

Apunte del Docente
Modulo: Comercio Justo

Docente: Gerardo Wijnant San Martín

Introducción:

El Comercio Justo (o “Fair Trade”) es hoy una forma de enfrentar las relaciones comerciales en las que priman consideraciones de respeto, diálogo y transparencia en toda la cadena de producción hasta llegar al consumidor y representa, también, compromisos de largo plazo, en que los grupos de productores, generalmente más pequeños o vulnerables, son reconocidos y se les asegura una vida más digna gracias a que el consumidor puede reconocer, nítidamente, cuál es el resultado de su decisión de compra y si ésta, contribuye a un mejor desarrollo humano en que se respeten condiciones laborales, sociales y medioambientales adecuadas y responsables.

Este apunte pretende dar a conocer e identificar qué es el Comercio Justo, su definición, objetivos, los principios que lo orientan, los estándares y tipos de indicadores genéricos. Entender los tipos de certificaciones, sistemas de garantía, acreditaciones y Sellos existentes y en que situaciones aplican. Presentar el marco conceptual y de contexto que alcanza el Comercio Justo en la actualidad, como herramienta para el logro de un Desarrollo Sostenible. A partir de lo anterior, conocer la situación actual del Comercio Justo en Chile y el Mundo; Analizar casos relevantes de Comercio Justo y su impacto. Finalmente, visualizar y discutir los desafíos y oportunidades para el desarrollo del Comercio Justo en Chile y los ámbitos de acción (sectores sociales e institucionales) y el trabajo necesario para dar impulso a su desarrollo.

La idea de este apunte, es poder pensar, colaborativamente, como perfeccionar y ampliar el impacto de este tipo de Comercio y reconocer sus beneficios y ventajas y también algo de sus dificultades y contradicciones ¹

Unidad 1.

1 ¿Qué es el Comercio Justo?

1.1 Orígenes y su Evolución:

En este punto no pretendemos desarrollar un acabado análisis histórico, sino mostrar algunos hitos relevantes en el desarrollo y crecimiento del Comercio Justo en el Mundo.

Existen diferentes versiones relativas al origen y el momento preciso en que este tipo de comercio surge y su significado y alcance inicial. Primero debemos decir que, inicialmente, lo que hoy conocemos como comercio justo fue denominado como “comercio alternativo” y representaba la idea de lograr un mayor acercamiento del productor al consumidor, de manera que los frutos del trabajo y esfuerzo en la producción, fuesen adecuadamente recompensados, en especial en los países en desarrollo, fuente de origen de numerosas materias primas.²

En general es más aceptado reconocer que el comercio justo nace en el seno de grupos de misioneros cristianos de distinta denominación, trabajando luego de la Segunda Guerra

¹ Barrat Brown Michael, Comercio justo, comercio injusto. Hacia una nueva cooperación internacional, Ed, Icaria, Col. Mas mader, Barcelona 1999

² http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=10&Itemid=17

Mundial, con los millones de refugiados y desplazados que dejó esa conflagración. Se piensa que comienza, entonces, desde Estados Unidos, en los años 40. Se asume a Edna Ruth Byler, como la primera «Fair Trader» En 1940, Edna era una voluntaria Menonita (denominación cristiana protestante) en Puerto Rico. Ella conoció mujeres que vivían en situación de pobreza y producían ropa de calidad y se conmovió con su precaria situación. Al mismo tiempo se dio cuenta que ropa similar era vendida en Estados Unidos a precios que sobrepasaban por muchas veces lo que estas mujeres pedían por la venta de sus prendas

Edna imagino y soñó que un tipo de comercio más directo y respetuoso podía ser posible y es así como, seis años más tarde, ella junto con su colega Ruth Lederach, llevaron algunas prendas a una Conferencia Mundial Menonita en Suiza y las venden allí. El éxito fue total, ellas pudieron contar la realidad de vida de las productoras y este grupo de “consumidores” entendió que era necesario crear una modalidad de venta que respetase el origen y pagará adecuadamente por el trabajo y el tiempo utilizado para confeccionar las prendas. Lo que Edna nunca pudo imaginar ni pensar, en ese momento, es que su preocupación y su posterior acción de apoyo, iba hoy a generar un movimiento mundial de grandes proporciones que ha significado un mejor estándar de vida a millones de personas en el mundo y a un tipo de intercambio que en su base busca el respeto del ser humano y su esencia y no busca beneficiarse inadecuadamente a costa del trabajo de otros. Este es un ejemplo de cuán importante es creer en nuestros propios sueños, en emprendimientos sociales con Sentido y que los resultados pueden ir más allá de lo que nos podemos imaginar

En 1968, a partir de lo iniciado por Edna, esta actividad de compra y venta de productos a mujeres en Puerto Rico, se convirtió en la Organización, «SELFHELP, Crafts of the World" y se abre la Primera tienda oficial denominada «Tienda del Mundo» en Bluffton (Ohio, EE.UU.) en 1972. Esta tienda llega a ser financieramente autosuficiente y se establece como importadora de productos artesanales y años más tarde, en 1996, cambia su nombre por el de Ten Thousand Villages, que aún mantiene y con una extensión de más de 130 Tiendas en todo USA propias y franquiciadas y es hoy una de las mayores importadoras de Comercio Justo en el mundo

En Europa, por su parte, Oxfam UK es creado después de la II Guerra para intentar reducir el hambre en campos de refugiados y desplazados. Oxfam Trading es creado en 1964 y se convirtió en el brazo Fair Trade de la ONG Actualmente, Oxfam, es una gran Organización con varias ramas en muchos países. Su imagen es muy atractiva, destacada por su distintivo de color verde y con realización de campañas que son de alto impacto.

Algunas fechas e hitos relevantes:

A continuación haremos, solo una enumeración de hitos que han ido configurando cual es el mapa del Comercio Justo a nivel mundial, la creación de los referentes principales y su progreso.

- 1964: En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) prima y se refuerza la idea de impulsar un esquema que se indica y se ejemplifica con el requerimiento de generar "Trade not Aid!" "¡Comercio, no ayuda!". Esta motivación de la Conferencia dio nacimiento, ya más formalmente, al desarrollo del comercio equitativo.
- 1968: La primera Tienda del Mundo que se abre en Europa (World Shop) ubicada en la localidad de Breukelen, Holanda
- 1989: Nace la primera etiqueta de Certificación Fair Trade "Max Havelaar", esta etiqueta es creada y acuñada en Holanda

- El café es el primer producto Fair Trade
- 1989: Se crea la Asociación Internacional de Comercio Justo IFAT que agrupa en un mismo referente a las organizaciones importadoras y exportadoras en más de 75 países. En el año 2004 IFAT cambia su nombre por el de WFTO, que es la actual World Fair Trade Organization
- 1990: Creación de EFTA, European Fair Trade Association, entidad que agrupa a las principales importadoras de Comercio Justo en 11 países de Europa
- 1994: Creación de NEWS, (Network of European World Shops), Asociación de Tiendas de Comercio Justo en Europa
- 1997: Creación of FLO, (Fairtrade Labelling Organization) unión de Max Havelaar, Transfair y Fair Trade para generar normativas y Sello a diferentes líneas de producto, principalmente, materias primas
- 2000: Garstang (Lancashire, UK) se convierte en la primera ciudad por el Comercio Justo "Fairtrade Town" Mas de 1000 ciudades en el Mundo la han seguido desarrollando planes concretos de apoyo y difusión de este esquema de comercio
- 2007: Las 3 mayores organizaciones de productores Fair Trade se integran y forman parte de la estructura de gobernanza de FLO
- El término "Fair Trade" o Comercio Justo fue utilizado por primera vez por Michael Barratt Brown en 1985, durante una Conferencia de Comercio y Tecnología, en Londres, aunque en un principio existían otros nombres, tales como "Alternative trade", "Alternative commerce", Comercio Alternativo y algunos otros en uso

Origen de los Sellos de Comercio Justo

Un Sello sobre un producto es una garantía de que algún atributo, característica o consideración específica esta lograda por ese producto y es una forma de dar seguridad a los consumidores que lo que se ofrece es efectivo y comprobable.

La historia de los Sellos o Etiquetas de certificación de Comercio Justo se remonta a 1989, cuando una fuerte crisis en los precios del café empujó a muchos pequeños agricultores a la pobreza, en diversos lugares, a pesar de contar con una producción de un café, muy por encima de la calidad media. Para entonces, la organización holandesa Max Havelaar estaba trabajando con productores, en Chiapas (sur de México), y el padre Franz Van der hoff tuvo la genial idea de diferenciar el café, agregándole al cliente final un pequeño porcentaje mayor de precio, eliminando eslabones en la cadena de intermediación y así proporcionar a los agricultores de un salario justo. Es así como nace la primera etiqueta de Comercio Justo certificado. Luego se generarían esquemas más profesionales de certificación, acreditación y garantía para verificar la condición de Comercio Justo³

1.2 Definición de Comercio Justo / Fair Trade

Teniendo en cuenta y no obstante que hay varias acepciones del término, la definición más común y utilizada de Comercio Justo es la que surge del trabajo conjunto de varias organizaciones ligadas al tema, agrupadas en la plataforma FINE⁴

³ <http://www.comerciojusto.cl/cj/certificaciones-de-comercio-justo/>

⁴ Fine es la agrupación que une en una mesa a las organizaciones FLO; IFAT (actual WFTO); NEWS (la red de tiendas del mundo) y EFTA (la agrupación de importadoras de Comercio Justo europeos)

Definición:

El Comercio Justo es una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible a través de ofrecer mejores condiciones comerciales, y asegurar los derechos de productores y trabajadores marginalizados - especialmente en el Sur.

Las organizaciones de Comercio Justo (sustentadas por los consumidores) están comprometidas activamente en el apoyo a productores, a la creación de conciencia ciudadana y al mismo tiempo, plegándose a campañas por lograr cambios en las reglas y prácticas del comercio convencional a nivel internacional.

1.3 Principios básicos:

De la revisión bibliográfica y de la práctica extendida del Comercio Justo en el mundo hoy, es que postulamos que hay cinco principios básicos que sustentan el desarrollo de éste y que son los pilares que configuran su fortaleza y capacidad de mantención y sostenido crecimiento. Este esquema ha sido el resultado de constatar la práctica real del Comercio Justo en el tiempo.

Estos principios son los siguientes

- 1) **Acceso a Mercado:** Por medio del cual se logra un Mejoramiento de las condiciones de vida y bienestar a grupos de pequeños productores.

Existen muchos o millones de productores en el Mundo que viven una situación de vulnerabilidad y que están excluidos de los mercados de mayor valor añadido, o sólo acceden a estos a través de largas e ineficientes cadenas comerciales. Del mismo modo, productores que son explotados y que viven con salarios indignos y condiciones laborales deplorables

El Comercio Justo apoya a los productores aumentando los beneficios sociales y de sus comunidades, a través de la promoción de valores no reconocidos en los mercados convencionales y permite a los compradores, optar por productores que de otra manera serían excluidos de esos mercados.

Uno de los objetos del Comercio Justo es acortar las cadenas comerciales para que los productores reciban un mejor precio por sus productos o bien, transparentar los costos de las cadenas de distribución, tratando de no maximizar la utilidad a costa de los productores, sino que logrando una utilidad razonable que permita la sostenibilidad de los negocios, pero con las debidas consideraciones éticas y de respeto al trabajo

- 2) **Relaciones comerciales sostenibles:** Promoción de esta producción desde países, regiones y localidades económicamente menos desarrollados

Las transacciones en Comercio Justo tienen en cuenta todos los costos de producción, directos e indirectos, incluidos la protección de los recursos naturales y el poder satisfacer las futuras necesidades de inversión.

