998) sobre la economía solidaria, con el propósito de construir el sistema regional de economía solidaria moderna y democrática».

En cuanto a la *Comunidad Andina de Naciones (CAN)* no se tiene una política o un programa regional; sin embargo, se han impulsado proyectos como el proyecto binacional “Impulsando el Desarrollo Andino a través de la Cadena Agroindustrial Asociativa de Pequeños/as Productores/as Campesinos/as del Departamento de Nariño Colombia y las Provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador”.

Relaciones con la Unión Europea: las negociaciones comerciales con la Comunidad Andina se iniciaron en 2007. Bolivia se retiró en 2008 y Ecuador en 2009; Colombia y el Perú concluyeron las negociaciones en 2010. En julio de 2014, Ecuador llegó a un acuerdo para integrarse al mismo acuerdo que tienen Colombia y Perú (“**Acuerdo Comercial entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus estados miembros, por otra**”). Este acuerdo prevé en su **Título XIII, artículo 324, inciso 2, letra c**): “[...] las Partes acuerdan prestar particular importancia a las iniciativas de cooperación dirigidas a: [...] c) promover un comercio justo y equitativo, facilitando el acceso a los beneficios del presente Acuerdo por todos los sectores productivos, en particular los más débiles”.

Francia-Ecuador: en noviembre de 2013, los dos países han firmado un **acuerdo binacional** (entre la Ministra de Inclusión Económica y Social y el Ministro de Comercio Exterior del Ecuador por un lado, y el Ministro Delegado Encargado de la Economía Social y Solidaria y del Consumo de Francia) “**Para la Cooperación en el Área de la Economía Solidaria y en Materia de Comercio Justo**” (se estudiará en detalle en la sección dedicada a Francia).

La *ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración)*, de la cual es miembro también Brasil, ha desarrollado en los últimos años varios proyectos de apoyo al comercio justo. Destacan los proyectos desarrollado con la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ): “Capacitación para la unificación del manejo de contabilidad de costos” y “Fortalecimiento institucional y desarrollo de las cadenas productivas para los productores de la CECJ”, así como el proyecto de “Capacitación y pasantías para el fortalecimiento institucional de funcionarios públicos del Ministerio de Comercio Exterior y Pro-Ecuador en generación de políticas públicas y marcas sectoriales-país”. Sin embargo, la ALADI no tiene un marco general de apoyo al comercio justo a nivel latinoamericano.

Con relación al nivel supranacional en el cual participa solamente Brasil de los tres países considerados, el *MERCOSUR*, a través del “**Instituto Social del Mercosur**”, ha puesto en marcha el proyecto “**Economía Social y Solidaria para la Integración Regional**”, «Con el objetivo de contribuir para reducción de las fuertes asimetrías sociales, económicas, productivas y comerciales entre los dos lados de las fronteras, contener el éxodo rural (en especial de los jóvenes), morigerar el contrabando y la explotación laboral mediante acciones integrales ejecutadas entre los actores locales, referentes estatales y los gobiernos nacionales en su conjunto. [...] Entre los objetivos del proyecto se encuentra la creación de Centros de Promoción de la Economía Social y Solidaria (CPESS), los cuales contarán con la infraestructura física para soporte y apoyo a la producción, comercialización y capacitación de los emprendimientos, en el área de influencia de los mismos».

Para finalizar este apartado tenemos que mencionar que algunas agencias de las Naciones Unidas han apoyado concretamente a organizaciones de pequeños productores de comercio justo en la región andina. Es el caso de la *Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC)*, que con el programa de Desarrollo Alternativo ha fomentado, en Colombia, la conversión de los cultivos de coca a cultivos de cacao, apoyando en la certificación de comercio justo Fairtrade. O el caso de FAO-Ecuador y sus proyectos de alianzas público-privadas: en particular la alianza entre el Ministerio de Industrias y Productividad, la empresa Chocoexport y la organización de comercio justo Maquita Cushunchic (MCCH) que busca generar mayor valor agregado y mejorar la producción de pequeños y medianos productores de cacao a través de su articulación con la agroindustria.

2. Nivel Nacional

2.1 Colombia

A diferencia del caso ecuatoriano, en la *Constitución Política de Colombia* no hay una explícita referencia al comercio justo; sin embargo sí a las organizaciones de la economía solidaria. Destacan los siguientes artículos: **Art. 58, inciso 3** («El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad»), **Art. 60, inciso 2** («Cuando el Estado enajene su participación en una empresa, tomará las medidas conducentes a democratizar la titularidad de sus acciones, y ofrecerá a sus trabajadores, a las organizaciones solidarias y de trabajadores, condiciones especiales para acceder a dicha propiedad accionaria. La ley reglamentará la materia»), **Art. 333, inciso 3** («La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial»).

Muy importante para todo el continente y no solamente para Colombia, fue la “*Ley 454 de 1998*”, por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones». Se conoce como Ley de Economía Solidaria. Anterior a esta ley fue el *Decreto 2536 de 1986* que creaba el Consejo Nacional de Economía Solidaria (CONES).

Posteriores: el *Decreto 1153 de 2001*, por medio del cual se reglamenta la Ley 454 de 1998 en lo relativo a la integración y funcionamiento del *Consejo Nacional de la Economía Solidaria (CONES)*,

«organismo de apoyo de la Economía Solidaria y consultivo del Gobierno en la formulación y coordinación a nivel nacional de las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos generales pertinentes al sistema de la Economía Solidaria. El Cones podrá conformar, los capítulos regionales o locales» (**Art. 1**); el *Documento 3621 de 2010 del Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes*, Departamento Nacional de Planeación), titulado “Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas”, en el cual se subraya que “Se definirán e implementarán medidas para entrenar a las instituciones técnicas nacionales y al sector empresarial en el cumplimiento de requisitos técnicos al comercio tales como etiquetado, envasado, sellos y otros procedimientos exigidos por los mercados internacionales; fortaleciendo el subsistema nacional de la calidad”; el *Documento Conpes 3629 de 2010*, titulado “Política de desarrollo empresarial para el sector de la economía solidaria”, en el cual se destaca el Punto 4, vi) «Estudiar la viabilidad de estructurar mecanismos de certificación de buenas prácticas de comercio justo enfocadas a la promoción del trabajo decente para incentivar la responsabilidad social en el ámbito empresarial por parte de los contratantes».

En el documento “*Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018*”, contiene varias referencias a la economía solidaria y a los pequeños productores. De particular interés: «Igualmente, deben desarrollarse mecanismos que acerquen a los pequeños productores a los mercados de las ciudades. Para esto, se propone la implementación de acciones específicas de inclusión de pequeños productores en los planes de abastecimiento de las ciudades y en las estrategias de compras públicas de entidades del orden nacional y territorial; la prestación de servicios para el mercadeo de los productos; y la provisión maquinaria e infraestructura para los procesos de transformación, almacenamiento y distribución de los productos de economía familiar campesina» (pp. 321-322).

2.2 Ecuador

Brasil y Ecuador son, sin duda, los dos países con los marcos legislativos más avanzados en relación con el comercio justo. Ecuador, en particular, hace explícita referencia al comercio justo desde el mismo texto constitucional hasta varios textos legislativos. La *Constitución de la República del Ecuador* dedica toda la **Sección Quinta del Capítulo Sexto** (“Trabajo y producción”) a los “Intercambios económicos y comercio justo”. Destacan los siguientes artículos: «**Art. 336.** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. **Art. 337.** El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica». Más en general, es importante reconocer la importancia que la Constitución reconoce a la Economía Solidaria y al Comercio Justo en otros artículos, entre los cuales: «**TÍTULO VI. RÉGIMEN DE DESARROLLO. Capítulo cuarto. Soberanía económica. Sección primera. Sistema económico y política económica. Art. 283.** El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores

cooperativistas, asociativos y comunitarios. [...] **TÍTULO VIII. RELACIONES INTERNACIONALES. Capítulo primero. Principios de las relaciones internacionales. Art. 416.** Las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirán cuenta sus responsables y ejecutores, y en consecuencia: [...] **12.** Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados».

La *“Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria”* (aprobada en abril de 2011) hace referencia explícita al comercio justo en su **Art. 4** sobre los principios: «Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda: a) La búsqueda del buen vivir y del bien común; b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; c) El comercio justo y consumo ético y responsable; d) La equidad de género; e) El respeto a la identidad cultural; f) La autogestión; g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes». El **Art. 137**, sobre medidas de promoción, subraya como el Estado, entre otras acciones, «d) Fomentará el comercio e intercambio justo y el consumo responsable».

El *“Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017”*, entre sus políticas y lineamientos estratégicos, subraya entre otros: **«Objetivo 2.11 c.)** “Crear y fortalecer mecanismos justos de encadenamiento productivo de la agricultura familiar campesina y medios alternativos de comercialización, promoviendo y fortaleciendo la asociatividad y la soberanía alimentaria, con principios de igualdad, equidad y solidaridad [...]”. **Objetivo 7.9:** “Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta [...] h.) Establecer y fortalecer espacios de comercialización de bienes y servicios sustentables, en particular de productos orgánicos, con pertinencia cultural y criterios de comercio justo, social y solidario, en las áreas urbanas y rurales. [...]”. **Objetivo 8.9:** “Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario [...] f.) Regular la cadena de producción en lo referente a precios y a la definición de precios de sustentación, para establecer condiciones de comercio justo y la reducción de la intermediación en la producción popular y rural. [...]”. **Objetivo 12.3:** “Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país. a. Promover negociaciones comerciales en condiciones de comercio justo y en uso de los Acuerdos Comerciales para el Desarrollo (ACD), la Cláusula de Habilitación de la OMC y demás instrumentos que permitan el cumplimiento de las políticas nacionales».

El *“Plan de Gobierno 2013-2017. 35 Propuestas para el Socialismo del Buen Vivir”*, prevé varias propuestas programáticas, entre las cuales, la «Propuesta 7. ¡La economía al servicio de los pueblos! El Ecuador impulsa nuevos modos de producir, consumir, comercializar, organizar la vida y convivir, poniendo la economía al servicio del ser humano»; entre las líneas de acción de esta propuesta destaca: «Promover un comercio justo, responsable y solidario, que priorice la complementariedad económica, comercial y productiva de carácter regional y fomente la reversión de las inequidades existentes en el comercio mundial».

