

4

¿Qué nos proponemos en esta unidad?

- ④ Comprender la conceptualización de Comercio Justo
- ④ Conocer los requisitos de FLO y su aplicabilidad
- ④ Conocer los procesos de aplicación al FLO.



¿Qué temas vamos a ver?

Comercio justo

Antecedentes de comercio justo y creación de FLO – Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo

3

Productores del Comercio Justo

5

Beneficiarios

5

Precios y premios

6

Estructura y funciones de FLO

6

Criterios generales para productos FLO para organizaciones de pequeños productores

7

Obtención de la certificación e inclusión en el registro FLO

8

Comercio justo y certificación social

Millones de trabajadores rurales sin tierra y pequeños productores no tienen acceso a lo que debería ser un derecho: suficientes ingresos para alimentar a toda la familia, enviar a sus hijos a la escuela y algo más, para invertir en un desarrollo sostenible.

Para los pequeños agricultores, el acceso a la información sobre el mercado o los precios es difícil. Por consecuencia, muchos de ellos dependen cada vez más de los intermediarios. En épocas difíciles, pierden su única pertenencia: su tierra y, por consiguiente, su sustento. De manera comparable, muchos trabajadores en las plantaciones no ven los beneficios del creciente comercio mundial. Se enfrentan a un sueldo escaso, un entorno laboral inseguro y condiciones de vida precarias.



(FLO 2004).

El Comercio Justo busca incrementar la equidad en el comercio internacional, así como promover el desarrollo sustentable autogestionado, mediante mejores condiciones de comercio y precios para los productores y sus organizaciones, protegiendo los derechos de productores y trabajadores marginados.

El canal de comercialización llamado **"Comercio Justo"** o **"Comercio Alternativo o Equitativo"**, está dirigido a consumidores socialmente sensibles y políticamente críticos, dispuesto a pagar un mayor precio (que el que predomina en el mercado convencional) por productos provenientes de organizaciones de pequeños productores o plantaciones, apoyando así un desarrollo más equitativo "Norte-Sur" y ofreciendo mejores condiciones de vida y de desarrollo a los pequeños productores y a los trabajadores marginados¹.

El Comercio Justo busca establecer relaciones más directas y transparentes entre los diferentes actores de la cadena: los productores y sus organizaciones, los comerciantes y los consumidores.

A nivel mundial existe un canal de comercialización que articula cerca de un millón de familias de pequeños productores de América Latina, Asia y África en forma directa con los "mercados del norte"².

Antecedentes de Comercio Justo y creación de FLO³ – Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo

El Comercio Justo existe desde hace más de 40 años. Empezó siendo una iniciativa sin fines de lucro entre algunos importadores y comerciantes minoristas de diferentes países industrializados y organizaciones de pequeños productores de los países en vías de desarrollo. El Comercio Justo lucha contra los bajos precios del mercado y la alta dependencia con los intermediarios al tiempo que busca acceso directo al mercado europeo.

¹ Comercio Justo es una alternativa que llega sólo a un segmento de mercado específico.

² Mercados del norte: mercados de los países industrializados.

³ FLO - Fairtrade Labelling Organisation International

Actividad

¿Qué piensa usted al respecto?

¿Qué alternativas comerciales conoce que apoyen a los productores y trabajadores rurales?



A partir de los años 70 las tiendas de Comercio Justo empiezan a difundirse por toda Europa. En la actualidad hay más de 3.000 establecimientos en 18 países europeos, de los cuales 2.500 están representados en NEWS (Network of European World Shops, red de tiendas europeas de Comercio Justo) a través de coordinadores nacionales.

En 1989 se crea la **International Federation of Alternative Trade** (IFAT, Federación Internacional del Comercio Alternativo) que reúne a 200 organizaciones del Comercio Justo y organizaciones de productores de África, Asia, Australia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

Los **objetivos** de los importadores –tiendas y grupos de solidaridad– son:

- vender productos de Comercio Justo,
- sensibilizar a la opinión pública sobre las condiciones de producción y comercialización de los pequeños productores en países en vías de desarrollo, y
- comprometerse a cambiar estas condiciones, pagando un mejor precio.