Los Términos comerciales ofrecidas, en consecuencia, por los compradores de Comercio Justo permiten a los productores y trabajadores mantener un estándar de vida sostenible y digno. Se persigue la mejora de las condiciones económicas y de vida en el futuro.

Asimismo, los precios y condiciones de pago (incluyendo prepago/anticipos) se determinan mediante una evaluación de factores y no sólo en referencia a las condiciones del mercado.

Una de las características esenciales del Comercio Justo, es el “Compromiso a largo plazo” que permite cooperar mediante el intercambio de información y planificación y garantizar condiciones de trabajo decente en el tiempo. A diferencia de lo que ocurre en el comercio convencional, en que muchas veces las compras se determinan por oportunidad y no se genera un contrato o fidelización hacia los proveedores, el Comercio Justo, persigue y se compromete con los productores para buscar medios de mantenerse adecuadamente en los mercados

3) **Desarrollo de Capacidades:** a través de la venta de productos elaborados por estos productores

Las Relaciones de Comercio Justo ayudan a las organizaciones de productores y empresas a entender más acerca de las condiciones y tendencias del mercado y las necesidades permanentes de adecuación.

El desarrollo de conocimientos, habilidades y recursos para ejercer un mayor control e influencia sobre sus organizaciones y sus vidas, es parte del trabajo en Comercio Justo, y entre los actores que hacen parte de la cadena de distribución.

4) **Sensibilización de Consumidores:** Difusión de información

Las Relaciones de comercio justo son la base para la conexión de los productores con los consumidores y para informar a estos de la necesidad de justicia social y las oportunidades para el cambio.

El apoyo del consumidor permite a las organizaciones de Comercio Justo ser promotores y defensores de una reforma más amplia de las normas de comercio internacional. Recientemente se fortalece además el énfasis en las relaciones Sur-Sur y el desarrollo de los mercados locales con identidad de comercio justo.

Para lograr el objetivo final de un sistema comercial mundial justo y equitativo, son necesarios consumidores conscientes y responsables y en esto trabajan las empresas y organizaciones que adhieren a este tipo de comercio.

5) **Contrato Social:** Acercar lo más posible el productor al consumidor

La aplicación de estos principios básicos depende de un compromiso de asociación comercial a largo plazo con los productores basados en el diálogo, la transparencia y el respeto que es el sustento del trabajo en comercio justo

Las transacciones bajo este esquema están dentro de un "contrato social" implícito en el que los compradores (incluidos los consumidores finales) se comprometen a hacer más de lo esperado y desarrollado por el mercado convencional. A cambio de esto, los productores utilizan los beneficios del Comercio Justo para mejorar sus condiciones sociales y económicas⁵

⁵ Para más detalle, que complementa esta mirada de principios básicos, puede revisar “Comercio justo y economía social solidaria” :http://www.wbiworldconpro.com/uploads/mexico-conference-2013/spanish/1386824327_6002-_Ochoa,_Espejel,_Palafox.pdf

1.4 Estándares para Organizaciones / Productores de Comercio Justo

Para que una empresa de diverso tipo, cooperativa u organización, ya sea de productores, de exportación, importación o tienda, pueda ser identificada como de Comercio Justo, es necesario que cumpla con determinados estándares genéricos, que, en mayor o menor grado, son identificados por los distintos sistemas de garantía o certificaciones que veremos más adelante. Estos estándares son 10 y cada uno dará lugar a determinados indicadores que se deben cumplir y que variarán, dependiendo de los tipos de productos (si es que estos poseen normas específicas o condiciones especiales) la región geográfica, las particularidades de la producción, etc.

Cabe hacer notar que, en general, lo que se evalúa en los procesos de certificación o garantía son los procesos de mejora continua y los planes para ir perfeccionando cada uno de estos estándares o bien, mejorar aquellos no conformidades con los mínimos exigidos en cada caso, rubro o sector de producción

Los estándares genéricos son los siguientes:⁶

- 1) Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos
- 2) Transparencia y responsabilidad en aspectos de gestión y rendición de cuentas
- 3) Prácticas comerciales sostenibles
- 4) Pago de un precio justo y pago oportuno
- 5) No al trabajo infantil ni trabajo forzoso
- 6) No discriminación, equidad de género y libertad de asociación
- 7) Condiciones de trabajo seguras y sanas
- 8) Desarrollo de capacidades
- 9) Medio ambiente: Prácticas responsables que preservan el medioambiente y la biodiversidad
- 10) Promoción del comercio justo

Cuadro descriptor de Estándares

Estándar	Descripción
1) Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos	El Comercio Justo es una estrategia que busca la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible. Crear oportunidades para productores más desfavorecidos o alejados del sistema de comercio tradicional
2) Transparencia y responsabilidad en aspectos de gestión y rendición de cuentas	El Comercio Justo implica un manejo transparente de la administración y las relaciones comerciales para tratar de manera justa y respetuosa a los socios en el comercio
3) Prácticas comerciales sostenibles	Las Organizaciones de Comercio Justo comercian manteniendo una preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores y no maximizan sus ganancias a costa de ellos. Mantienen relaciones de largo plazo basadas

⁶ http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=14

	en la solidaridad, la confianza, y el respeto mutuo
4) Pago de un precio justo y pago oportuno	Un precio justo es el que ha sido acordado a través de dialogo y participación. Ese precio no solo cubre los costos de producción sino que asegura una producción socialmente justa y respetuosa del medioambiente Este pago debe ser también oportuno, es decir a tiempo y con igual paga a hombres y mujeres ante igual trabajo
5) No al trabajo infantil ni trabajo forzoso	Las organizaciones de Comercio Justo respetan la Convención de los Derechos del Niño de la N.U. así como las leyes y normas sociales en el contexto local para asegurar que la participación de niños en el proceso de producción (si es que la hay) no les afecte en su bienestar, dignidad, su seguridad, sus requisitos educativos y su necesidad de jugar
6) No discriminación, equidad de género y libertad de asociación	El Comercio Justo significa que el trabajo de las mujeres es valorado y compensado de manera justa. A las mujeres se les paga por su contribución al proceso productivo y tienen fuerte representación en las organizaciones. No hay discriminación por consideraciones de raza, sexo o credo
7) Condiciones de trabajo seguras y sanas	Esto significa que los productores deben trabajar en condiciones adecuadas, dignas, seguras y sanas
8) Desarrollo de capacidades	El Comercio Justo es un medio para lograr independencia de parte de los productores. Las relaciones de Comercio Justo deben tender a proporcionar continuidad, durante la cual los productores y sus organizaciones comercializadoras pueden mejorar técnicas de administración y el acceso a nuevos mercados
9) Medio ambiente: Prácticas responsables que preservan el medioambiente y la biodiversidad	El CJ promueve activamente las mejoras en las practicas ambientales y la aplicación de métodos responsables de producción (el caso de Madera Justa es un buen ejemplo
10) Promoción del comercio justo	Las organizaciones de CJ buscan que mas personas sean conscientes del desbalance en el comercio internacional y que este sistema puede generar la posibilidad de mayor justicia en el intercambio. Proporcionan a los clientes información acerca de la organización, los productos, y las condiciones de producción Esto es utilizando métodos honestos de publicidad y mercadeo, a la vez que alcanzar los mejores niveles de calidad y empaque

Estándares e Indicadores:

Cada estándar dará lugar (dependiendo de los distintos sellos) a determinados indicadores que permitirán medir el grado de compromiso de la empresa u organización con el estándar en cuestión. Es decir, poder determinar, qué tan completo o logrado está el objetivo que implica cada estándar.

Como ejemplo, en el estándar 1 Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos; los indicadores responden a las siguientes tipos de preguntas:

- ¿Su Declaración de Misión incluye el compromiso de la organización de mejorar las condiciones sociales y económicas de productores y trabajadores?
- ¿Cómo es su política para escoger empleados y específicamente, cómo ésta se dirige a los grupos con mayor desventaja?
- ¿Cómo su política para escoger productores / proveedores se dirige a grupos con desventaja?
- ¿Su organización tiene una política escrita sobre su compromiso con los principios de Comercio Justo?

Esto es solo un ejemplo del esquema de evaluación y la guía que implica para poder establecer con claridad cómo medir el compromiso real y efectivo de la empresa u organización con cada uno de los estándares de Comercio Justo. En el caso de respuestas afirmativas, se debe explicar cómo se efectúa el control y coherencia de tal política o esquema de trabajo, en concordancia con el estándar en cuestión y si no se efectúa o no se ha efectuado ninguna acción al respecto, se espera, de parte de la empresa u organización, un compromiso escrito de Plan de Trabajo para poder avanzar en ese aspecto. Esto implica ejecutar un proceso de “mejora continua” en que lo importante y lo que es sujeto de evaluación posterior es el grado de avance en ese proceso o plan de trabajo, que dependerá de los recursos y posibilidades que el actor en Comercio Justo disponga en cada momento.

1.5 ¿Qué es lo que el Comercio Justo añade al Desarrollo Sostenible?

Las empresas y organizaciones de Comercio Justo creen en un Mundo en el cual la justicia y el desarrollo sostenible están en el corazón de las estructuras de Comercio y así, a través del reconocimiento del trabajo de los productores, estos pueden mantener un decente estándar de vida y desarrollar todo su potencial humano. Al tener como base la transparencia, el diálogo y el respeto es posible alcanzar mejores niveles de desarrollo. Esto se hace, a través de mecanismos de mercado, cumplimiento de criterios precisos y transparentes, pero con una fuerte coherencia ética, buscando la estabilidad y consistencia de los negocios, pero sin descuidar el ideal de alcanzar un Desarrollo Sostenible ⁷

El Comercio ES una herramienta para reducir la pobreza solo si se maneja con este propósito en lo fundamental. Los productores más desfavorecidos pueden tener un mayor control sobre su trabajo si se organizan mejor y así asegurar acceso a mercados mayores bajo los principios del Comercio Justo. Por tanto, uno de los esquemas más propiciados por este tipo de comercio es la asociatividad, ya sea en la forma de cooperativas o agrupaciones de empresas.

⁷ http://www.cilma.cat/wp-content/uploads/2010/09/comerc_just_com_a_eina_per_al_desenvolupament_sostenible_2009.pdf

En general los consumidores, de manera creciente y las instituciones, apoyan al Comercio Justo solo cuando se conocen las necesidades reales y las oportunidades que este tipo de comercio puede brindar para mejorar las condiciones de vida y trabajo. Este tipo de comercio permite a los consumidores incidir, de manera directa, en generar una diferencia de vida a los productores a través de sus acciones y elecciones. La demanda por Comercio Justo permite a las organizaciones extender el impacto de su trabajo, demostrar y articular apoyo público para generar cambios en el comercio internacional creando políticas públicas de fomento y articulación.

Implementación:

Solo para introducir, debemos referirnos, muy brevemente, a la manera en que el sistema de Comercio Justo se implementa. Tal como hemos dicho, los productos de comercio justo son todo tipo de bienes y servicios que se producen, comercializan y venden de acuerdo con los principios precisados anteriormente.