En el *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones* (expedido en noviembre de 2010), se le: «Art. 4-Fines: [...] s) Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente»; «Art. 5-Rol del Estado: [...] e) La implementación de una política comercial

al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo».

En julio de 2014, el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador, presentó a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) la *“Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo”*, como propuesta de política pública nacional para el sector del comercio justo, alineada con los objetivos generales del Gobierno y que plantea como parte principal dos objetivos estructurales (1. Construir nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad; 2. Mejorar la calidad de vida de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, dando sustentabilidad a los emprendimientos de comercio justo) y cuatro ejes estratégicos (1. Fortalecimiento del marco normativo e institucional del comercio justo; 2. Fomento, promoción e incentivo del comercio justo; 3. Mejoramiento de los procesos de producción, comercialización y apertura de mercados para los productos y servicios del comercio justo; 4. Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de comercio justo, así como de la oferta de productos y servicios de comercio justo).

2.3 Brasil

El marco legislativo brasileño es muy avanzado en cuanto a economía solidaria y comercio justo. En mayo de 2003, con la *Ley n. 10.638*, se creó la *Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES)*, al interior del Ministerio del Trabajo y Empleo. La SENAES, de acuerdo con la misión del Ministerio, coordina todas las actividades de apoyo a la economía solidaria a nivel nacional. La misma ley creó el *“Consejo Nacional de Economía Solidaria (CNES)”*, órgano consultivo y para el intercambio permanente entre el gobierno y la sociedad civil en pro de la economía solidaria. Lo componen más de 50 entidades de tres sectores: gobierno, emprendimientos de economía solidaria y organizaciones no gubernamentales que fomentan la economía solidaria.

El *Decreto n. 5063/2004*, aprobó la estructuras y cargos del Ministerio del Trabajo y Empleo. En su Art. 18 se enumeran las competencias de la SENAES. Destacamos, entre otras: «1. Apoyar la definición y coordinación de las políticas de economía solidaria en el marco del Ministerio; 2. Articularse con representantes de la sociedad civil que contribuyan a determinar directrices y prioridades de la política de economía solidaria; [...] 10. Promover estudios e investigaciones que contribuyan al desarrollo e divulgación de la economía solidaria».

Como resultado del primer mapeo de emprendimientos de economía solidaria se constituyó en 2005 el *“Sistema Nacional de Informaciones sobre Economía Solidaria (SIES)”*. En 2005 se registraron 18 mil emprendimientos; en 2007, 22 mil. El segundo mapeo general se desarrolló entre 2010 y 2013; éste incluyó a las Entidades de Apoyo y Fomento a la economía solidaria, y las políticas públicas de promoción de la economía solidaria. En junio de 2006, tuvo lugar la primera *“Conferencia Nacional de Economía Solidaria (CONAES)”*, como espacio de diálogo entre el gobierno y la sociedad civil para el fomento de la economía solidaria. A finales de noviembre de 2014 se desarrolló en Brasilia la tercera Conferencia Nacional, bajo el lema “Construyendo un Plan Nacional de Economía Solidaria para promover el derecho a producir y vivir de forma asociativa y sostenible”.

El *Decreto 7358 de noviembre de 2010*, instituyó el *“Sistema Nacional del Comercio Justo y Solidario (SCJS)”*. Entre sus objetivos, enumerados en el Art. 3, destacan entre otros: «1. Fortalecer

la identidad nacional de comercio justo y solidario, a través de la difusión de su concepto, sus principios y criterios de reconocimiento de las prácticas de comercio justo y solidario e de su fomento; 2. Fomentar la práctica del precio justo para quien produce, comercializa y consume; 3. Divulgar los productos, procesos, servicios y las experiencias y organizaciones que respetan las normas do SCJS; 4. Apoyar los emprendimientos económicos solidarios, los organismos de acreditación y de evaluación de conformidad e las entidades de apoyo y fomento al comercio justo y solidario [...].».

Con la Ordenanza 1780 de noviembre de 2014, se constituyó el “Catastro de Emprendimientos Económicos Solidarios (CADSOL)”, cuyo objetivo es el reconocimiento público de dichos emprendimientos para que estos puedan tener acceso a las políticas públicas nacionales de economía solidaria y demás políticas o programas de financiamiento, comercialización, servicios, etc. «Art. 2. Para fines de esta Ordenanza, se entiende por Emprendimientos Económicos Solidarios aquellas organizaciones colectivas de carácter asociativo y supra familiar que realizan actividades económicas permanentes, cuyos participantes son trabajadores del medio urbano o rural y ejercen democráticamente la gestión de las actividades y la asignación de los resultados».

Varias de las organizaciones de comercio justo de Brasil se ven beneficiadas, además, de los diferentes programas en apoyo de la agricultura familiar. Entre estos programas se encuentran: el “Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE)” que determina el uso de, por lo menos, el 30% de los recursos del Fondo Nacional de Desarrollo de la Educación (FNDE), para alimentación escolar, en la compra de productos de la agricultura familiar; y el “Programa de Adquisición de Alimentos (PAA)”.

3. Los diferentes niveles territoriales

3.1 Colombia

A nivel municipal en Colombia destacan las ciudades de Bogotá y Medellín. El Decreto n. 315 del 15 de agosto de 2006 (Bogotá Distrito Capital), “Por el cual se adopta el Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria para Bogotá Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”. En su **Art. 2, punto 13**, se subraya: «Redes de gestión de vecindad rural y urbana: Proceso planificado que articula y presta servicios de apoyo para fortalecer la organización de productores, de transformadores y de distribuidores en un territorio de vecindad definido, lo cual permite una gestión ágil y oportuna, a partir de condiciones socioeconómicas, potencialidades y problemáticas similares, con el fin de optimizar la gestión de los actores y apalancar procesos de desarrollo. Entre las posibles opciones para el fortalecimiento de esta gestión de vecindad se encuentran la economía solidaria y la asociatividad». El Acuerdo n. 356 de 2011 (Medellín), “Por medio del cual se adopta la política pública para la economía social y solidaria en el Municipio de Medellín”. En el **Art. 1** se especifica: «OBJETO. Adoptase la política pública para la economía social y solidaria en el Municipio de Medellín, con el fin de contribuir al desarrollo empresarial incluyente de las diversas formas asociativas y solidarias de propiedad y trabajo, que producen y comercializan bienes y servicios».

3.2 Nivel de los Gobiernos Autónomos Descentralizados: Ecuador

En la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria se hace referencia a la competencia de los gobiernos autónomos descentralizados en materia de economía popular y solidaria: «**Art. 133.** Gobiernos Autónomos Descentralizados.- Los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio

concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva Ley [...]». La Ley Orgánica de Régimen Municipal, en su **Art. 14, literal 17**, establece: «Contribuir al fomento de la actividad productiva y su comercialización, a través de programas de apoyo a actividades como la artesanía, microempresarias y productoras de la pequeña industria, en coordinación con organismos nacionales, regionales, provinciales y parroquiales».

Además, hay varios ejemplos de ordenanzas provinciales o municipales que se refieren al comercio justo. Un ejemplo más concreto es el del Cantón El Guabo: "La ordenanza que reforma el reglamento orgánico funcional, que crea la unidad de economía y productividad (Uep) del gobierno municipal del cantón el guabo (5 de noviembre de 2009)", en su Art. 1 declara: «Constitúyase la Unidad de Economía y Productividad, del Gobierno Municipal del Cantón El Guabo, como un ente de nivel asesor, cuyos objetivos son los siguientes: [...] - Capacitar a los agricultores y pequeños productores, artesanos, etc. sobre las normas de calidad de los productos tanto de los ya existentes (ISO) como las que ha futuro cercano han propuesto los países importadores (GLOBALGAP). - Difundir sobre procesos de certificación. Desde la inspección inicial hasta la emisión del certificado. - Promover la búsqueda de nichos de mercado que permitan el ingreso al comercio justo (fair trade) [...]».

Otro ejemplo interesante es la constitución de la Dirección de Gestión de Economía Solidaria del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha.

3.3 Nivel Estatal o Municipal: Brasil

En Brasil hay muchos estados federales y municipios que han adoptado leyes o decretos para el fomento de la Economía Solidaria, políticas de certificación de emprendimientos económicos solidarios, sellos de economía solidaria, entre otras. Destacan, los estados de: Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahía, Piauí, Pernambuco, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal; y los municipios de: São Carlos, São José dos Pinhais, Itajaí, Londrina, Santa María, entre otros.

4. Actores institucionales clave

4.1 Colombia

La Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias es la entidad del Estado, adscrita al Ministerio del Trabajo, que tiene la tarea del fomento y el fortalecimiento de las organizaciones solidarias en Colombia (cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales, fundaciones, asociaciones, corporaciones, organismos comunales y grupos de voluntariado).

La Superintendencia de Economía Solidaria es un organismo técnico del Estado encargado de supervisar la naturaleza jurídica y la actividad de las empresas de la economía solidaria bajo nuestra competencia. Trabajamos con estándares de calidad para proteger los intereses de los asociados y de la comunidad, generar confianza y fortalecer al sector como alternativa de desarrollo social y económico de Colombia.

4.2 Ecuador

El Ministerio de Comercio Exterior (MCE) contempla entre sus nuevas atribuciones «establecer políticas de comercio justo, de comercio inclusivo y de consorcios de comercio exterior, con trato preferencial a las microempresas y actores de la economía popular y solidaria». El trabajo en comercio justo se realiza a través de la Coordinación de Políticas de Exportaciones en el MCE y

junto con PROECUADOR (Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones) y su Coordinación de Comercio Inclusivo.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), en lo que se refiere a las políticas de inclusión económica y movilidad social, y el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), a través de la Dirección de Intercambio y Mercados, por ser brazo ejecutor del MIES y por su rol facilitador en temas de intercambio y mercados vinculados a la economía social y solidaria y por su rol de fomento y promoción de la Economía Popular y Solidaria.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), a través de la Coordinación de Redes Comerciales/CIALCO (Circuitos Alternativos de Comercialización), y Agrocalidad en los temas vinculados a la producción agropecuaria. El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) que aspira «impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente».

4.3 Brasil

El “Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE”, entidad privada y sin fines de lucro que, desde 1972, promueve las capacidades y el desarrollo de los pequeños negocios y el emprendimiento. Tiene muy buenas relaciones con las organizaciones de comercio justo y la coordinadora nacional (BrFair) de Brasil.

La “Secretaría de Agricultura Familiar del Ministerio de Desarrollo Agrario” tiene como misión consolidar el conjunto de la agricultura familiar a nivel nacional y promover su desarrollo sostenible y valorización humana. Sus principios son: «actuar de manera participativa, descentralizada y articulada con los Estados, Municipios y la sociedad civil organizada». La Secretaría ha desarrollado el “Sello de Identificación de la Participación de la Agricultura Familiar – SIPAF”. Varias de las organizaciones de comercio justo de Brasil comercializan sus productos en el mercado local con el sello “Aquí Tem Agricultura Familiar”.

El “Programa Nacional de Incubadoras de Cooperativas Populares – PRONINC”, se creó en 1995; su objetivo es desarrollar la metodología de incubación de cooperativas populares e la difusión de esta tecnología entre las universidades del país que, a través de sus programas de investigación, desarrollo y extensión, apoyan concretamente a los pequeños emprendimientos cooperativos.

La “Compañía Nacional de Abastecimiento (CONAB)” es una empresa pública, vinculada al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA), que fue creada en 1990. Su objetivo es gestionar las políticas agrícolas y de abastecimiento, velando por el aseguramiento de las necesidades básicas de la sociedad y estimulando los mecanismos de mercado.

5. Bibliografía básica en comercio justo

5.1 Colombia

2014; Pierril Lacroix, Gianmarco Cheng, *Ferias y Mercados de Productores: Hacia nuevas relaciones campo-ciudad*, AVSF-CEPES (Perú). (Con referencia a la experiencia de Mercados Campesinos de Bogotá).

2013; Gonzalo Andrés Ramírez Cleves y Erli Margarita Marín Aranguren (editores), *Comercio justo, globalización y medio ambiente*, Universidad Externado (Colombia).

2013; Marco Coscione, *Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano*. Equidad & Desarrollo (20), 51-70.

2009; Alfonso Cotera, *Comercio Justo Sur-Sur. Problemas y Potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*, GRESP (Perú). (Con referencias al caso colombiano de Agrosolidaria).

2008; IICA, *El Comercio Justo como alternativa para el desarrollo equitativo: propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia*, IICA (Costa Rica).

5.2 Ecuador

2014; Rosario Jácome Mena (editora), *Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo: 2014-2017*, Ministerio de Comercio Exterior – Subsecretaría de Políticas de Comercio Exterior/Coordinación de Políticas de Exportaciones (Ecuador).

2013; *Alianzas público-privadas para el desarrollo de agronegocios – Informe de país: el Ecuador*. Estudios de casos de países – América Latina, FAO - Food and Agriculture Organization (Roma).

2012; Carmen Gangotena (editora), *Circuitos Alternativos de Comercialización: Estrategias de la agricultura familiar y campesina*, AVSF, PROBIO, Fundación Utopía Quito (Ecuador). (Basada en la investigación de Christophe Chauveau y Diana Taipe AVSF – Ecuador).

2011; *Programa del Buen Vivir en Territorios Rurales - Informe de diseño del Programa*, Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola - República del Ecuador (Ecuador).

5.3 Brasil (en portugués brasileño)

2011; Valentina Gomes Haensel Schmitt, Luis Moretto Neto, Associativismo, comércio justo e o desenvolvimento territorial sustentável: a experiência da toca tapetes, REGE Revista de Gestão, v.18, n.3.

2011; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –SEBRAE, Relatório da Pesquisa Mundial de Comércio Justo. Brasília (Brasil).

2011; José Carlos Lazaro Silva-Filho, Flavio Leandro Batista de Moura Cantalice, Fair Trade (comércio justo) como um ‘Tópico Quente’ internacional e sua abordagem no Brasil, Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, v.4, n.2.

2011; Haroldo Mendonça, COMÉRCIO JUSTO E ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL E O PAPEL DA POLÍTICA PÚBLICA NA SUA PROMOÇÃO, IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Revista “Mercado de Trabalho, n. 49.

(s.f.); Faces do Brasil, O comércio justo e solidário no Brasil, <http://www.facesdobrasil.org.br/cartilha-sncjs.html>

2007; Gilberto Carlos Cerqueira Mascarenhas, O Movimento Do Comércio Justo E Solidário No Brasil: Entre a Solidariedade e o Mercado. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO – UFRRJ, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE (CPDA). (Tesis de Doctorado).

2007; TIBURCIO, Breno Aragão and VALENTE, Ana Lucia E. F.. O comércio justo e solidário é alternativa para segmentos populacionais empobrecidos? Estudo de caso em Território Kalunga (GO). Rev. Econ. Sociol. Rural [online]. 2007, vol.45, n.2, pp. 497-519. ISSN 0103-2003.

2007; Ana Larronda Asti, Comércio Justo e o Caso do Algodão: A Cadeia Produtiva Têxtil Brasileira, UFRRJ - PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE – CPDA.

6. Academia, comercio justo y economía solidaria

6.1 Colombia

En Colombia existen varias universidades muy activas en el ámbito de la economía solidaria y el comercio justo. La Universidad Cooperativa de Colombia mantiene una “Especialización en Alta Gerencia y Economía Solidaria”, una “Maestría Virtual en Economía Solidaria para el Desarrollo Territorial” y varias “Cátedras Libres de Economía Solidaria”. Además, la universidad cuenta con un “Instituto de Economía Social y Cooperativismo – INDESCO” y con un convenio con Agrosolidaria (Confederación Colombiana de Productores y Consumidores que promueve el comercio justo entre el campo y la ciudad).

La Universidad Uniminuto de Bogotá tiene una Escuela de Economía Solidaria desde la cual se desarrollan investigaciones, proyectos y acciones que promueven la economía solidaria y el comercio justo. Cuenta con un grupo de trabajo sobre comercio justo, con un convenio con Agrosolidaria y también con la Cooperativa del Sur del Cauca (Cosurca) organización de pequeños productores de comercio justo que vende directamente el café a la universidad. La Universidad Javeriana de Bogotá cuenta con una “Especialización en Gestión de Empresas del Sector Solidario” y organiza las semanas internacionales de la Economía Social y Solidaria.

6.2 Ecuador

El Observatorio Electrónico de Economía Solidaria y Comercio Justo existe desde el 2013, facilitado por la Universidad Tecnológica Equinoccial. Es un espacio de análisis académico sobre economía solidaria y comercio justo en el país.

En diciembre 2014 se constituyó una Red Académica de Investigadores Ecuatorianos de Comercio Justo con investigadores de las siguientes universidades: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (www.flacso.org.ec), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (www.puce.edu.ec), Universidad Andina Simón Bolívar (www.uasb.edu.ec), Universidad Tecnológica Equinoccial (www.ute.edu.ec), Universidad Central del Ecuador (www.uce.edu.ec), Universidad Internacional del Ecuador (www.uide.edu.ec), Escuela Politécnica Nacional (www.epn.edu.ec), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (www.esPOCH.edu.ec).

6.3 Brasil

En Brasil existen varias universidades con programas o grupos de investigación importantes en el ámbito de la economía solidaria y el comercio justo. Entre ellas podemos mencionar: la “Unisinós - Universidade do Vale do Rio dos Sinos”, con su “Grupo de Investigación en Economía Solidaria” (<https://blogecosol.wordpress.com/>) y que apoya RILESS (Red de Investigadores Latinoamericanas de Economía Social y Solidaria; <http://riless.org/es/>). RILESS es una iniciativa conjunta de la Cátedra UNESCO Trabajo y Sociedad Solidaria, de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS (Brasil) y Maestría en Economía Social de la Universidad Nacional de General Sarmiento - UNGS (Argentina). También colaboran con el proyecto la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – FLACSO (Ecuador) y la Universidad Michoacana (México). RILESS coordina la Revista “Otra Economía” (<http://revistas.unisinós.br/index.php/otraeconomia>) donde se han publicado varios trabajos sobre comercio justo.

Además, la “Universidade Federal de São Carlos”, con su “Especialización en Gestión de la Economía Solidaria” y el “Núcleo Multidisciplinar e integrado de estudios, formación e intervención en Economía Solidaria (NuMI-EcoSol); la “Unifai - Centro Universitário Assunção”, con el programa

de “Especialización en Economía Solidaria, Filosofía y Educación”; la “UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas”, con el “Curso de Especialización en Economía Solidaria e Tecnología Social en América Latina”; la “Universidades de São Paulo”, con su “Núcleo de Economía Solidaria”.

Finalmente, en Brasil existe una importante articulación entre universidades que han puesto en marcha las llamadas “incubadoras de economía solidaria”, excelente experiencias de prácticas de extensión universitaria. Desde varios años existe, a nivel nacional, la “Red Universitaria de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (Red de ITCPs)”.

6.4 La Campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”

En América Latina y el Caribe, siguiendo el ejemplo de varias campañas similares en Europa, Norteamérica y Australia, la CLAC ha lanzado en agosto de 2014 la campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”. Sin embargo, en la campaña latinoamericana se enfoca mucho más en la parte de investigación y publicaciones, dado la importancia de la academia en todos los procesos de incidencia y construcción de políticas públicas. Los criterios de la campaña son los siguientes:

Los criterios son:

1. La universidad **aprueba una declaración institucional de apoyo al comercio justo y suscribe un convenio**, por lo menos, con uno de los siguientes actores: a) La Coordinadora Nacional de Comercio Justo miembro de CLAC; b) la correspondiente plataforma nacional de los miembros WFTO-LA; c) una Organización de Pequeños Productores (Fairtrade International, WFTO o SPP); d) otras experiencias de comercio justo, protagonizadas por organizaciones democráticas de pequeños productores del sector de la economía solidaria del país.
2. La universidad cuenta con un **grupo de trabajo sobre el comercio justo y apoya diferentes iniciativas sobre comercio justo y consumo responsable**, entre las cuales, por ejemplo, la celebración del Día Internacional del Comercio Justo (segundo sábado de mayo).
3. La universidad (o por lo menos una facultad) adopta una **nueva política de adquisiciones y suministros**, comprando directamente a organizaciones de pequeños productores (Fairtrade International, WFTO, SPP o de otras experiencias de comercio justo, protagonizadas por organizaciones democráticas de pequeños productores del sector de la economía solidaria).
4. La universidad apoya, por lo menos, **una investigación o una publicación al año** sobre economía solidaria, comercio justo y consumo responsable.
5. La universidad cuenta, por lo menos, con **un curso académico al año** en el cual se abarcan los temas de la economía solidaria, comercio justo y consumo responsable.