Para poder demostrar que una empresa u organización, trabaja en concordancia con estos principios, es que deben ser verificados por sistemas de garantía creíbles e independientes, como los operados por FLO ("Comercio Justo Certificado"), WFTO (Sistema de Gestión de Garantía de Comercio Justo), y Fair for Life. También existe un esquema de Certificación Participativa o Alternativa que permite que pequeños grupos puedan acceder a un tipo de verificación que pueda ser reconocido y más económico para estos

Todos los productos de Comercio Justo deben provenir de los productores y trabajadores comprometidos con sus principios. Sin embargo, en la cadena de la entrega, productos de comercio justo se negocian y comercializan a través de dos canales distintos pero complementarios:

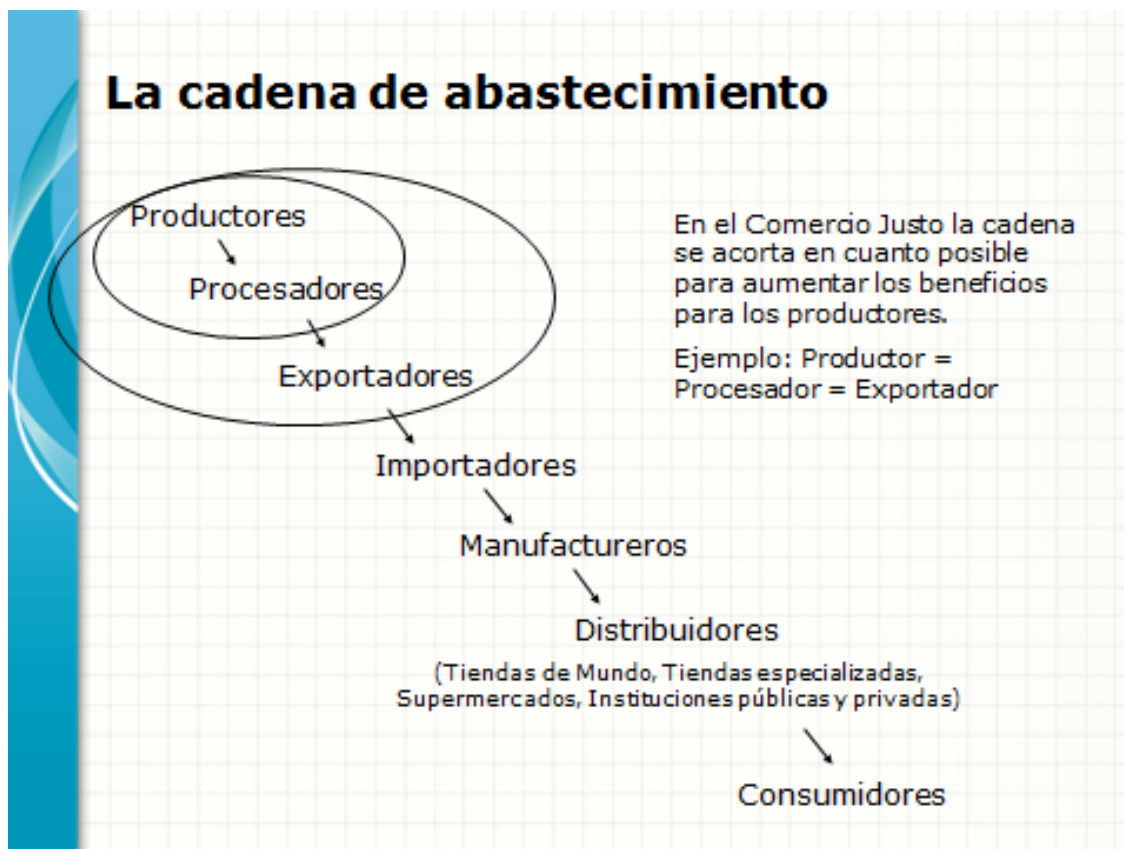
- **La ruta de la cadena de suministro integrado** en el que los productos son importados y / o distribuidos por organizaciones que tienen el comercio justo en el centro de su misión, utilizándolo como herramienta de desarrollo para apoyar a productores en desventaja y reducir la pobreza, y combinar su comercialización con la conciencia-sensibilización y campañas.
- **La ruta de certificación del producto** por la que los productos cumplen con las normas internacionales y están certificados indicando que han sido producidos, comercializados, procesados y envasados de acuerdo con las requisitos específicos de las normas internacionales.

La Cadena de Abastecimiento

Si bien es cierto, el Comercio Justo busca, como lo hemos expresado, acercar lo más posible el productor al consumidor, de manera que el productor pueda recibir el mejor pago posible por su trabajo y esfuerzo, en la práctica y en particular en la cadena de comercialización internacional o de exportación, existen determinados eslabones que no son posibles de evitar. En la gráfica siguiente, se muestra un esquema que corresponde a un proceso exportador en Comercio Justo y se puede apreciar los diferentes posibles actores que hacen parte de esta cadena. Este esquema nos permitirá comprender, de mejor manera, lo que significa determinar el precio en comercio justo y sus componentes como veremos en la Unidad 2. Comúnmente, esto no se comprende bien y lleva a mucha gente a cuestionarse el precio final en un determinado mercado y es por lo mismo que las empresas de Comercio Justo deben ser tan claras y precisas en la información que generan a los consumidores, precisamente, para que estos comprendan lo que implica tener acceso a un determinado producto o servicio., sin

abandonar y contemplando adecuadamente todos los parámetros que iluminan el actuar en Comercio Justo.

Con esta primera aproximación, tenemos y contamos ya con un esquema que nos permite comprender los principios que orientan el Comercio Justo y la forma de llevarlo a la práctica



Fuente: elaboración propia

2 Comercio Internacional y Desarrollo Sostenible

En esta segunda parte, queremos plantear y generar discusión acerca de la realidad del Comercio Internacional, debido a que es el espacio en donde más se ha desarrollado y en donde ha evolucionado el esquema de Comercio Justo en su historia, vinculando países en desarrollo ya sea en la forma de productores y/o exportadores y países desarrollados, fundamentalmente importadoras y tiendas.

Este esquema ha evolucionado, en Comercio Justo, hacia un desarrollo de los espacios de venta locales o nacionales y/o intercambios Sur – Sur, lo que genera nuevos desafíos y también cuestionamientos, acerca de las mejores formas de implementarlo, canales más apropiados, técnicas de promoción y venta, etc., pero a la vez, resulta ser una excelente noticia, pues va incorporándose como modelo posible y confiable de trabajo y contribución al Desarrollo más inclusivo socialmente

Las preguntas o temas principales a considerar son, (sin pretender ser exhaustivos ni entrar en profundidad teórica, pues no es el sentido ni objetivo de este Módulo) son las siguientes:

Poder discutir y comprender, desde la mirada del Comercio Justo,

- ¿Cómo funciona el Comercio Internacional y la Globalización?;
- ¿Cuáles son los principales problemas básicos del Comercio y la Integración?;

- El libre comercio ¿genera progresos o progresivos desbalances?;
- ¿Cuáles son los efectos sobre las personas y la Sociedad;
- ¿Qué es el Desarrollo Humano Sostenible?; y
- ¿El Comercio Justo puede ser una respuesta adecuada en el esquema de Globalización?

2.1 Comercio Internacional / Características

Sin duda alguna, comprendemos claramente, que el Comercio Internacional, las transacciones de bienes y servicios entre países, es y ha sido la base fundamental para el Desarrollo. No es viable pensar hoy en Sociedades completamente autárquicas, que no necesitan de materias primas o productos y servicios que si son proveídos por otros países o regiones en el planeta, de manera más eficiente o aprovechando capacidades o especializaciones claras y definidas.

El desarrollo depende en gran medida de los beneficios del comercio internacional y dado este hecho, la pregunta es, ¿cómo lograr que este intercambio resulte beneficioso y respetuoso para todas las partes, poblaciones o países?

Sin embargo, este comercio global, es un sistema tremendamente desigual. Los organismos internacionales, desde las actuaciones del Gatt y anteriores, fomentan la liberalización de los mercados, pero lo que se demuestra, empíricamente, es que no se logra el bienestar sino a veces el efecto completamente contrario. La dependencia es mayor, en muchos casos y los efectos de las crisis financieras en países desarrollados, se socializan, con gran rapidez y mayor impacto hacia los países más pobres o dependientes y no así los efectos de los momentos de crecimiento económico global relevante. El nivel de desigualdad en el mundo y entre las naciones ha aumentado fuertemente “En los últimos 20 años el 53 % de la riqueza generada en el mundo ha ido a parar al 1 % más rico de la población, lo que ha ensanchado la brecha entre ese grupo y los 1.000 millones de personas que viven en los 50 ó 60 países más pobres del globo”⁸

Se confunde crecimiento con desarrollo y nos preguntamos, entonces, si es que ¿tenemos un Comercio Internacional Inclusivo? La respuesta es no, claramente y por tanto la siguiente pregunta será, ¿cómo lograr que esta inclusividad sea posible? y ¿con qué mecanismos o conjunto de herramientas o modos de “hacer” economía, esto sería viable?

Postulamos que los esquemas de comercio justo, facilitan la posibilidad de mayor inclusividad social y un desarrollo más armónico y respetuoso.

Comercio Internacional Inclusivo:⁹

Ante esta realidad planteada, surgen las propuestas de como avanzar hacia un **Comercio Internacional Inclusivo**, planteada por varios organismos multilaterales

Definición de comercio internacional inclusivo:

Es un tipo de comercio que contribuye a generar un círculo virtuoso entre la reducción de las heterogeneidades estructurales y el crecimiento del empleo, la productividad y el ingreso, mejorando el bienestar de la mayoría y reduciendo la desigualdad

⁸ Ver: Fondo de Población de las Naciones Unidas (FPNU), documento del 12/02/2014 ONU

⁹ CEPAL, Abril 2013; Comercio Internacional y Desarrollo Inclusivo, Construyendo Sinergías, Cap I Comercio Internacional aportes para un Desarrollo Inclusivo, páginas 23 a 49

Según la CEPAL «en la medida que el Comercio ayuda a reducir la heterogeneidad estructural, a promover el crecimiento y a generar empleos, habrá una mayor inclusión», pero este proceso no es automático, depende de políticas complementarias a la política comercial. Sin la presencia de estas, es posible que el comercio llegue a producir mayor exclusión social.

Se precisa y se retoma así, el concepto de **heterogeneidad estructural**

¿Qué es la Heterogeneidad Estructural?

Según CEPAL es una de las principales causas de la gran desigualdad social que existe en los países de la Región (lo que es extensible a países del Sur o menos desarrollados, en general)

La Heterogeneidad Estructural se refleja en las grandes brechas internas relativas a las notorias diferencias de productividad entre las pequeñas y grandes empresas que operan en un mismo sector económico, entre sectores y entre las distintas áreas geográficas de un país.

Mientras los niveles de productividad de las grandes empresas de la región son cercanos a las de sus homólogos en países industrializados, la productividad de las pymes es muy baja en comparación con las de los países desarrollados. En suma, hay grandes asimetrías entre segmentos de empresas y trabajadores, combinados con concentración de empleo en estratos de muy baja productividad.

Las mayores brechas internas de productividad se traducen en mayores brechas salariales y una peor distribución del ingreso. El punto, entonces, es ¿cómo abordarlo?:

¿Cuáles son las propuestas para disminuir brechas?

Según CEPAL:

CEPAL Ejes de Política:	¿Cómo?
Industrial	Con énfasis en la innovación
Tecnológico	Centrado en la creación y difusión de conocimiento
apoyo a las pymes	Buscando aumentos en su productividad

Tampoco vamos a profundizar en esto, pero se puede revisar el trabajo de CEPAL; (Comercio Internacional y Desarrollo Inclusivo, Colección: La hora de la Igualdad, número 3, páginas 23 a 48)

Lo que si podemos decir es que para disminuir estas brechas, las políticas comerciales, deben orientarse en favor de la igualdad, de mayor equidad, reforzar su vínculo con los ejes en el cuadro anterior, incluida la política macroeconómica que considere un tipo de cambio real apropiado, para acceder de forma adecuada a los mercados internacionales.

Globalización:

Es el resultado de la «tendencia de los mercados y las empresas a extenderse, alcanzando dimensiones mundiales que sobrepasa las fronteras nacionales». Su origen está en la tendencia de los países dominantes a expandir sus influencias, poder y fronteras. El fenómeno de la Globalización es multidimensional y por tanto no se puede considerar que solo integre algunos factores, sino que entrelaza múltiples elementos

2.2 Problemas Básicos de la Globalización e Integración Económica

Globalización Económica¹⁰

La expansión del esquema neoliberal imperante, ha dado como resultado este efecto de Globalización Económica. Sus puntos o bases fundamentales han estado dadas por:

- Buscar reducir la influencia del Estado y postular que el Mercado, por sí mismo, asignará los recursos de manera eficiente
- La teoría neoliberal indica que esto, también por sí sólo (el automatismo del mercado) generará riqueza, la cual aportará bienestar social
- Este supuesto se basa en la «competencia perfecta» (concepto que, en la práctica, no se da en ninguna parte, porque siempre hay asimetrías de información, por tanto a nuestro juicio parte de una falacia) y en que los intercambios se producen en un contexto de «beneficio mutuo» que tampoco se da. (Colomer 2010 «la falacia de Adam Smith»)

Desde David Ricardo se habla de la idea de ventajas comparativas y se basa en que los países se deben especializar en las actividades en que son o sería más eficientes. Sin embargo, como el punto de partida es desigual y no se parte de igualdad de condiciones ni capacidades, los países más pobres solo se especializan en ofrecer mano de obra barata, sin especialización ni protección social y en ofrecer materias primas de bajo valor añadido

Entonces, por efecto del «chorreo» el crecimiento económico de una nación implicaría el crecimiento de otras y así se mejorarán los niveles de desarrollo y esto se ha demostrado, profundamente erróneo.

El contrasentido de todo esto es que las naciones más desarrolladas, han practicado exactamente lo opuesto pues han sido proteccionistas con sus propias industrias al mismo tiempo en que instan a que los países más pobres se abran y liberalicen sus mercados (Rees, 2007)

Tradicionalmente, los procesos de producción, de circulación de bienes y servicios y los de realización de la producción misma, tuvieron tipos de capitales asociados que eran autónomos entre sí, siendo, los capitales industriales para los procesos de producción; los capitales comerciales para la circulación y los capitales bancarios para la realización de la producción y esto hoy ha mutado hacia una preponderancia hegemónica del capital financiero sobre estos otros tipos de fuentes de capital (Barrewick P 2010)

¿Qué ocurre con la Gobernanza Económica?

En lo que respecta a las funciones reguladoras generales, se ha producido un desplazamiento desde el poder de los Estados hacia las sociedades transnacionales. Estas sociedades aumentan su poder bajo un marco político y económico cada vez más flexible y liberalizado, siguiendo los dictados del esquema neoliberal

Desde la II Guerra se han creado organismos tales como el Fondo Monetario Internacional (FMI); el Banco Mundial (BM) y la Organización Mundial de Comercio (OMC – WTO) Estos

¹⁰ Ver también Comercio Justo, Globalización y Medio Ambiente:
<http://www.economiaainstitucional.com/esp/vinculos/pdf/No29/jlozano29.pdf>

organismos han evolucionado hacia el impulso y apoyo al modelo neoliberal como impulsor del desarrollo de las naciones y el resultado final no parece ser tan bueno, en cuanto a equidad y distribución de la riqueza. En las cumbres de los G8, G14 o G20, en la práctica, se deciden las políticas económicas internacionales y se controla la economía mundial fomentando la liberalización económica y ensalzando las bondades de la globalización. En la lámina 13 podemos ver, gráficamente, el efecto de este desplazamiento en las decisiones, generando, finalmente, una participación de los países pobres en estas, muy baja o intrascendente.

Libre comercio: ¿genera progresos o progresivos desbalances?

El libre comercio es la búsqueda de una apertura de mercados lo más amplia posible, que según sus impulsores, lo que permite es más crecimiento y aprovechar la especialización de los mercados y las industrias. La eliminación de barreras comerciales conlleva a un mayor desarrollo con una mayor eficiencia

Pero cuales han sido sus efectos: Aquí listamos algunos de estos:

- 1/3 del comercio no es comercio sino intercambio al interior de las transnacionales
- 1/3 entre filiales de diferentes transnacionales
- África 2% del comercio Mundial
- América Latina 7% del comercio Mundial
- Países del Sur Materias primas y baja tecnología
- Países del Norte alta tecnología y mayor valor añadido

Pero debemos comprender que la situación de cada país es muy desigual, por tanto no existe igualdad de condiciones para poder competir en este mercado o comercio libre

Existen;

- diferentes niveles de productividad
- desigual acceso a tecnología
- contextos socio-económicos diferentes
- culturas diferentes

Los beneficios, por tanto, están condicionados por estos factores y sus efectos variarán de país en país. Se ha forzado a los países a acometer programas de ajuste estructural, sin atender las características socio-económicas de los mismos. A partir del Consenso de Washington que es un conjunto de políticas neoliberales, nacidas desde el FMI y el BM, los países más pobres están forzados a suscribir Programas de Ajuste Estructural, a buscar aumentar la competencia en todo ámbito, mantener baja la inflación, concentrarse en exportaciones, aumentar el volumen de comercio, liberalizar la circulación del capital y la búsqueda de reducción de impuestos, aumentar las privatizaciones (inclusive las de servicios sociales) y la flexibilización máxima del mercado laboral.

Desde el punto de vista del Comercio Justo, no se está necesariamente en contra de un “libre comercio” pero éste debe estar enmarcado en el aseguramiento de condiciones comparativamente similares para que sean correctas. Por ejemplo, no parece correcto que un productor textil, en un país como Chile, que debe cumplir con toda la normativa laboral, social y económica existente en el país, este compitiendo en “igualdad de condiciones” con un importador que trae un producto similar desde un país en que no se respetan esas mismas condiciones y en que no hay organismo ni legislación que se ocupe de verificarlas. Eso es

competencia desleal y no libre. Si fuese posible demostrar que las condiciones de trabajo son dignas, seguras y sanas en el país de origen de los productos en competencia y con esas condiciones el precio es mejor desde esos países, entonces, por supuesto que ese producto importado tiene mayores posibilidades de acceso a los consumidores, pero lo que ocurre generalmente es que los productores locales se ven enfrentados a una competencia que no es libre y esta frecuentemente “subsidiada” por condiciones de trabajo inapropiadas que no son la realidad o habitualidad en nuestro medio. Por tanto, estamos en frente de un tipo de comercio “libre” que en la práctica no lo es, pues encubre “subsidios” de práctica laboral, social y medioambiental que si se efectuaran en el país de destino no serían permitidas. Estamos, entonces, ante una situación de desbalance y de la generación de un progresivo deterioro de las posibilidades de desarrollo de múltiples sectores productivos, en un país al no atender este tipo de consideraciones que están en la base de lo que denominamos comercio justo

2.3 ¿Qué es Desarrollo?

Lo que entendemos por Desarrollo se ha medido como el crecimiento de la Renta o el PIB de un país o región. Gradualmente, se ha ido evolucionando hacia un concepto más amplio y centrado en la satisfacción de necesidades humanas (tales como educación, salud, vivienda, seguridad, participación)

Entonces, se va considerando y asumiendo, en el Ser Humano, el verdadero sentido del Desarrollo y por tanto se centra en ampliar las capacidades humanas más allá del mero crecimiento económico. Es lo que se llama Desarrollo Humano Sostenible en que reconocemos que el Ser Humano es capaz y necesita desarrollar su máximo potencial y el poder llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses

Desarrollo Humano Sostenible:¹¹

Los puntos necesarios o aspectos que son necesarios para poder alcanzar un Desarrollo Humano Sostenible. La producción nacional más la distribución de la Renta, deben ser suficientes para alcanzar salud, educación, seguridad y previsión, acceso adecuado a la tecnología, a la vez que generando la adecuada equidad de género, respeto al medio ambiente y el acceso a fuentes de energía suficientes (renovables) Esto unido a la participación en los procesos sociales, da origen a un progreso en este índice de Desarrollo Humano Sostenible. Es lo que los países y organismos multilaterales deberían tener en cuenta en la definición de sus políticas y no solo el crecimiento económico por si solo que no asegura que estas necesidades expuestas sean adecuadamente satisfechas

¿Hay Desarrollo Sostenible a través del Libre Comercio?

De lo expuesto anteriormente, podemos decir que el libre comercio tiende a eliminar o a perjudicar a los productores más débiles favoreciendo a las grandes multinacionales y a las empresas con prácticas inapropiadas de bajo costo y no logra sustentarse sin dañar los derechos de otros. El libre comercio no genera cohesión social.¹²

Este esquema se sostiene en empresas guiadas solo por la búsqueda de la «maximización de utilidades», disminuyendo costos aún a costa de las condiciones de seguridad y respeto

¹¹ Ver ¿ Que es Desarrollo Humano Sostenible?

http://www.estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/educacion/b_modulo_desarrollo_humano_sostenible.pdf

¹² Clementi et. Al (2010)

mínimos exigibles para las personas en el mundo y por lo mismo en afirmar y mantener una posición dominante en el mercado. Por tanto no se hace posible asociar libre comercio a la promoción de derechos esenciales sin conseguir alguna ventaja¹³ Entonces, se hace necesario intentar modificar las reglas actuales si es que lo que se desea es eliminar o al menos reducir las injusticias sociales vinculadas al proceso globalizador.

Postulamos, finalmente, que el Comercio Justo, se presenta como alternativa al Comercio Convencional o “Libre Comercio” ya que trata de equilibrar las relaciones de poder entre Norte y Sur incorporando criterios éticos sociales y medioambientales en las prácticas de intercambio.

Unidad 2

Tipos de Certificaciones y Sistemas de Acreditación

1 Sistemas de Certificación, Acreditación y Garantía en Comercio Justo

En esta Unidad queremos determinar cuáles son los objetivos de cada Sistema de Certificación, Acreditación o Garantía en Comercio Justo. No pretende ser el detalle de los procedimientos exacto o absolutamente actualizado de cada sistema, pero si pretende relevar su importancia, el tipo de empresas u organizaciones que utilizan uno u otro y los beneficios que reporta

Siempre existe controversia acerca del uso e implicancia de los sellos y su proliferación excesiva y esto puede llevar a sostener que se trata de solo un negocio más. Sin embargo, los Sellos, son necesarios para poder acreditar que un determinado atributo o característica que una entidad ofrece o promete, sea creíble y que haya un esquema auditable de verificación y comprobación de que lo que se dice o promete se hace y es real. De otra forma cada empresa u organización plantearía atributos y capacidades que no son finalmente demostrables. De todas formas indicaremos maneras más participativas o colegiadas de alcanzar credibilidad, pero que, aun son de alcance más limitado o restringido.

Las preguntas principales que queremos responder son las siguientes

- ¿Cuáles son los principales componentes de cada uno de los sistemas?
- ¿A quiénes, que tipo de empresas u organizaciones puede aplicar?
- ¿Cuáles son los principales costos de Certificación?
- ¿Qué diferencias hay entre los diferentes Sistemas?