B. Las políticas públicas de apoyo al comercio justo y solidario en Europa: los casos de Francia, Italia y España

7. Nivel supranacional: el marco europeo

7.1 Introducción: el enfoque gradual de la UE hacia el comercio justo

Aunque durante la última década se ha tratado el comercio justo en relación con varios ámbitos de la política de la Unión Europea (UE), no hay un marco normativo común para los 28 Estados Miembros y estas políticas siguen siendo competencia nacional o regional. El enfoque de la UE hacia el comercio justo ha variado notablemente en sus instituciones y a lo largo del tiempo. Hasta ahora, el reconocimiento más importante ha venido del Parlamento Europeo (PE). En la resolución *“Comercio justo y el desarrollo”* (2006), el PE pidió un amplio apoyo al concepto de comercio justo, así como su incorporación en todas las políticas de la UE.

La respuesta de la Comisión Europea a la citada resolución no abordó la mayoría de las demandas planteadas en aquella. En su comunicación del 5 de mayo de 2009, *“Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial”*, adoptó un enfoque más laxo. Los actores del movimiento del comercio justo y solidario celebraron la referencia a la definición de comercio justo tal y como se define en la *Carta de los principios del comercio justo*, firmada por la WFTO y Fairtrade International¹. Lamentablemente, la Comisión sólo aborda el comercio justo desde una perspectiva técnica, considerándolo como un mero “sello sostenible”. Esta comunicación sigue siendo, en palabras de la Comisión, “la piedra angular de la política de la Unión Europea en programas privados vinculados a la sostenibilidad”.

Con respecto a la función de las autoridades locales y regionales, el Comité de las Regiones puso de relevo el papel de las entidades locales y regionales como “importantes actores en una política de comercio justo” en su dictamen en respuesta a la **comunicación de la Comisión de 2009**.² El Comité insistió en la necesidad de una “estrategia europea de comercio justo” para las autoridades locales y regionales, demanda que, lamentablemente, no fue acogida por la Comisión Europea. Aunque el comercio justo no se ha abordado de forma integral, al menos de forma sectorial se han producido algunos avances interesantes en las dos principales áreas políticas relacionadas con este ámbito: el comercio y el desarrollo. Las políticas específicas de comercio justo se engloban dentro del ámbito del comercio y el desarrollo sostenible de la Dirección General de Comercio.

7.1.1. Comercio

En este ámbito, ha habido propuestas concretas desde la comunicación de la Comisión del año 2009. La comunicación *“Comercio, crecimiento y desarrollo: Una política de comercio e inversión a medida para los países más necesitados”* (2012) establece la estrategia comercial de la UE hacia los países en vías de desarrollo durante la próxima década. En lo que respecta al comercio justo,

¹ http://fairtrade-advocacy.org/images/FTAO_charters_3rd_version_ES_v1.3.pdf

² Dictamen del Comité de las Regiones “Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial” [COM (2009) 215 final, 10 de febrero de 2010].

la comunicación reconoce que el comercio justo puede, entre otras cosas, constituir un método eficaz para “impulsar el crecimiento sostenible e integrador” en estos países. También se mencionan algunas formas de promocionar el desarrollo sostenible de la UE en el marco de una agenda comercial “basada en valores”: “anima[r] a los países socios a fomentar el comercio justo y ético” y “facilitar [...] las opciones de compra de comercio justo y ético por parte de las autoridades públicas en Europa, en el contexto de la próxima revisión de las directivas de contratación pública”.

Una de las propuestas más relevantes recogidas en la comunicación es la previsión de “paquete para promover el comercio de los pequeños operadores en países en desarrollo” que incluye el “apoyo a la participación de las pequeñas empresas en programas de comercio justo que garanticen [el] valor añadido a los productores, incluidos los que responden a la sostenibilidad (por ejemplo, el comercio justo, ético u orgánico), y a los criterios de origen geográfico en la cooperación al desarrollo con terceros países”. Pese a reconocer el valor añadido del comercio justo y dar algunos consejos para promoverlo, la comunicación no prevé un conjunto de acciones coordinadas para apoyar la estrategia de desarrollo económico de comercio justo, ni un plan de acción para promover el consumo del Comercio Justo por parte de los ciudadanos, empresas y autoridades públicas.

Tal como se anunció en la comunicación, la Comisión ha incluido sistemáticamente los capítulos de desarrollo sostenible en los recientes acuerdos comerciales que ha suscrito con terceros países. En esos capítulos, se hace una mención específica a la promoción del “comercio justo y equitativo” (**artículo 324** del acuerdo comercial entre la UE y Colombia y Perú (ya mencionado en la parte colombiana), y el **artículo 288** del acuerdo de asociación entre la UE y América Central. El artículo **195** del Acuerdo de Asociación Económica entre la CE y los estados del Cariforum contiene formulaciones similares). Hasta la fecha, el apoyo al comercio justo no se ha traducido en medidas concretas en favor de los pequeños productores en ninguno de los países con los que la UE ha firmado esos acuerdos comerciales.

7.1.2. Desarrollo

En lo que se refiere a la cooperación para el desarrollo, la agenda del sector privado de la Comisión Europea ha considerado el comercio justo como una de las posibles opciones en las que las empresas pueden basarse para que sus cadenas de suministro integren modelos de producción sostenibles. Por otro lado, la Comisión declara que “el comercio justo y ético” debe promocionarse en los “principios y directrices internacionales en materia de RSE mediante el diálogo político con los países socios y la cooperación al desarrollo”.³

Otro logro para el comercio justo y solidario ha sido su inclusión en el Instrumento de Cooperación al Desarrollo para el período 2014-2020, el principal instrumento de financiación de la ayuda al desarrollo en el ámbito de la UE. En concreto, el comercio justo se menciona en el programa “Bienes públicos globales y desafíos que les acompañan”⁴.

³ Comunicación de la Comisión, “Reforzar el papel del sector privado para lograr un crecimiento inclusivo y sostenible en los países en desarrollo”, [COM(2014) 263 final, 13 de mayo de 2014].

⁴ ANEXO II A, Programa de “Retos y bienes públicos mundiales”, IV. Seguridad alimentaria y nutricional, y agricultura sostenible. Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establece un Instrumento de Financiación de la Cooperación al Desarrollo para el período 2014-2020 [COM(2011)0840 - C7-0493/2011 - 2011/0406 (COD)], P7_TA-PROV(2013)0571, 11 de diciembre de 2013.

7.1.3. Consumo y producción sostenibles

En este ámbito, el Consejo de la Unión Europea ya propuso en su *“Revisión de la estrategia de la UE para un desarrollo sostenible”* de 2006 que “los Estados Miembros deberán apoyar las campañas de información junto con los minoristas y otras organizaciones a fin de promover los productos sostenibles, como por ejemplo, [...] productos de [...] comercio justo”.

Sin embargo, no se menciona el comercio justo en la última revisión de la estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible ni en el Plan de Acción de Consumo y Producción Sostenibles. El avance más notable en esta materia es la revisión de las directivas sobre contratación pública de 2014. Estas directivas suponen un gran paso adelante para la inclusión de criterios de comercio justo en las licitaciones. La anterior Directiva 2004/18 no mencionaba específicamente las consideraciones sociales en su texto, lo que dio pie a cierta ambigüedad sobre los límites de los requisitos socialmente sostenibles de las autoridades públicas. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea tuvo la ocasión de valorar la admisibilidad de criterios específicos de comercio justo en 2012⁵. Concretamente, la *Directiva 2014/24 sobre contratación pública*, estableció que los criterios de adjudicación o las condiciones de ejecución de un contrato pueden referirse “al suministro o a la utilización de productos basados en un comercio equitativo durante la ejecución del contrato que vaya a ser adjudicado”, de acuerdo con la mencionada jurisprudencia.

En resumen, a pesar de la cantidad de documentos políticos que incluyen referencias al comercio justo, no se han tomado medidas concretas para abordar de forma integral y proactiva la promoción del comercio justo a nivel europeo.

7.2 Oportunidades para promover el comercio justo a nivel de la UE

El marco de desarrollo posterior a 2015, que sustituirá los Objetivos de Desarrollo del Milenio, es la mejor herramienta para reconocer el comercio justo como una contribución fundamental a los objetivos de desarrollo sostenible y de reducción de la pobreza en todos los niveles políticos: internacional, nacional, regional y local. Además de apoyar específicamente el comercio justo a través de planes de aplicación, es aún más necesario promover los principios de comercio justo, tal y como ha recalcado el Parlamento Europeo. En su informe sobre la UE y el marco mundial para el desarrollo posterior a 2015, el Parlamento pide explícitamente “un nuevo marco global que genere un régimen de comercio más equitativo y sostenible basado en el diálogo, la transparencia y el respeto y que busque una mayor igualdad para el comercio internacional”, y presenta el comercio justo como un buen ejemplo de “asociación positiva”.

La revisión de la estrategia europea de ayuda al comercio y la próxima comunicación de la Dirección General de Comercio, que presentará la futura estrategia comercial de la Comisión, representan dos oportunidades para posicionar el comercio justo en el primer plano de las políticas de comercio sostenible de la UE⁶.

⁵ Asunto C-368/10, Comisión contra Reino de los Países Bajos, sentencia de mayo de 2012.