A) Certificación FLO (Flo-Cert)¹⁴

Nos interesa para este tipo de Certificación y para las demás que expondremos, los siguientes puntos:

¿Cuáles son los Principios orientadores? ¿Que busca?

Lo que el Sello FLO persigue es:

¹³ Jones y Marti (2009)

¹⁴ FLO: <http://www.flo-cert.net/es/>

- Definir un Precio Mínimo de Comercio Justo
- Definir un Premio o Prima de Comercio Justo para el Desarrollo (este es un monto adicional que puede fluctuar en porcentaje dependiendo del tipo de producto o rubro y está destinado para financiar planes sociales)
- El desarrollo de las Organizaciones de Productores, ya sean cooperativas controladas por sus miembros u otros esquemas de empresa
- Libertad de asociación para los trabajadores
- Lograr Producción Sostenible
- Con claros sistemas de control interno
- Educación de los productores y campesinos
- Focalización en calidad y Rendimientos

Y, adicionalmente, favorecer emprendimientos sociales con responsabilidad hacia la comunidad y con el Medio Ambiente.

¿Porque Certificar FLO? Y ¿Cuál es el Proceso?

Lo que se pretende, con este Sistema, es poder evaluar el desempeño de una empresa u Organización en relación a los estándares genéricos de Comercio Justo, así como asegurar la credibilidad de este Sello, controlando los riesgos para productores y comercializadores y asegurar la Integridad del Proceso de Desarrollo en Grupos y Organizaciones

Proceso

Los procesos siguen la norma ISO 65 que es aceptada internacionalmente con el objetivo de asegurar que se alcanza una decisión de certificación creíble, garantizando el cumplimiento de los Criterios FAIRTRADE.

Se generan criterios y estándares, que son similares en cada sistema. Los objetivos, requisitos básicos y de desarrollo se orientan bajo principios comunes y para Organizaciones de pequeños productores y/o situaciones de trabajo contratado, según sea el caso.

Los objetivos principales son:

- Definir precios que cubren costos de producción sostenible
- Prima de Comercio Justo para proyectos de desarrollo social, económico y medioambiental.
- Facilitar relaciones comerciales a largo plazo
- Requisitos básicos que garantizan que las condiciones de producción y de comercio de productos certificados son social, económica y medioambientalmente responsables.

Cabe hacer notar que los criterios de Comercio Justo Fairtrade distinguen entre:

- **requisitos básicos**, que los productores deben cumplir para ser certificados y
- **requisitos de desarrollo** que alientan a los productores a mejorar e invertir en el desarrollo de sus organizaciones y sus trabajadores.

En cuanto a principios comunes, estos aplican a productores, trabajadores y sus organizaciones y son de:

1) Desarrollo Social

Existencia de estructura organizativa para llevar un producto al mercado

- oportunidades de formación
- ausencia de prácticas discriminatorias

- ausencia de trabajo infantil o forzado
- acceso a proceso de negociación y libertad sindical
- condiciones de seguridad y sanitarias

Facilidades para administrar la Prima de CJ

2) Desarrollo económico

- El Precio Mínimo permite cubrir costos de una producción sostenible
- La Prima Comercio Justo para que los productores inviertan en la mejora de sus condiciones de vida

3) Desarrollo Medio ambiental

Las prácticas productivas y agrícolas, cuando corresponda, son respetuosas del medio ambiente gracias al

- uso reducido y seguro de agroquímicos
- manejo apropiado de residuos
- mantenimiento de fertilidad del suelo y recursos hidrológicos
- no uso de organismos genéticamente modificados (OGM)
- pero no se exige certificación orgánica

Principios para Organizaciones de pequeños productores y situaciones de trabajo contratado

1) Principios para organizaciones de pequeños productores

Los miembros deben ser pequeños productores o pequeños agricultores, que no dependen de trabajadores contratados todo el tiempo, sino que manejan su explotación principalmente por medio de su propio trabajo y el de los miembros de su familia.

Democracia: los beneficios se distribuyan de manera equitativa entre los productores. Todos los miembros tienen voz y voto en el proceso de toma de decisiones de la organización.

2) Principios específicos para situaciones de trabajo contratado

La gestión de la Prima Fairtrade: El llamado Órgano Mixto, que incluye a los trabajadores y representantes de la gerencia, es responsable de la gestión de la Prima Fairtrade de acuerdo a los criterios Fairtrade.

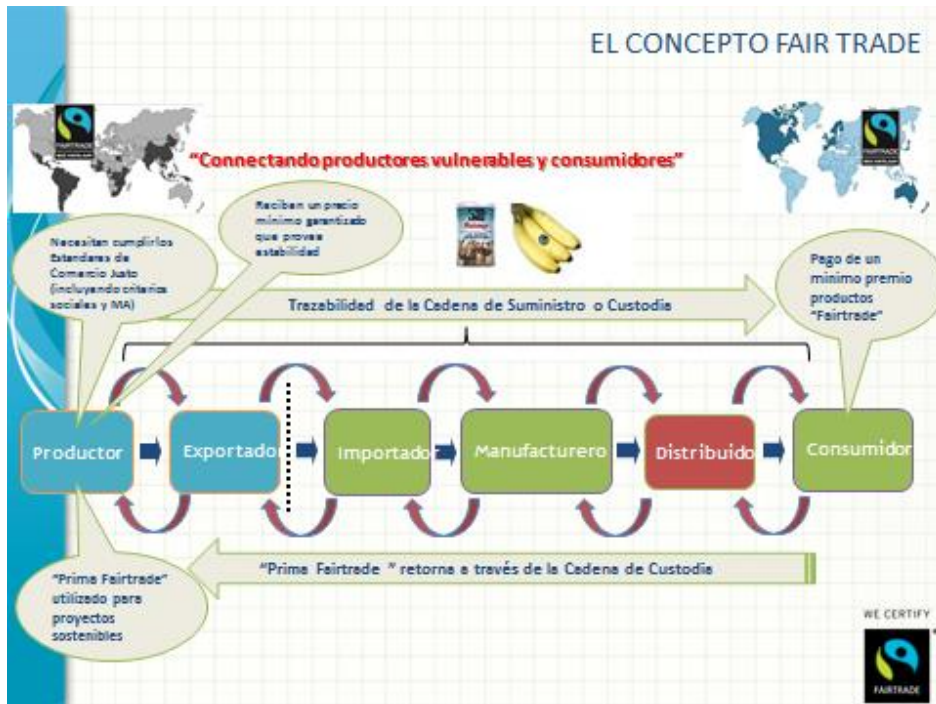
Los trabajadores tienen el derecho a afiliarse a un sindicato independiente para negociar colectivamente sus condiciones de trabajo.

Las condiciones de trabajo son las mismas para todos los trabajadores. Los sueldos deben ser iguales o superiores a la media regional, o al salario mínimo.

Deben establecerse medidas de salud y seguridad con el fin de evitar lesiones laborales.

La lámina siguiente expresa el ínculo virtuoso del concepto Fair Trade y la forma en que se utiliza la Prima de Comercio Justo, bajo el esquema FLO ¹⁵

¹⁵ Definiciones Precios Mínimos, Primas Páginas III y IV
http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/economia_solidaria/2012/10/23/213886.php



Esquema del Proceso de Certificación FLO (fuente: <http://www.flo-cert.net/es/>)

Los puntos fundamentales del proceso que se lleva a efecto para poder lograr la Certificación bajo este esquema:

Estos son:

- 1) La Solicitud
- 2) Auditoría e Inspección Inicial
- 3) Evaluación
- 4) Certificación
- 5) Ciclo de Certificación

Y en cada uno de ellos los pasos que se deben seguir y los sistemas de comprobación, trabajo de campo, etc.

Costos de Certificación:

Los costos y cuotas de certificación inicial se cargan una sola vez y cubren la inspección y certificación conforme a los criterios Fairtrade que les corresponden. El sistema de certificación difiere de uno a otro tipo de estructura organizativa. Estas serán según los tipos de organización:

- Organizaciones de pequeños productores
- Organización de primer grado
- Organización de segundo o tercer grado

No es factible poder dar órdenes de magnitud de costo, en este documento, puesto que depende de muchos factores que se evalúan caso a caso.

Orientación del Sistema FLO:

El sistema FLO es válido o más aplicable hacia:

- Materias primas
- Productos Agrícolas
- Productos de Gran Volumen y
- Productos con normas de producción específicas

Esto es importante de considerar, puesto que cada Sello, en este caso FLO no es aplicable o no resulta de interés para cualquier tipo de productos o procesos, siendo el caso de productos materias primas de gran volumen, que se producen en diferentes lugares, regiones o países y que son más conocidos, en donde este Sello cobra más validez o se representa como la mejor opción de acreditar su condición de comercio justo.

B) Certificación Fair for Life ¹⁶

Este esquema es una Iniciativa de IMO (Institute for Marketecology) que es una Certificadora Orgánica y de Sustentabilidad y Acreditada bajo ISO 65

Es un Sistema basado en los estándares existentes pero, a la vez, complementario a estos y se adapta a las realidades y desafíos de pequeñas y medianas empresas en países desarrollados y emergentes

Se basa en Auditorias Anuales a través de toda la Cadena de Custodia

¿Por qué certificar Fair for Life?

Es un sistema orientado a:

- Organizaciones de Pequeños Agricultores o Productores y/o pequeños agricultores contratados por empresas u ONGs
 - Campos con trabajadores contratados
 - Comercializadoras, procesadores y compañías de marca
 - Todo tipo de productos agrícolas, tales como hierbas, nueces frutos secos, aceite, té, frutas
 - Productos de recolección silvestre
 - Miel y derivados / productos de animales
 - Cosméticos y productos de belleza
 - Pescados, textiles, artesanías, minería
- Etc

Proceso:

Los procesos siguen la norma ISO 65 aceptada internacionalmente con el objetivo de asegurar que se alcanza una decisión de certificación creíble,

Criterios y Estándares, (similares en cada sistema)

Se evalúan y se busca asegurar.

- Buenas condiciones laborales, horas de trabajo, remuneraciones,
- Sobre los Grupos Productores: que sean organizaciones transparentes, con relaciones justas con agricultores y productores.