⁶ La “Estrategia de la UE de ayuda al comercio: Aumento del apoyo de UE para las necesidades del sector del comercio en los países en desarrollo”, de 29 octubre de 2007, ya mencionaba que se explorarían las posibilidades “de llegar a orientaciones comunitarias compartidas para los sistemas pertinentes de declaraciones de sostenibilidad, con inclusión del comercio justo, en consulta con las partes interesadas, en particular con las de cada país y con los pequeños productores”.

7.3 El apoyo local y regional al comercio justo en Europa

Existen numerosos ejemplos de promoción del comercio justo a nivel local y regional: el movimiento Ciudades por el Comercio Justo reúne, hoy por hoy, a más de 1.500 localidades solo en Europa. Esta campaña internacional, que se inició en la localidad inglesa de Garstang en 2000, se ha expandido a los cinco continentes, aunque sigue siendo mayoritaria en Europa.

La mayoría de los países comparten (con algunas diferencias) cinco criterios para ser una Ciudad por el Comercio Justo. Estos criterios son la base de un proyecto local y nacional fuerte y ayuda a involucrar a grupos y organizaciones muy diversas.

Los cinco criterios principales son:

1. Las autoridades locales aprueban una **resolución favorable al comercio justo y apoya el uso de productos de comercio justo** (como por ejemplo en reuniones, oficina y cafeterías)
2. Una **gama de productos de comercio justo** están disponibles localmente (los objetivos varían en los diferentes países).
3. **Escuelas, lugares de trabajo, y organizaciones sociales** apoyan el comercio justo y usan productos de comercio justo siempre que sea posible.
4. La **cobertura mediática y los eventos** aumentan el conocimiento y la comprensión sobre el comercio justo en la comunidad.
5. Un **grupo de trabajo local** con representación de diferentes sectores esté formado y coordinen las acciones para la consecución de los criterios en el tiempo.

Además, en algunos países se está extendiendo el concepto de “provincias y regiones por el comercio justo”. Tanto Gales como Escocia, en el Reino Unido, se han declarado naciones por el comercio justo. En Alemania, el premio a la “Capital alemana del comercio justo” ha promovido un buen número de buenas prácticas.

Aunque el reconocimiento y el apoyo al comercio justo han mejorado en toda Europa, los niveles de concienciación varían notablemente entre y dentro de los diferentes Estados miembros de la UE. Mientras que más del 50% de la población en Europa Septentrional y Occidental está familiarizada, por ejemplo, con el sello *Fairtrade*, el concepto de comercio justo es aún bastante desconocido en los países de Europa Central y Oriental, según un estudio reciente publicado por el Comité de las Regiones, “*La promoción del comercio justo de las autoridades locales y regionales*” (3/2015). Este estudio acompaña un dictamen de iniciativa sobre la “Promoción del comercio justo en Europa a escala local y regional” que está en proceso de adopción por parte del Comité de las Regiones.

8. Nivel nacional

8.1 Francia

8.1.1. Marco jurídico nacional

El marco jurídico nacional francés sobre comercio justo está compuesto principalmente de leyes y decretos. A nivel constitucional, no se hace ninguna mención directa al comercio justo y solidario. Sin embargo, la Constitución Francesa sí hace referencia al compromiso de la República Francesa con el desarrollo de terceros países, especialmente con los de la Francofonía (artículos 87 y 88). En

su *Carta del Medio Ambiente* de 2004,⁷ también se especifica que las políticas públicas tienen como objetivo promover el desarrollo sostenible y conciliar el desarrollo económico con el progreso social y la protección del medio ambiente (artículo 6). Se espera que esta carta inspire y guíe las acciones de la república a nivel nacional e internacional (artículo 10).

Además del marco constitucional general, el comercio justo se reguló por primera vez en Francia con la *Ley núm. 2005-882, de 2 de agosto de 2005*, en favor de las pequeñas y medianas empresas. Aunque se trata de una ley de carácter general, proporcionó una definición de comercio justo. En este sentido, el artículo 60 definió el comercio justo como “aquellos intercambios de bienes y servicios entre países desarrollados y productores desaventajados de los países en desarrollo que tienen como objetivo establecer una relación duradera que asegure el progreso económico y social de esos productores”. El comercio justo estaba, pues, incluido en la estrategia nacional de desarrollo sostenible. Además, la ley previó la creación de una comisión nacional de comercio justo y dio un papel especial a las organizaciones que garantizan el respeto de las condiciones de comercio justo.

La recientemente aprobada Ley de Economía Social y Solidaria (*Ley núm. 2014-856, de 31 de julio de 2014*), tiene como objetivo promover el concepto de comercio justo en Francia. Como punto importante, cabe remarcar que la ley amplía la definición de comercio justo en su artículo 94, de modo que el comercio justo ya no se limita a las relaciones Norte-Sur. En concreto este artículo 94 reconoce la posibilidad de llevar a cabo relaciones comerciales justas Norte-Norte. En última instancia, la ley también obliga a las empresas de productos y servicios de comercio justo a proporcionar información sobre la trazabilidad de sus productos y servicios. En este contexto, el comercio justo se define como “el tipo de comercio que pretende garantizar el progreso económico y social de aquellos trabajadores que se encuentren en una situación económica desfavorable, ya sea por su falta de recursos, su remuneración o sus habilidades”. El comercio justo también debe cumplir con las siguientes condiciones: (1) ser el resultado de un compromiso a largo plazo (al menos 3 años) que permita limitar el impacto de los peligros económicos; (2) el pago del comprador debe incluir la remuneración de los trabajadores, establecida según una negociación equilibrada de los costes de producción; y (3) el comprador debe proporcionar una cantidad adicional de dinero para reforzar las capacidades y la autonomía de los trabajadores y de la propia organización.

A pesar de que aún debe aprobarse un decreto del Consejo de Estado francés para definir correctamente lo que se entiende como una situación económica desfavorable, esta ley aporta una serie de mejoras significativas. Al categorizar la trazabilidad de los productos como un prerrequisito, asegura la correcta utilización del término comercio justo y sus sellos y disminuye el riesgo de usos indebidos.

8.1.2. Acuerdos internacionales

A nivel internacional, la legislación más destacada es el acuerdo bilateral de cooperación de 2013 entre Francia y Ecuador en el campo de la economía social y solidaria y el comercio justo. Este convenio define diez objetivos distintos, centrados principalmente en la certificación y etiquetaje, el intercambio de buenas prácticas, la promoción del comercio justo y los programas de formación. Estas cuatro categorías cubren todos los procesos relacionados con el comercio justo, desde la acción política a la producción. El acuerdo prevé un grupo de trabajo que supervise el

⁷ Loi constitutionnelle n° 2005-205 du 1er mars 2005 relative à la Charte de l'environnement.

programa de trabajo. Aunque el acuerdo no tiene objetivos precisos para promocionar el comercio justo, constituye un importante paso adelante y tiene por objeto fomentar el intercambio de comercio justo entre ambos países. Además, el acuerdo va más allá de las relaciones comerciales habituales para incluir el intercambio de buenas prácticas y la asistencia técnica como principales objetivos del documento. Idealmente, este acuerdo no sólo impulsará las importaciones francesas de productos de comercio justo ecuatorianos, sino que además ayudará a coordinar mejor las políticas de apoyo al comercio justo en ambos países.

Se ha firmado un acuerdo de cooperación similar con Bolivia para intercambiar buenas prácticas de economía social y solidaria, en particular finanzas solidarias, comercio justo y turismo solidario. También se están explorando las posibilidades de cooperación en este ámbito con Brasil.

8.1.3. La Comisión Nacional del Comercio Justo

Dos años después de la aprobación de la ley de 2005, el gobierno francés aprobó el *Decreto núm. 2007-986, de 15 de mayo de 2007*, en aplicación del artículo 60 de la *Ley núm. 2005-882, de 2 de agosto de 2005*, en favor de las pymes, por el que se creó la Comisión Nacional de Comercio Justo ("CNCE", en sus siglas en francés). La CNCE está compuesta de políticos responsables en ámbitos relacionados con el comercio justo, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones comerciales, organizaciones de protección de los derechos de los consumidores y otras organizaciones competentes. Más que crear un sello propio, la Comisión tiene como función principal acreditar oficialmente a las organizaciones de comercio justo y garantizar el reconocimiento y la veracidad de los certificados de estas organizaciones. A pesar de que la Ley 2014-856, de 31 de julio, no modificó la CNCE, el proyecto de ley de crecimiento, actividad e igualdad de oportunidades económicas, actualmente en trámite parlamentario, prevé suprimir la CNCE y transferir sus competencias a la Comisión Consultiva de Comercio (llamada también "Comisión 3C"). El Gobierno francés alega que la CNCE no supo cumplir con sus obligaciones y que no se ha reunido desde 2012.

8.1.4. Plan de Acción Nacional de Comercio Justo

Francia fue el primer país europeo en adoptar un plan de acción integrador sobre el comercio justo en abril de 2013⁸. Este plan de acción nacional se redactó a través de numerosas consultas con los ministerios de Desarrollo, Economía Social y Solidaria, Comercio, Artesanía y Turismo y el de Agricultura, así como con los principales actores del sector. El objetivo principal del plan de acción es aumentar considerablemente la cantidad de productos de comercio justo que se consumen a nivel doméstico, multiplicando así la cantidad de productores del sur que se benefician del consumo de comercio justo del país gallo y duplicando los puestos de trabajo del sector en Francia. Los cinco objetivos generales del plan son:

- 1) Fomentar el suministro de productos de comercio justo en el Sur;
- 2) Aumentar las ventas de productos de comercio justo en el Norte;
- 3) Fomentar la confianza de los consumidores en los sellos;
- 4) Reequilibrar las cadenas de producción a favor de los productores;
- 5) Proporcionar un apoyo institucional a los principales actores y promover los principios del comercio justo.

⁸ http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/plan_national_commerce_equitable_cle0d5449.pdf

Dentro de estas cinco líneas de acción u objetivos generales, se incluyen acciones específicas, como la creación de proyectos piloto para promover el turismo justo, el refuerzo del comercio justo en la estrategia francesa de cooperación o las iniciativas de desarrollo de capacidades en los países del Sur. Otras iniciativas se centran en campañas específicas para promover los productos de comercio justo y fomentar la concienciación –como la “Quincena del Comercio Justo”– o la promoción del comercio justo a través de la contratación pública. El resto de acciones son principalmente institucionales, como la ya mencionada reforma de la CNCE para hacerla más funcional. El plan cuenta con un presupuesto de siete millones de euros para tres años y se espera que pronto se presenten informes de seguimiento anuales.

8.1.5. Comercio justo Norte-Norte

Recientemente, la Plataforma Francesa de Comercio Justo firmó una *Carta local del comercio justo* junto con la Red de Iniciativas para una Agricultura Ciudadana y Territorial (INPACT nacional) que incluye los principios fundamentales de comercio justo que se aplican a la agricultura sostenible en Francia. La carta se basa en los siguientes tres principios:

- 1) El compromiso con una relación comercial responsable y justa;
- 2) El compromiso en favor de una agricultura sostenible y centrada en los ciudadanos;
- 3) El compromiso a favor de cambios en las prácticas comerciales.

8.2 Italia

8.2.1. Legislación nacional sobre comercio justo (propuesta)

En los últimos años, el Parlamento italiano ha hecho varios intentos de adoptar legislación sobre comercio justo y solidario. La primera propuesta se hizo en 2006. Le siguieron dos propuestas más en 2012 y 2013, con una formulación idéntica. El Parlamento italiano presentó la última propuesta de ley nacional sobre el comercio justo en octubre de 2014.⁹ Hoy por hoy, la propuesta aún se encuentra en fase de debate en el Parlamento italiano. Esta propuesta legislativa tiene distintos objetivos: el primero es el reconocimiento oficial de los operadores de comercio justo y solidario, estableciendo algunos parámetros; el segundo es la creación de un sistema único de certificación para garantizar la transparencia en los métodos de producción. La ley también aspira a fomentar y financiar iniciativas en favor del comercio justo y solidario. El apoyo del gobierno consiste en facilitar el acceso al mercado italiano para los pequeños productores de comercio justo.

El proyecto de ley establece algunas **definiciones generales** sobre el concepto de comercio justo y solidario, los productores, los productos y las organizaciones. Por otra parte, instituye un registro nacional de organizaciones reconocidas por los organismos de certificación (véase más abajo) como entidades de comercio justo. El texto prevé la creación de tres organismos reguladores:

1. Las **“autoridades” particulares**, llamadas también “entidades representativas”. Se trata de entidades sin ánimo de lucro con un carácter democrático. Estas organizaciones controlan que las organizaciones de comercio justo cumplan con las normas establecidas por la legislación nacional. Además, tienen una responsabilidad cautelar y la capacidad de suspender (e incluso anular) la inscripción de organizaciones de comercio justo en el registro nacional.
2. Los **organismos de certificación de comercio justo y solidario**. Se trata de instituciones de derecho privado y sin ánimos de lucro autorizadas por la comisión nacional (ver más

⁹ http://www.camera.it/_dati/leg17/lavori/stampati/pdf/17pdI0027590.pdf

abajo). Certifican el origen de comercio justo de los productos (diferentes de los que venden las organizaciones reconocidas de comercio justo).

3. **Una comisión nacional** (bajo la supervisión del Ministerio de Desarrollo Económico). Esta comisión tiene competencias para vigilar, tomar decisiones y gestionar el registro nacional de comercio justo, así como para acreditar las organizaciones en el sistema nacional de comercio justo y solidario.

El proyecto de ley promueve el comercio justo de cuatro maneras diferentes:

1. Apoyando las iniciativas de sensibilización y los programas educativos en las escuelas;
2. Concediendo subvenciones a los actores de comercio justo;
3. Promoviendo el consumo público de productos de comercio justo (los organismos públicos pueden dar preferencia a los productos de comercio justo, con la posibilidad de que se les reembolsen parcialmente los costes adicionales);
4. Mediante la participación de los actores de comercio justo en la organización del día nacional del comercio justo.

Por otra parte, además de otras ventajas, el proyecto de ley prevé una serie de ventajas fiscales para el sector del comercio justo. En la actualidad, no existe una definición oficial de comercio justo y se toma como principal referencia la carta de AGICES, la Asamblea General Italiana de Comercio Justo y Solidario. Esta carta no es un acto legislativo, sino una simple declaración firmada por la asociación de los principales actores. Finalmente, el código nacional sobre contratación pública y su reglamentación no hacen ninguna mención a criterios de comercio justo.

8.3 España

En España no existe un marco jurídico nacional, sin embargo, sí encontramos algunas disposiciones donde se recoge específicamente el comercio justo. A nivel estatal, este apoyo jurídico se traduce en varias Proposiciones No de Ley y en la normativa y legislación referentes a la Cooperación Internacional y el Desarrollo. Además, se ha incluido el comercio justo en programas del ámbito de la sostenibilidad y de la contratación pública. En lo que respecta al nivel autonómico, son varias las comunidades que lo reconocen en sus Leyes de Cooperación, en Proposiciones No de Ley y en Resoluciones de sus Parlamentos autonómicos. Además, son muchos los ayuntamientos que se posicionan a favor dictando mociones o declaraciones institucionales en las que apoyan el comercio justo.

La *Proposición No de Ley del Congreso de los Diputados en apoyo al Comercio Justo (28/09/2012)*, fue presentada por el Grupo Parlamentario Mixto (ER), y aprobada con modificaciones el 28 de Septiembre de 2012 por la Comisión de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Congreso de los Diputados. En ella se instaba al Gobierno a “(...) estudiar y proponer medidas de fomento del comercio justo y el consumo responsable; (...) tanto en el sector público como en el privado, desarrollo de propuestas sobre contratación pública, comercio justo y compra ética, campañas de educación a la ciudadanía y a las empresas privadas (...)”.

Aunque de manera más parcial, se encuentran referencias al Comercio Justo en varias propuestas legislativas y proposiciones no de ley.

En el ámbito de la contratación pública, la *Proposición no de ley para la incorporación de cláusulas sociales y ambientales en las contrataciones públicas (23/06/2009)*, aprobada el 23 de junio de 2009 por el Congreso de los Diputados, solicita al Gobierno que impulse una gestión socialmente

responsable de las Administraciones Públicas mediante actuaciones que favorezcan la incorporación de cláusulas sociales y ambientales en las contrataciones públicas, al amparo de la Ley de Contratos del Sector Público (Ley 30/2007).

La *Ley 30/2007, de 30 de Octubre, de Contratos del Sector Público*, implica un gran avance en cuanto a la integración de criterios éticos, sociales y medioambientales en la compra pública, tal y como refleja la Exposición de motivos de la Ley, en su título IV. Además, aparece por primera vez el concepto de comercio justo para los contratos administrativos (artículo 102 de la Ley), lo que denota el objetivo del gobierno español y su Congreso de favorecer a través de los procesos de contratación pública la adquisición de productos de comercio justo. Aparece en último lugar, una mención específica en la Disposición adicional sexta, que señala la preferencia en la adjudicación de los contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de Comercio.

A día de hoy está proceso de adopción una nueva Ley de Contratos del Sector Público. El anteproyecto de dicha Ley se encuentra aún pendiente de tramitación y presenta algunas novedades importantes en materia de comercio justo. En el mismo se establece que, tras la aplicación de los criterios de adjudicación del contrato, los órganos de contratación podrán establecer en los pliegos de cláusulas administrativas particulares criterios de desempate. Entre dichos criterios, se encuentra la preferencia por aquellos contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de comercio justo, siempre que las propuestas alternativas igualen en sus términos a las más ventajosas.

En el *Plan Director 2005-2008* de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo -AECID- el Gobierno estableció como uno de sus objetivos estratégicos y criterios de intervención la promoción del comercio justo, y lo hizo mediante la educación para el desarrollo y la sensibilización de la sociedad española. Además, entre sus prioridades sectoriales está el apoyo a las organizaciones de pequeños productores de comercio justo del Sur. Asimismo, ha continuado con su respaldo al movimiento del comercio justo y el consumo responsable el *Plan Director de la Cooperación Española 2009- 2012*. La *ley 23/1998 de Cooperación Internacional para el Desarrollo* contempla el apoyo a las iniciativas de comercio justo por primera vez en una ley estatal de estas características, cuando se refiere en su artículo 13 a la educación para el desarrollo y a la sensibilización social.

9. Los diferentes niveles diferentes territoriales

9.1 Francia

En Francia, las autoridades locales tienen la competencia para firmar acuerdos con sus homólogos en el extranjero, siempre que estos acuerdos estén en la línea de la política del gobierno central. En la práctica, el sistema francés ofrece un modelo fuerte y descentralizado de cooperación para el desarrollo. Hay muchos ejemplos de ciudades y regiones francesas que han apostado por una cooperación descentralizada basada en los principios del comercio justo: algunos ejemplos se basan en el apoyo a la estructuración de las cadenas de producción –mediante la formación de los productores, la mejora de la producción y la transformación de métodos, la diversificación de los

productos y el fortalecimiento de estructura de las cooperativas—, mientras que otros se centran en la promoción del comercio justo.¹⁰

La campaña “**Territoires de commerce équitable**”¹¹ que forma parte de la campaña internacional « Ciudades por el Comercio Justo » cuenta en Francia con 40 comunidades a las que se les ha otorgado el título. Entre ellos destacan los consejos regionales de los Países del Loira, Aquitania, Ródano-Alpes, Isla de Francia y Norte-Paso de Calais. Países del Loira por ejemplo celebra desde hace cuatro años unos encuentros anuales de los actores del comercio justo en la región.

9.2 Italia

Ante la falta de legislación nacional sobre comercio justo, algunas regiones han legislado sobre el tema. De las 20 regiones italianas, 13 han aprobado una ley sobre el comercio justo y solidario. Las pioneras fueron Toscana (*Ley Regional 24/2005*) y Friul-Venecia Julia (*Ley Regional 29/2005*). Cada ley regional tiene sus propias características, aunque es posible encontrar algunos rasgos en común.