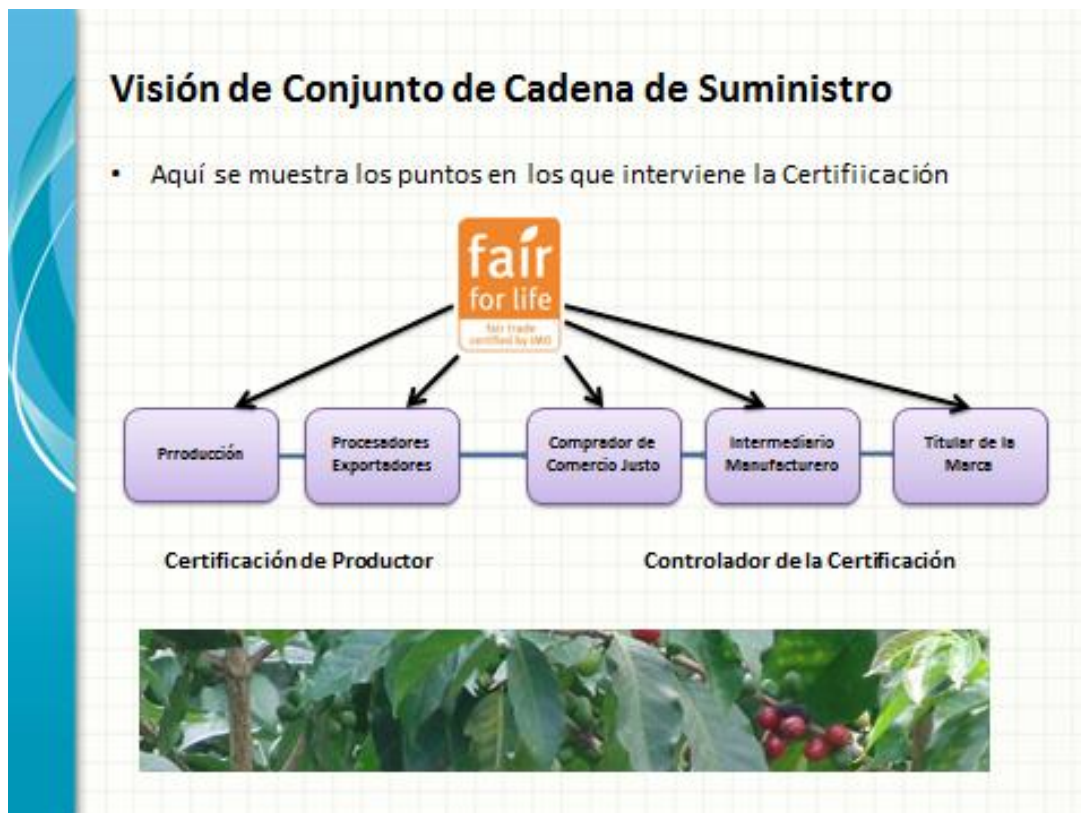
¹⁶ http://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=newsroom&lang_iso639=en

- Responsabilidad social y con el Medio Ambiente
- Practicas de Comercio Justo de todos los actores:
- Precios justos más arriba del acordado precio mínimo
- Prima de Comercio Justo para el Desarrollo
- Establecer relaciones de largo plazo

Certificación / Validación de la Cadena de Suministro:

El esquema siguiente, muestra, al igual que en el caso de FLO los puntos en que interviene la Certificación.

En el caso de los Productores, por ejemplo, deben estar involucrados en decisiones claves y demostrar relaciones justas productor – grupo, con buenas condiciones laborales, a todos los niveles, campo, en procesos, staff También se debe verificar el pago de un precio justo y pronto pago para productores La Prima de Fair Trade destinada a proyectos de la Comunidad Considerando Responsabilidad Social en la Comunidad Local y Responsabilidad con el Medio Ambiente



Fuente:http://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=newsroom&lang_iso639=en

Para los demás tipos de actores, el modelo es similar y se puede apreciar en las láminas correspondientes

Como resumen del proceso certificador, se incluye, la Aplicación, la Preparación de la Auditoria, la Auditoria propiamente tal y la Certificación y las actividades que conlleva cada uno de estas etapas.

La frecuencia de Auditorías:

Como procedimiento Standard, se efectúa una vez por año, adicionalmente, puede haber chequeos aleatorios o auditorias adicionales y luego de, al menos 3 años, y en el caso de un muy buen desempeño de largo plazo, la auditoria física será cada 2 años (pero actualizando la información documental entremedio del proceso).

Costos del Proceso:

IMO carga el tiempo efectivo requerido para la auditoria y certificación más una comisión por certificación.

- Tasas diarias varían, dependiendo del país y los requerimientos de inspección y auditoria
- Los costos por certificación son individualmente estimados para cada operación de certificación y de acuerdo al presupuesto anual
- Si una empresa tiene muchos diferentes proveedores. Se provee de un costo promedio para estos

El costo depende del tiempo que necesitan los auditores para conducir la misma
Como ejemplos:

1) Un grupo agrícola Cooperativo con 2000 miembros y sin mano de obra contratada

- 12 días de auditoria
 - 1- 1.5 días de verificación internacional
 - 1 día trazabilidad y asuntos de Comercio Justo
 - 2 días de reportes
 - 1 día de evaluación
 - comisión por certificado
- Total aprox.: US\$ 6500/año
(US\$ 3.2 por productor)

2) Una Plantación mediana con 3 granjas y 750 trabajadores contratados

- 4/5 días de auditoria
 - 1.5 días por reportes
 - 0.5/1 día por trazabilidad y asuntos de Comercio Justo
 - 1 día de evaluación
 - comisión por certificado
- Total aprox.: US\$ 3500 a US\$ 4000/ año

Orientación del Sistema Fair for Life

La orientación de este sistema es hacia todo tipo de empresas con capacidad de comercializar por sus propios medios y con capacidades productivas importantes. También considera todo tipo de productos, sin distinción de rubros.

Este sistema acepta, en su proceso, otras Certificaciones de Fair Trade

C) Sistema de Garantía o Acreditación WFTO¹⁷

¿Cuáles son sus principios?

¹⁷ http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2006&Itemid=410

¿Que busca?

El proceso o Sistema de Garantía WFTO (World Fair Trade Organization) también, al igual que los sistemas certificadores revisados en esta unidad, busca definir un precio mínimo de comercio justo para productos de empresas u organizaciones que buscan cumplir con los estándares de Comercio Justo y garantizar que las empresas que disponen del Sello WFTO cumplan con los requisitos exigidos.

En este caso, WFTO es la única entidad que agrupa en un mismo espacio a empresas y organizaciones, productoras, exportadoras e importadoras en los 5 continentes y abarca todo tipo de producción. Las políticas y prácticas que ahí se definen, están validadas por un esquema democrático de toma de decisiones.

El sistema busca

- El desarrollo de las Organizaciones de Productores
- Desarrollo de un Sistema de Garantía de Fair Trade para sus miembros
- Lograr Producción Sostenible
- Con claros sistemas de control interno
- Educación de los productores y campesinos
- Fomentar el Emprendimiento Social basado en la Responsabilidad con la Comunidad y la Responsabilidad con el Medio Ambiente

¿Porque Garantizar con WFTO? Y ¿Cuál es el Proceso?

Al igual que los demás sistemas, lo que se pretende es evaluar el desempeño de una empresa u Organización en relación a los estándares genéricos de Comercio Justo, así como asegurar la credibilidad de este Sello a la empresa u organización, controlando los riesgos para productores y comercializadores y asegurar la Integridad del Proceso de Desarrollo en Grupos y Organizaciones

Proceso

Se trata de evaluar el desempeño de una organización o empresa en relación a los estándares Con un sistema que es:

1) Flexible:

- capaz de ajustarse a todo tipo de miembros
- basado en análisis de riesgos
- y que asegure la Integridad del Proceso de Desarrollo en Grupos y Organizaciones

2) Sustentable

- Que no sea caro (comparado con otros sistemas de acreditación)
- Aplicable a nivel mundial

3) Dinámico.

- Adaptable a nuevos requerimientos de mercado y necesidades de miembros

Como requisitos del sistema y como objetivos principales: Poder asegurar que los precios cubran costos de producción sostenible. Que se puedan Facilitar relaciones comerciales a largo plazo: y así se comienza a generar Sello a Productos

Requisitos básicos y requisitos de desarrollo

El hilo conductor de este sistema es el análisis de riesgo: Esto implica que los miembros deben ser evaluados regularmente para determinar el nivel de riesgo lo que determinara su Programa de Monitoreo

¿Cuáles son los factores que determinan los niveles de Riesgo?

En cada organización, este dependerá de:

- Número de productores desde los cuales son comprados los productos
- Número de líneas de producto
- Nivel de Control de flujo de productos y cadena de suministro
- % de compras de NO miembros WFTO o de fuentes de Comercio Justo no verificables

Cada factor de riesgo es clasificado y existen 3 niveles de clasificación y es posible estimar el nivel de riesgo de cada miembro ya sea, Bajo, Medio o Alto

La clasificación es diferente dependiendo de las diferentes categorías de miembros:

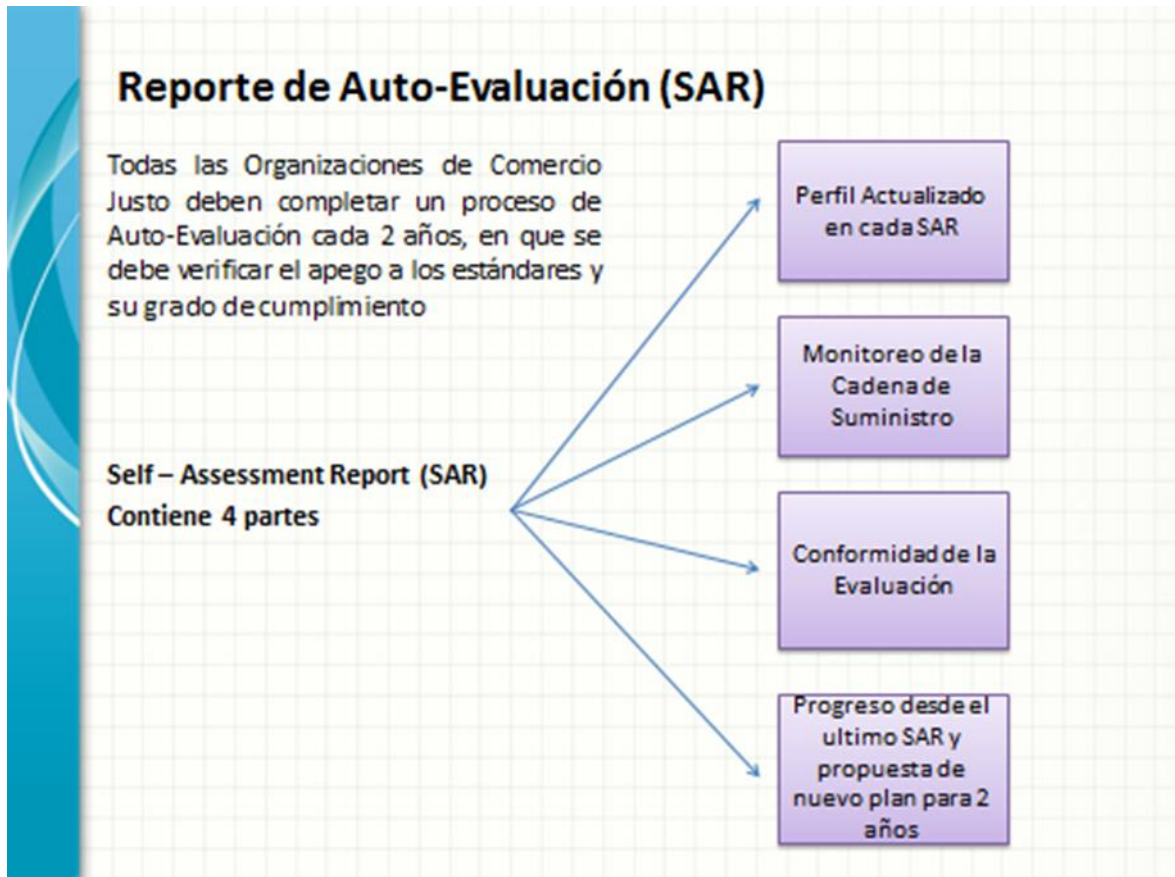
- Productor
- Organizaciones de Comercialización Domésticas y de Exportación
- Organizaciones Importadoras
- Tiendas de Comercio Justo (no están incluidas en este análisis de riesgo ya que tendrán un estándar diferente preparado para ellas)

El Análisis de riesgo debe ser actualizado periódicamente, después de cada auditoria. Puede ocurrir que una organización tenga un potencial alto de riesgo, pero cumple muy bien, pero que una aparente organización de bajo riesgo, pueda arruinar la reputación del Sistema. Por tanto los factores de riesgo deben ser revisados por cada organización de comercio justo de manera regular.