En cuanto a las **motivaciones para adoptar legislación en esta materia**, Toscana, Umbría, los Abruzos (*Ley Regional 7/2006 y 116/2007*), Apulia (*Ley Regional 32/2014*) y las Marcas (*Ley Regional 8/2008*) apoyan el comercio justo porque lo consideran pertinente para el intercambio entre culturas diferentes, para el apoyo del crecimiento económico y social de los países en desarrollo y para el respeto de los derechos humanos. Las motivaciones de Liguria (*Ley Regional 32/2007*) y Emilia Romagna (*Ley Regional 110/2009*) son la promoción de los valores de la justicia social y económica; además del desarrollo de un modelo de producción sostenible basado en la cooperación y el respeto a las personas y al medio ambiente. La legislación de Piamonte (*Ley Regional 26/2009*) apoya el comercio justo para facilitar los vínculos comerciales con pequeños productores del Sur, dignificarlos y promover su crecimiento económico y social. La legislación de comercio justo y solidario del Véneto (*Ley Regional 6/2010*) está motivada por el reconocimiento del valor social y cultural del comercio justo como una forma de colaboración que pretende establecer relaciones comerciales con pequeños productores y valorar su producción local y ecológica.

En el caso de Julia, Lazio (*Ley Regional 20/2009*) y Trentino (*Ley Provincial 13/2010*), sus motivaciones generales se basan en valores de justicia. En su legislación, se da apoyo al comercio justo junto a otros valores como la producción “ecológica”, la “economía alternativa”, la “economía solidaria” y la “responsabilidad social empresarial”. Además del comercio justo y solidario, las leyes mencionadas también tienen en cuenta temas como las finanzas éticas, el consumo crítico, la agricultura ecológica y el turismo responsable.

En lo que respecta a la definición de **comercio justo y solidario**, se pueden observar algunas similitudes entre las adoptadas por Liguria, las Marcas, Emilia Romagna, Piamonte, Lazio, Apulia y el Véneto. Todas ellas proporcionan una amplia definición de comercio justo que, a pesar de algunas diferencias, contiene principios del comercio justo similares, como el pago de un precio justo y el respeto de los trabajadores y de los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la transparencia y así sucesivamente. Por el contrario, la Toscana, Julia, los Abruzos y Umbría han adoptado un enfoque completamente diferente. Todas estas regiones han adoptado una breve

¹⁰ Agencia Francesa para el Desarrollo y Plataforma Francesa para el Comercio Justo, “Collectivités territoriales et commerce équitable”, 2008

¹¹ <http://www.territoires-ce.fr/s/>

definición de comercio justo basada en distintos criterios: la legislación de la Toscana define el comercio justo como un comportamiento del consumidor; la del Friul sólo reconoce el comercio justo si los productos de comercio justo provienen de países en desarrollo, basándose en la Resolución del Parlamento Europeo de 19 de enero de 1994; la de los Abruzzos sólo reconoce el comercio justo si los comerciantes cumplen con los estándares de AGICES; y por último, según la legislación de Umbría, el comercio justo es una alternativa al comercio convencional basada en la justicia y los valores sociales.

Otro punto importante que incluyen las legislaciones regionales es la **definición e identificación de los productos de comercio justo**. Particularmente, Trentino, el Véneto, Emilia Romagna, las Marcas, Liguria, Piamonte, Apulia y Lazio definen los productos de comercio justo como aquellos que venden las organizaciones de comercio justo reconocidas de acuerdo con las normas internacionales o nacionales (como por ejemplo AGICES) o las que dispongan del sello de comercio justo (como por ejemplo Fairtrade International); mientras que la legislación de los Abruzzos, la Toscana y Umbría remiten a un reglamento regional de aplicación específico para la definición de los productos de comercio justo. Por último, Friul-Venecia Julia define los productos de comercio justo según lo establecido en la Resolución del Parlamento Europeo de 19 de enero de 1994.

En lo que se refiere a la definición de las **organizaciones de comercio justo**, cada región presenta un nivel diferente de precisión. Las definiciones menos precisas son las de Lazio y Trentino, que establecen que los actores de comercio justo deben actuar según lo dispuesto por AGICES (o según las normas internacionales de comercio justo). Por otro lado, las leyes de los Abruzzos y la Toscana definen las organizaciones de comercio justo como aquellas que están inscritas en un registro público regional y en la línea de lo establecido por AGICES (o por las normas internacionales de comercio justo). En cuanto a las Marcas, su legislación sólo prevé tres criterios para definir las organizaciones de comercio justo: tienen que ser organizaciones sin ánimo de lucro, de naturaleza colectiva, y organizadas democráticamente. Todas las demás regiones en la misma línea solicitan a las organizaciones que dispongan de todos esos criterios al mismo tiempo para poder ser reconocidas como organizaciones de comercio justo. La única legislación que no exige a las organizaciones de comercio justo que adopten la naturaleza jurídica de una empresa es la de Friul-Venecia Julia. En las leyes del Véneto, Lazio, Trentino, la Toscana, Julia, los Abruzzos y Umbría también se pueden encontrar compromisos en el ámbito de la contratación pública. Estas leyes mencionan de forma explícita que **se dará preferencia en las licitaciones a los productos de comercio justo**. Todas las demás regiones sólo contemplan el uso de productos de comercio justo por parte de las entidades públicas.

Con el fin de promocionar el comercio justo, todas las regiones, excepto Friul-Venecia Julia, organizan un día regional del comercio justo. Casi todas las leyes contemplan actividades de sensibilización y distintos tipos de subvenciones. Sólo la legislación de Umbría presenta la peculiaridad de enmarcar las disposiciones y compromisos relativos al comercio justo en el ámbito de las iniciativas de cooperación internacional. Por último, las siguientes regiones contemplan medidas de **apoyo financiero**: Umbría, Liguria, las Marcas, Emilia Romagna, Piamonte, Lazio, Apulia, el Véneto y Trentino.

El caso de Lombardía

Lombardía ha sido la última región en adoptar legislación sobre comercio justo (21 de abril de 2015). A pesar de que el texto final aún no está disponible, la ley contempla cuestiones novedosas respecto a las demás leyes regionales, como por ejemplo el comercio justo Norte-Norte, que es

una novedad respecto al enfoque de las otras regiones. De hecho, la ley tiene por objeto proteger y apoyar no sólo los productos procedentes de los países del Sur, sino también los circuitos cortos de suministro en Lombardía. Este avance resulta especialmente relevante si se tiene en cuenta que la región de Lombardía cuenta con la mayor concentración de tiendas de comercio justo y con el mayor volumen de ventas de comercio justo en Italia.

9.3 España

9.3.1. Marco autonómico

En España, las referencias al comercio justo a nivel autonómico son limitadas, y no se llega a crear un marco jurídico específico que lo regule como tal; sin embargo, algunas comunidades autónomas incluyen el comercio justo dentro de su legislación o de sus políticas de desarrollo.

Han sido adoptadas Proposiciones No de Ley sobre el fomento del comercio justo y solidario por el Parlamento del País Vasco (12 Junio de 1995), por la Asamblea de Madrid (19 de Junio de 1996), por el Parlamento de Cataluña (20 de Diciembre de 1996), por el Parlamento de Andalucía (30 de Mayo de 2005) y por el Gobierno de las Islas Baleares (Abril de 2009). Además, el Parlamento Navarro adoptó una Resolución, del 16 de Marzo de 2006, sobre el fomento del comercio justo y el consumo responsable. Las comunidades que incluyen el comercio justo en sus políticas de Desarrollo son: la Junta de Extremadura (27 de Febrero de 2003), la Junta de Castilla y León (10 de Octubre de 2006), y el Gobierno Vasco (22 de Febrero de 2007). Aparecen referencias de apoyo al comercio justo en los Planes Anuales de Cooperación de la Generalitat Valenciana (2007) y la Generalitat de Cataluña (2007). Y también en la Carta de Justicia y Solidaridad con los países empobrecidos del Parlamento Vasco (2007).

9.3.2. Marco local

Son muchos los Ayuntamientos españoles que han mostrado su compromiso político dictando Declaraciones Institucionales o mociones en favor del comercio justo, entre otros: Barcelona, Badalona, Zaragoza, Albacete, Córdoba, Laredo, Espejo, Madrid, San Sebastián de los Reyes, Vitoria, Granada, Sevilla, Málaga, Fuenlabrada, León, Huelva, Torrelavega, Leganés, Las Palmas de Gran Canaria, Puerto Real, Hellín, Puçol, Mahón, Rivas, Comillas. Muchos de estos ayuntamientos han conseguido declararse, además, como **“Ciudades por el Comercio Justo”**. Las ciudades españolas que gozan de esta distinción son: Córdoba, Bilbao, Espejo (Andalucía), Getxo (Euskadi), Laredo (Cantabria), Legazpi (Euskadi), León, Madrid. Málaga, Orihuela (Valencia), Puerto Real (Andalucía) y Torrelavega (Cantabria)¹².

10. Academia y bibliografía básica en comercio justo

10.1 Francia

La **red “Fairness”** aglutina a investigadores y universitarios francófonos (procedentes de Francia, Bélgica, Canadá y Suiza) que trabajan en su mayoría sobre el comercio justo y los intercambios solidarios y alternativos. Esta organización, junto con Fairness Reino Unido, organiza conferencias (la más relevante es el Simposio), patrocinio de publicaciones, y el fomento de la colaboración entre académicos. Fairness forma parte de la Plataforma Francesa por el Comercio Justo (Plateforme Française pour le Commerce Équitable, según sus siglas en francés). Esta plataforma

¹² <http://www.ciudadjusta.org/>

organiza cada año la universidad de verano del comercio justo. Destacan las siguientes obras sobre el comercio justo en Francia:

2014; Jérôme Ballet, Aurélie Carimentrand, «Commerce équitable et éthique: pour une défense des filières labellisées», Mondes en développement, N°168.

2014; Thierry Brugvin, «Comment concilier commerce équitable et relocalisation sélective?» Les Possibles, No. 04.

2010; Gaëlle Balineau, «Le commerce équitable: un outil de développement?», Humanities and Social Sciences; Université d'Auvergne - Clermont-Ferrand I.

(2007); Valérie Diaz Pedregal, *Le commerce équitable dans la France contemporaine. Idéologies et pratiques*; Paris: L'Harmattan (collection Logiques Sociales).