Etapas del Proceso:

La base del Sistema de Garantía WFTO está en el proceso de Auto-Evaluación (Self-Assessment Report o SAR), que permite generar y ser de base para el resto de las actividades que se nombran en este punto y para el consecuente proceso de mejora continua.

Todas las Organizaciones de Comercio Justo deben completar este proceso de Auto-Evaluación (SAR) cada 2 años, en que se debe verificar el apego a los estándares y su grado de cumplimiento



Fuente: elaboración propia

Como se aprecia en esta gráfica el proceso SAR consta de 4 elementos fundamentales:

- Actualizar el Perfil SAR cada dos años
- Monitoreo de la Cadena de Suministro
- Conformidad de la Evaluación
- Verificar Progreso desde el último SAR y propuesta de nuevo plan para los siguientes dos años

El proceso continua con la mantención de un perfil actualizado de SAR con los 4 puntos mencionados arriba y desarrollando un Plan de Mejora Continua y se efectúa una Auditoria de Monitoreo

Auditoría:

Cada miembro de WFTO debe tener una auditoria de Monitoreo a intervalos acordado, con la excepción de miembros no comerciales. A cada organización de Comercio Justo se le ofrece una selección de auditores por parte de WFTO y sus costos y será responsabilidad de la organización de Comercio Justo, acordar y programar la auditoria en el tiempo acordado

Si en la Organización o Empresa existen ya certificaciones reconocidas de Fair Trade serán consideradas para reemplazar la auditoria o reducir tiempo y costos. Por su parte, el auditor seleccionara productores / proveedores de acuerdo con el perfil de la Organización.

Para el caso de empresas importadores en que los proveedores están en diferentes países, el auditor selecciona proveedores no verificados los que podrían ser verificados por un auditor local.

El auditor prepara un reporte preliminar y un sumario de constataciones y propone acciones correctivas. En discusión con la Organización o Empresa se definen y acuerdan correcciones realistas las que son actualizadas por la propia entidad auditada.

Los costos de auditoría, se establecen de acuerdo con el país.

- La Organización de Comercio Justo es responsable de los costos de traslado y hospedaje
- La Organización paga directamente la auditoría
- Se debe pre-pagar para asegurar la imparcialidad del auditor

Y los Costos dependen de:

- el número de trabajadores
- complejidad de la producción
- número de productos
- número de cadenas de suministro, en especial de las fuentes no verificables de Comercio Justo

Visitas de Pares

El sistema WFTO incluye las visitas de pares. El sentido de estas visitas es, fundamentalmente, para apoyar a su par a lograr alcanzar sus mejoras de acuerdo con el programa definido. Los pares destacan las buenas prácticas de una organización o empresa de Comercio Justo y elevan la conciencia de los asuntos de preocupación en el proceso.

Las visitas de Pares se alternan con las auditorías. Es responsabilidad de cada Organización de Comercio Justo acordar y programar la visita de un Par en el tiempo acordado. WFTO entrega las guías de revisión a los pares y a las FTO y el formato de reporte

Por su parte la Organización de Comercio Justo debe enviar al Par su SAR y su Perfil de Organización.

Detalle del nuevo Sistema

Cabe hacer notar, que lo descrito en este apunte, corresponde al nuevo Sistema de Garantía WFTO y ya se han realizado programas piloto y el sistema ha sido evaluado

Por tanto, las empresas que han avanzado en este nuevo esquema, ya están habilitadas a usar sello a productos si lo desean. Aunque este Sello está destinado a productos, sigue siendo, fundamentalmente, un Sello a Organizaciones de Comercio Justo

En consecuencia el nuevo Sistema de Garantía WFTO consiste, resumidamente, en:

- Las Organizaciones completan el nuevo SAR
- Auditorías y visitas de Pares son realizadas
- y las etiquetas o sello pueden ser usados en productos

Certificación:

Dado este esquema, se estima que, en un par de años, el Sistema de Garantía estará en completa operación y activo y será posible pedir, a un ente independiente evaluar el Sistema para verificar

- 1) aplicación de manuales
- 2) organización de la Secretaría de WFTO
- 3) desarrollo continuo

El Resultado es un sistema creíble y con fuerte reputación

Orientación del Sistema WFTO

Este sistema está dirigido, idealmente, para plataformas comerciales nacionales, exportadoras o importadoras, desde muchos grupos de productores más pequeños y vulnerables, en áreas, tales como:

- artesanía
- alimentos y productos gourmet
- turismo y gastronomía de identidad

2 Certificación Participativa¹⁸

En esta segunda parte de la Unidad 2 nos referiremos a un esquema de certificación alternativa y participativa, que no tiene reconocimiento internacional, y cuya aplicación es válida en contextos nacionales o locales, en donde adquiere su legitimidad, por el círculo de impacto o las zonas y espacios a los que va dirigido

Las características comunes de los Sistemas de Certificación Alternativa

Origen y orientación: Orientado a Grupos de pequeños productores/as y pequeñas empresas de transformación, que incorporan en su modo de funcionamiento tanto aspectos ambientales como sociales.

Son sistemas orientados fundamentalmente a mercados locales a ayudar al consumidor/a a identificar sus productos en el mercado local.

Distintivo: En la mayoría de los casos los grupos se identifican con un logo, etiqueta o sello propio. En algunos casos, trabajan con declaraciones juradas por escrito

Organizaciones que las componen: Son de diversa índole, como grupos de productores/as, cooperativas o asociaciones de consumidores u organizaciones comerciales, ONGs formales, informales, comercializadores, etc.

Difusión: en general de boca a boca, a través de folletos, boletines, listas de correo, mercados y ferias, vendedores profesionales, páginas web, etc.

Alcance de las experiencias: Desde lo local a lo nacional

Normas por las que se rigen Las normas por las que se rigen son, en general, regulaciones de carácter nacional o de cuerpos de certificación privados adaptados a las condiciones socioecológicas y a los mercados de las propias experiencias.

Tramitación: Los procedimientos burocráticos son reducidos al mínimo, para mantener costes bajos y disminuir el tiempo necesario para rellenar los formularios. Casi todas las experiencias tienen establecido procesos de aprendizaje y de control social, que implica a todos los actores de la cadena productiva y comercial, desde productores a consumidores

Transparencia : Queda garantizada a través de la participación activa de todos los actores en el proceso.

¹⁸ Modelos de certificación participativa: <http://revistasoberaniaalimentaria.wordpress.com/2012/01/28/menos-burocracia-mas-confianza/>

Características del Sistema de Garantía Participativo

1) Evaluación de primera parte: Los productores componentes de la iniciativa asumen un compromiso y firman una declaración de cumplimiento

2) Evaluación de segunda parte: La organización que comercializa los productos de los productores del grupo o la organización externa que apoya el desarrollo del proyecto grupal garantiza el sistema con su reputación (puede ser una organización certificada por alguno de los Sellos que hemos revisado)

3) Evaluación de tercera parte: La organización de productores pertenece a una estructura de certificación privada, pero establecen un sistema de certificación grupal. En este sistema se exige un esquema de control interno entre los productores, que es verificado periódicamente por la entidad certificadora

4) Evaluación participativa Red: Los grupos de productores, en colaboración con otros actores (consumidores, ONGs,) establecen un sistema propio de verificación a través de visitas periódicas

A continuación un cuadro que da cuenta del grado de Credibilidad de estos sistemas versus sus Debilidades

Consta de tres niveles de generación de credibilidad:	Debilidades o Dificultades
<ul style="list-style-type: none">- La auto-declaración por parte del productor/a, que constituye la base sobre la que se construye el proceso.- Las visitas cruzadas de otros productores/as del mismo grupo y entre diferentes grupos de un mismo núcleo.- La implicación de consumidores/as, ONG's y entidades de asesoría.	<p>De forma sintética se puede resumir en los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Requiere organizarse y tiempo para las reuniones.- Exige formación, contactos, salir de la propia área de trabajo para ir a otras- El sistema por auditoría es más cómodo, no requiere esfuerzo personal ni implicación.- Si el productor no participa, se excluye de la red

3 Canales de Distribución y Precio en Comercio Justo¹⁹

En esta tercera parte de la Unidad 2 pretendemos realizar una aproximación a la definición de Precio Final en Comercio Justo, entendiendo que no es fácil ni aún está completamente claro, como se estructura un precio, en términos generales y en qué casos puede ser llamado justo o no, pero si las consideraciones que se debe tener al definir un precio en comercio justo. Además poder identificar cuál es la diferencia con el Comercio Convencional.

¹⁹ Comercio Justo y Canales de Distribución: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/37027?locale=en>

Las principales preguntas que queremos responder son;

- ¿Cómo es una típica cadena de distribución en Comercio Justo?
- ¿Cuáles son los principales componentes?
- ¿Cuáles son los principales costos de distribución?
- ¿Cómo se determinan los Precios Finales en la Cadena?
- ¿Qué diferencias hay con el Comercio Convencional?

Cadena de distribución y abastecimiento:

En la página 9 y en el esquema mostrado en la página 10 de este apunte, ya precisamos lo que es una típica cadena de distribución y abastecimiento, considerando el caso extendido de una operación de exportación en Comercio Justo y los componentes que lo integran. En el caso de una venta nacional, el esquema se reduce a los tres primeros componentes, reemplazando el actor “exportador” por tienda nacional y concluyendo con los consumidores, saltando los demás eslabones

Costos de Distribución:

Para hacer llegar un producto de Comercio Justo al consumidor final (en el exterior) se deben tener en cuenta los diferentes costos asociados en el proceso completo de distribución:

El precio de venta del productor, es igual a la suma de su costo de producción más la utilidad que desea obtener y que tiene relación con sus expectativas, la comparación con el mercado, lo único o especial del producto y otros parámetros que pueden ser más subjetivos

Luego de esto, los tipos de costos que debe enfrentar el productor y los que son incorporados en la cadena completa para acercarse al mercado son los siguientes: con el detalle de su significado y principales componentes

- 1) Etiquetas, bolsas, envases
- 2) Costos de Transporte interno
- 3) Logística de exportación
- 4) Procedimiento de exportación
- 5) Cargos de exportación
- 6) Transporte internacional
- 7) Costos de importación
- 8) Transporte interno en país de destino
- 9) Almacenaje y distribución
- 10) Impuestos

Costos de Distribución Final

Finalmente al llegar, un producto de Comercio Justo al consumidor final (en el exterior), el resultado debe considerar la suma de costos asociados en el proceso completo de distribución: Y por tanto el precio de venta final será la suma del precio del productor más los costos de distribución y más la utilidad del importador, que nuevamente dependerá de lo que desea obtener este importador o tienda y que tiene relación con sus expectativas, la comparación con el mercado, lo único o especial del producto y considerar que el mayor beneficio debe ser recibido y percibido por el productor

Debemos considerar que pueden haber variaciones en la estructura de estos costos o bien, casos, en que algunos de estos no existen. También puede haber más costos, dependiendo del producto, de acuerdo a regulaciones, normas, análisis necesarios, etc. Siempre hay que saber, si hay más costos, a quien corresponden en la cadena para poder negociar adecuadamente.

Porcentajes de Costos en la Cadena de Distribución y Precio final

Los porcentajes promedio de costos asociados en la cadena completa, considerando una exportación y llegada a consumidor en el exterior. Las estimaciones de porcentajes por cada tipo de costos, sobre un producto tipo cuyo precio ex-works o en fábrica es 100 y como cada ítem agregado en la cadena va generando un cierto porcentaje (promedio estimado) hasta llegar al precio final en destino y al consumidor. Es muy difícil generalizar, puesto que los valores dependerán de los tipos de productos, el lugar de origen, los costos al interior del país de producción o en el país de destino, los programas de desarrollo con productores, etc, etc.

Entonces el Precio Final en Comercio Justo es aproximadamente

- Precio Final = FOB x 4 o
- Precio Final = Ex Works x 5

Consideraciones a tener en cuenta

Las razones para este diferencial de 4 a 5 veces el valor del producto, están en

- el alto costo de vida en países desarrollados
- costo de arriendo de bodegas y lugares de distribución
- arriendo de espacios de tiendas bien localizadas, instalaciones
- salarios de staff
- cargos fijos de electricidad, calefacción, etc

Adicionalmente, para que sea sustentable es necesario que el mayorista y la Tienda tengan un beneficio. El costo del retail es mayor que en el caso de mayoristas porque la distribución es en cantidades pequeñas. En los lugares en que el mayorista y el retail son los mismos, estos costos se reducen pero no tanto. En general los costos y procedimientos de la distribución internacional no son fácilmente comprendidos por los productores y especialmente por los más pequeños o no experimentados. Pero es fundamental poder comprenderlos en particular en el Comercio Justo

Unidad 3

Situación Actual / Desafíos y Oportunidades

En esta Unidad queremos destacar la tendencia actual del Comercio Justo en Chile, basado también en la experiencia de otros países. El propósito es buscar el Crecimiento de la categoría Fair Trade en el país, de acuerdo a lo que se va presentando, también a nivel del mundo.

La idea es revisar los desafíos y oportunidades que el Comercio Justo plantea para Chile hoy, conocer sus componentes y debatir tipos de acciones a desarrollar para su crecimiento en el país. El Comercio Justo, está relacionado y hace parte del movimiento de Economía Social y Solidaria y es expresión de este. Para su expansión hay diferentes niveles que deben abordarse y no tendrá el éxito o expansión esperado si es que no se trabaja, en paralelo, en todos estos ámbitos con diferentes iniciativas y propuestas.

El diagrama siguiente, muestra los 5 ámbitos que hemos definido como necesarios de trabajar para efectos de lograr la mayor difusión del Comercio Justo en Chile



Analizaremos, brevemente, como se puede actuar sobre estas 5 áreas. La idea es poder debatir o pensar algunas acciones, emprendimientos, planes, políticas, que podrían aportar a la expansión del comercio justo,

Desafío 1: Acción sobre los Consumidores

Sin consumidores conscientes y responsables, no es posible que el Comercio Justo se pueda desarrollar, puesto que será, a través de sus preferencias de productos, que se logrará una expansión de espacio de mercado interno

Para ello, desde las organizaciones y empresas de Comercio Justo se requiere:

Generar un Mensaje Común:

- Abrir espacios
- Este mensaje debe ser claro / simple
- Identificando calidad y bien social
- Y que la producción tiene un fundamento ético

Campañas de Difusión: para esto se necesita:

- Variedad de Productos
- Mas puntos de ventas
- Lograr Acuerdos con Retail / Negocios Inclusivos
- Considerar productos importados pero de Fair Trade

Sensibilización:

- Se constata: hay más gente sensibilizada por temas laborales, sociales y medioambientales y esto es una oportunidad para el Comercio Justo en Chile

Desafío 2: Acción sobre los Empresas

Se necesita ampliar la base de empresas y organizaciones de Comercio Justo. Aún son pocas en Chile y no muy conocidas. Es necesario efectuar un trabajo que permita facilitar la incorporación de más empresas, de distinto tamaño, así como cooperativas y la generación de emprendimientos de distinto tipo que contengan la identidad de Comercio Justo.

Incorporar Empresas al Comercio Justo:

- Cautivar empresas que sientan que la ética en los negocios tiene sentido
- Difundir / Capacitar en Comercio Justo a más empresas en diversos rubros
- Apoyar en Procesos de Certificación
- Comprender que trabajar en Comercio Justo significa un acceso más directo al mercado
- Demostrar que a través de la ética es posible ser más rentable aún

Planes y acompañamiento para distintos tipos de empresas:

- Creación de plataformas Comerciales
- Incluso motivar importadores en líneas de productos que en Chile no se producen, pero Fair Trade

Trabajar con Asociaciones Gremiales

- Incorporar en programas de trabajo de las AG el conocimiento y los principios de Comercio Justo para su mejor desarrollo y expansión

Desafío 3: Acción sobre Sector Público

La generación de políticas públicas que fomenten y promuevan o favorezcan el Comercio Justo es vital para su desarrollo. En este sentido podemos nombrar, como áreas de trabajo

Políticas Públicas de apoyo al Comercio Justo:

- Generar Instrumentos o adaptar instrumentos existentes para potenciar el Comercio Justo dado el efecto social multiplicador que implica
- Actuar en Compras Públicas con ponderadores que privilegien a empresas de Comercio Justo dado el contenido ético de su producción (esto ya ocurre en Europa)
- Fomentar Programas de Negocios Inclusivos

Apoyar desde el Sector Público, la creación de Plataformas Comerciales que apoyen a productores más vulnerables AFC; artesanos; emprendedores

Fomentar el Surgimiento de Ciudades por el Comercio Justo (movimiento extendido a nivel mundial)

Políticas municipales de compras, compromisos, etc.

Desafío 4: Acción sobre Educación / Universidades

El sector de la Educación y la formación profesional es vital para el desarrollo del Comercio Justo en base a estudios, investigaciones y conocimiento acerca de este sistema de comercio más respetuoso de las personas y el medio

Docencia / Academia:

- Generar Cursos y Diplomados en Universidades (ya hay 3 que lo han incorporado)
- Generar Investigación, Tesis de Grado, estudios de Sistematización de experiencias de CJ
- Elaborar Proyectos de Extensión

Crear Programas de Aprendizaje y Servicio que apoyen empresas de Comercio Justo

Implica incorporar ética en escuelas de negocio marketing, etc

Fomentar el Surgimiento de Universidades por el Comercio Justo

- Con grupos de trabajo
- Relación con el medio

Creación de proyectos que potencien el Comercio Justo, desde las Universidades

Desafío 5: Acción sobre Sociedad Civil

La Sociedad Civil, las ONG, Fundaciones, movimientos, etc., son entes vitales para poder lograr articular el desarrollo de políticas, planes y programas que beneficien la promoción y crecimiento del comercio justo. Entre las iniciativas pueden estar,

Actuar en Conjunto con ONGs y Centros de Estudio y Análisis, Empresas Consultoras

- Generar proyectos de estudio
- Estadísticas
- Programas o Propuestas Público - Privadas

Potenciar la Asociación por el Comercio Justo de Chile

- Con grupos de trabajo
- Relación con el medio
- Articular y coordinar a los diferentes Actores

Fomento de Redes Sociales de Apoyo al Comercio Justo

Proyecciones y Desafíos a modo de Conclusión

Como le hemos visto en el transcurso de este módulo y lo decíamos como introducción, el Comercio Justo es una forma de enfrentar las relaciones comerciales en las que priman consideraciones de respeto, diálogo y transparencia en toda la cadena de producción hasta llegar al consumidor, y representa compromisos de largo plazo, en que el grupo productor, es reconocido y se le asegura una vida más digna gracias a que el consumidor puede reconocer, nítidamente, cuál es el resultado de su decisión de compra y si ésta, contribuye a un mejor desarrollo humano en que se respeten condiciones laborales, sociales y medioambientales adecuadas y responsables.

Este Comercio no es viable, como lo hemos visto, sin consumidores conscientes a los que les interesa que el destino de su dinero, tenga un fin que contribuya a crear una sociedad más integrada e inclusiva. Afortunadamente cada día, más gente, en especial los jóvenes, empiezan a preguntarse sobre el origen de los productos, saber quién los elabora, porqué los productores trabajan en esto y si al comprar un producto, realmente se van generando cambios de progreso y desarrollo en las personas y sus comunidades.

Se van logrando buenos resultados, se empieza a ampliar la categoría de productos de Comercio Justo. Ya hay en Chile algunas Tiendas de Comercio Justo; organizaciones en el Sur (agrupados en Sures) están desarrollando un trabajo excelente y reconocido, generando impacto a muchos pequeños productores en las regiones; empresas más grandes, como la Viña Miguel Torres, que ha visto en este esquema de trabajo, una respuesta adecuada que permite que productores y proveedores, puedan beneficiarse adecuadamente y de forma justa y participativa de Programas Sociales que surgen de los mismos campesinos; empresas cooperativas, como Apicoop, en Paillaco, que agrupa a centenares de productores de miel y que es hoy uno de los principales exportadores de este producto en nuestro país y que basa su trabajo en el respeto, la transparencia y en el dialogo participativo; Programas de Regalos Corporativos a empresas, con planes RSE, que comienzan a privilegiar productos con sentido de Comercio Justo que da coherencia al mensaje de esas grandes empresas que practican Responsabilidad Social pero real y no como una mera solución cosmética.

Se están logrando programas con Instituciones Públicas, como Corfo, Fosis; Indap; Sercotec; Prochile que comienzan a entender que el modelo de Comercio Justo es una oportunidad real y cierta de generar mayor equidad e inclusividad a través, principalmente, de abrir posibilidades de comercialización más directa y segura y esto ha quedado ya reflejado como un objetivo del Programa del actual Gobierno, lo que abre la posibilidad de crear una Agenda de trabajo clara y definida al respecto. Esto es en sí ya una gran noticia.

El Comercio Justo no es caridad, es priorizar el respeto al trabajo digno, bien hecho y que se puede mostrar al gran público, de la manera más directa posible, tratando de evitar la ganancia excesiva de una intermediación inadecuada.

Vemos hoy como el consumismo, lejos de generar respeto, crea dependencia, explotación que no alcanzamos a percibir, maximización de utilidades sin considerar los costos laborales y humanos ligados a la producción masiva. Imágenes de marketing que nos prometen la "felicidad y realización" al comprar algún producto y si tuviésemos en cuenta o nos preguntáramos qué hay detrás de la producción, cómo se efectúan determinados procesos productivos y conociéramos realmente las formas de producción, probablemente no estaríamos dispuestos a consumir esto que se nos presenta como la felicidad envasada. Historias de mucha tristeza, explotación de niños, falta de consideraciones ambientales y miseria, se esconden tras de muchos artículos que hoy se venden en el gran mercado y que nos prometen esta pseudo felicidad. Teniendo valores y consideraciones éticas, ¿estaríamos dispuestos a perpetuar estos esquemas? Creemos y tenemos Fe que no y que una economía con Rostro Humano sí es posible. El Comercio Justo entrega una alternativa concreta, real y viable hoy

La creación de la Asociación Chilena por el Comercio Justo que agrupa a las empresas que practican este tipo de comercio es una excelente noticia también, pues permite ir generando una base común que impulse el desarrollo de esta categoría y que apoye la política pública de fomento a la economía con sentido social, en unión con la Plataforma de Comercio Justo y sus esfuerzos en generar estudios, información y base estadística necesaria para su crecimiento y desarrollo.

Podemos apreciar la coherencia en el mensaje y el actuar de un modelo de trabajo que respeta y releva al Ser Humano en su integridad, que es lo que representa el Comercio Justo. Nos llama a más entrega, a más dedicación! Mucho por hacer aún, pero vale la pena apostar a un esquema como el que representa el Comercio Justo!

Santiago. Chile, Agosto 2016