10.2 Italia

Entre los centros universitarios que desarrollan investigaciones también sobre comercio justo y solidario hay que mencionar: “**AICCON** - Associazione Italiana per la Promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit”, centro de estudios promovido por la Universidad de Boloña, la Alianza de Cooperativas Italianas y otras entidades públicas y privadas del ámbito de la Economía Social (<http://www.aicon.it/>). Su sede se encuentra en la Escuela de Economía, Management y Estadística de Forlì – Universidad de Boloña. “**ECONOMETICA** – Centro interuniversitario per l’etica económica e la responsabilità sociale di impresa”, promovido por seis universidades (Bicocca y Bocconi de Milán, Universidad de Trento, Siena, Boloña y Verona) y con muchas otras universidades asociadas (<http://www.econometrica.it/>). Algunas publicaciones relevantes sobre comercio justo y solidario en Italia:

2010; Leonardo Becchetti y Marco Costantino, “*Fair Trade in Italy: Too Much ‘Movement’ in the Shop?*”, *Journal of Business Ethics*, 92:181-203.

2006; Gian Paolo Barbetta, “*Il comercio equo e solidale in Italia*”, Working Paper n. 3, Università Cattolica del Sacro Cuore, Centro di Ricerche sulla Cooperazione.

2006; Antonella Sciarrone Alibrandi (coord.), “*Quali norme per il comercio equo e solidale*”, Working Paper n. 4, Università Cattolica del Sacro Cuore, Centro di Ricerche sulla Cooperazione.

10.3 España

Cabe destacar la campaña “**Universidades por el Comercio Justo**” cuya coordinación a nivel estatal corre a cargo de la organización de comercio justo IDEAS, con el respaldo de la Comisión Europea y de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo). En el 2003 se entregó por primera vez este status a la Universidad de Oxford, y hasta el 2009 ya tenían esta distinción más de 75 universidades. Las Universidades españolas que han conseguido esta distinción son: Alcalá, Cantabria, Córdoba, Jaén, Jaime I (Castellón), Málaga, Politécnico de Valencia y Universidad de Valencia. Destacan las siguientes publicaciones en España:

2014; María Gabriela Parodi, Consumo justo y compromiso político: ¿qué relación?; Estudios Rurales, Vol. 1, N° 6.

2014; Olga Navarro-Flores, Corinne Gendron, Arturo Palma Torres, Véronique Bisaillon, Comercio justo: hacia nuevas formas de gobierno en el intercambio global; Txalaparta, 1ª edición.

2014; Joaquín Calvo Sánchez, Aurelio Villa Pérez, José Luis Angel Vega, Tipología de consumidores de productos de comercio justo y variables que inciden en su compra; Revista española de estudios agrosociales y pesqueros, N° 237, 117-154.

2013; Ana Belén Casares Marcos; Vías instauradas por el legislador español para garantizar la incorporación del comercio justo a los contratos públicos; Contratación administrativa práctica: revista de la contratación administrativa y de los contratistas, N°. 124, 58-77.

2006; Esther Vivas y Xavier Montagut (coords.), ¿Adónde va el comercio justo?, Icaria.

Conclusiones

Esta primera fase de un proceso de investigación más amplio ha puesto en evidencia la necesidad de seguir profundizando los estudios sobre el comercio justo y solidario tanto en América Latina como en Europa. Además, la necesidad de vincular más la investigación con la construcción de políticas públicas que apoyen el desarrollo endógeno de los pequeños productores y artesanos de comercio justo.

Además, a través de estos seis ejemplos, tanto del “viejo” como del “nuevo” continente, se pone en evidencia algo muy importante: en los casos latinoamericanos encontramos políticas públicas tanto a nivel nacional como local, con un fuerte énfasis en la economía social y solidaria, donde el comercio justo y solidario es una de las distintas expresiones de ese amplio abanico; en los países europeos (con la excepción de Francia que ya cuenta con una Ley Economía Social y Solidaria) el enfoque se dirige más directamente al comercio justo y solidario.

Los casos latinoamericanos presentan diferentes políticas públicas a nivel estatal, mientras que en Europa el enfoque es más supranacional y local. Además, en varios países de la Unión Europea existe un alto grado de descentralización de las competencias locales y regionales; ello permite que las entidades locales tengan más autonomía para establecer relaciones con sus contrapartes en países terceros. Esta “diplomacia local” se traduce también en políticas de cooperación al desarrollo y, en el caso del comercio justo, de apoyo a la producción y comercialización. Sin embargo, éstas pueden combinarse fácilmente con el fomento del consumo de productos éticos a nivel público (como se vio, existe una legislación sobre contratación pública a nivel europeo que facilita esta opción), institucional y también privado. Entre los casos analizados, la descentralización es también evidente en el caso brasileño, donde abundan las leyes estatales y municipales de fomento a la economía solidaria.

Si para Europa un reto podría ser un involucramiento mayor del nivel nacional, a pesar de todas las limitaciones que las instituciones comunitarias imponen a sus Estados miembros (en material comercial por ejemplo), para América Latina podría ser una mayor determinación de las autoridades locales en el apoyo a las prácticas de comercio justo y solidario. Si para Europa otros retos podrían ser entender claramente el comercio justo como parte inseparable de la economía social y solidaria, y fomentar políticas diferenciadas tanto en las relaciones comerciales internacionales como en las economías locales, para el continente latinoamericano podrían ser construir claras políticas de fomento al consumo solidario y sostenible, así como trabajar los conceptos y prácticas de la economía solidaria y el comercio justo en todos los procesos de integración regional presentes en el continente.

Ambos continentes comparte un desafío: el comercio justo no es solamente sur-norte. Si las autoridades latinoamericanas deben desvincular el comercio justo de la sola exportación, las autoridades europeas deben desvincularlo de la sola importación, aunque sea en condiciones más justas. Las autoridades políticas en Europa siguen viendo el comercio justo sobre todo como una manera de concienciar a la población europea sobre los desequilibrios en el sistema productivo y comercial global y, por tanto, de sensibilizar sobre la necesidad de un consumo más ético como respuesta desde la ciudadanía organizada. Sin embargo, para el caso europeo, aún no se hacen tan evidentes los desequilibrios comerciales existentes en el mismo continente.

Además, debido a la creciente concienciación sobre los modos de producción ecológicos en Europa, se percibe a veces una tensión entre la agricultura de proximidad y ecológica, y el consumo de productos importados de comercio justo. Una forma de reconciliar ambas posturas es el fomento de la economía social y solidaria también en Europa, de tal manera que el consumidor europeo pueda percibir el enfoque sur-norte como complementario al consumo de productos ecológicos y éticos locales (enfoque de comercio justo local o norte-norte). La complementariedad será más evidente al analizar qué tipos de productos llegan a Europa a través de los canales del comercio justo Sur-Norte y cuáles otros podrían ser los protagonistas de los mercados locales.

En varios aspectos, las relaciones euro-latinoamericanas podrían fomentar el desarrollo de nuevas políticas públicas en apoyo al comercio justo y solidario. Por ejemplo, las autoridades locales europeas, que forman parte de la campaña “Ciudades por el Comercio Justo”, podrían introducir una dimensión internacional en las actividades de fomento al comercio justo, estableciendo lazos directos con las organizaciones de pequeños productores y artesanos, y las autoridades locales en América Latina. Lazos parecidos se podrían construir entre las diferentes campañas de “Universidades por el Comercio Justo”, ya existentes en Europa, y la actual campaña latinoamericana. A través de estas últimas relaciones, el rol de la academia en el movimiento por un comercio justo será aún más evidente.

Por otro lado, es necesario que las instituciones públicas latinoamericanas empiecen a ver el comercio justo como un modelo de producción, comercialización y consumo alternativo y sostenible, y no como una vía de exportación de productos de calidad. Sin embargo, la demanda interna solo se creará cuando haya un grado de concienciación suficiente en las mismas sociedades latinoamericanas. Para conseguirlo, el apoyo gubernamental es fundamental, pero debe ir acompañado de un profundo proceso de sensibilización de los ciudadanos y la sociedad civil organizada, en torno a los principios y valores del comercio justo. Las experiencias de ambos continentes pueden ser muy útiles en este sentido. El acuerdo que Francia suscribió con Ecuador, representa un elemento muy interesante a considerar para todos los países.

En definitiva, los casos analizados ponen de manifiesto la necesidad de seguir explorando los vínculos entre comercio justo y economía social y solidaria tanto en Europa como en América Latina y el Caribe; los vínculos entre los movimientos sociales, la academia y las políticas públicas en fomento del comercio justo y el consumo responsable; y, además, la pertinencia de profundizar en políticas supranacionales, nacionales y territoriales que promuevan tanto las relaciones comerciales justas y solidarias entre los dos continentes (comercio justo sur-norte), como a nivel europeo y latinoamericano (norte-norte y sur-sur) y en cada uno de los países de los dos continentes (comercio justo nacional y local).

La sistematización de los contenidos relativos a los tres países latinoamericanos ha sido llevada a cabo por **la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)**. Los contenidos sobre el Ecuador han sido elaborados por parte de Lukas Decker con el apoyo de FLACSO-Ecuador; sobre Colombia y Brasil por parte de Marco Coscione.

La sistematización de los contenidos relativos a los tres países europeos ha sido llevada a cabo por Elba Estrada de la **Oficina Europea de Incidencia del Comercio Justo (FTAO, según sus siglas en inglés)**. Los contenidos sobre Francia han sido elaborados por parte de Ferran Gaspar, los de España por parte de Ana Fernández, ambos investigadores independientes.

Agradecimientos

Lorena Muñoz del Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador, Darío Cepedas y Raúl Farías de ProEcuador

Augusto Estrella y Zulma Brítez de la Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, según sus siglas en inglés)

Lukas Decker, investigador independiente

Ferran Gaspar, investigador independiente

Ana Fernández, investigadora independiente

Traducción inglés y español (parte europea) Gerard Bros

Revisión lingüística Karen Trevayne (lengua inglesa)

Datos de contacto

Marco Coscione - Coordinador de Gestión de Recursos e Incidencia, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)

marco.c@claconline.com

www.clac-comerciojusto.org

Sergi Corbalán - Director, Fair Trade Advocacy Office (FTAO)

corbalan@fairtrade-advocacy.org

www.fairtrade-advocacy.org