Hasta mediados de los años 80, el Comercio Justo vendía sus productos principalmente a través de un circuito alternativo de gente comprometida, que buscaba más justicia y equidad en las relaciones Norte-Sur.

A finales de los años 80 se empieza a trabajar con los canales tradicionales, dando prioridad a las ventas al por mayor. Esta tendencia se acentúa en 1988 con la creación de la primera marca de Comercio Justo en Holanda: “Max Havelaar”, etiquetándose con este sello al café, como principal producto. Se concede el uso de la marca a las empresas comerciales que respetan los criterios de Comercio Justo y que aceptan un control externo por parte del organismo promotor de

la marca. Los productos de Comercio Justo logran ser identificados fácilmente en los circuitos tradicionales de comercialización.

A esta iniciativa pionera, le siguen otras 17 iniciativas nacionales de certificación y comercio justo en Estados Unidos, Canadá, Europa y Japón introduciéndose en aquel entonces sellos como TransFair, Fairtrade Foundation y Rättvisemarkt.

En abril de 1997, estas iniciativas nacionales conforman la International Fair Trade Labelling Organization International (FLO), organización que coordina, regula y certifica un amplio número de organizaciones

y empresas registradas ante el Comercio Justo⁴. Últimamente se lanzó un nuevo sello o marca de certificación única, que permite a los consumidores la identificación del producto de mercado justo y facilita en este sentido el comercio a través de las fronteras.



El cuadro de la siguiente página resume la dinámica de procesos de certificación FLO e inclusión de nuevos grupos de productores y comerciantes a este canal de comercialización alternativo. Aproximadamente un millón de familias de productores y trabajadores, en más de 50 países en África, Asia y Latinoamérica, se benefician directamente de este comercio, con ventas globales de alrededor de US\$ 500 millones por año, y una tendencia de crecimiento anual promedio superior al 20%.

Los **mercados de Comercio Justo** que están desarrollándose rápidamente son los de Austria, Francia y Noruega, con un índice de crecimiento del volumen de venta entre los años 2001 y 2002 superior al 100%. En volumen de venta, los mercados más importantes son el Reino Unido y Suiza, con más de 33.630 toneladas. Holanda cuenta con importantes importadores de productos del comercio justo, que asumen un papel de mayoristas dentro del mercado europeo.

Paralelamente a la iniciativa FLO existen otras iniciativas de Comercio Justo, manejadas a partir de relaciones comerciales directas y de confianza mutua entre organizacio-

⁴ Cabe mencionar que no todos las organizaciones de producción y empresas de comercialización se someten a la certificación de FLO. Hay diferentes relaciones de comercio equitativo que se construyen a partir de la confianza y el conocimiento mutuo entre entes productores en países en vías de desarrollo y países industrializados.



nes de productores e iniciativas comerciales locales. Entre otras se encuentran: El Puente de Alemania, Comercio Alternativo de Italia y Oxfam-Bélgica.

Productos del Comercio Justo

Los principales productos de Comercio Justo son agrícolas, en especial de zonas tropicales y subtropicales, tales como:

- Té, café, cacao
- Arroz
- Bananos y otras frutas frescas
- Frutas secas
- Jugos de frutas
- Azúcar de caña y miel
- Vino
- Nueces y semillas



Cuadro 1. Procesos de certificación FLO / Inclusión de nuevos productores

	2002	2003	2004
Organizaciones de productores certificadas por FLO	302	337	433
Comerciantes registrados (exp./importadores) ante FLO:	253	297	406
Ventas totales estimadas con sello FT (excluyendo flores) en TM	58.809	83.297	*/- 110.000
Beneficios estimados totales FT para los productores: = (precio FT+prima FT – precio mercado) * vol (millones de US\$)	38	44	50
Valor minorista total estimado (millones de US\$)	300	400	500

Adaptado del Boletín Informativo FLO, enero 2005

- Flores

Beneficiarios

El Comercio Justo es una alternativa para **pequeños agricultores y trabajadores asalariados** de países con restringido desarrollo económico y/o social por las condiciones del mercado.

Se diferencian tres tipos de beneficiarios del Comercio Justo:



◀ ▲ **Café y banano** con sello Comercio Justo se exportan de Ecuador a Europa.

Cuadro 2. Tipo de beneficiarios del Comercio Justo

Beneficiarios	Pequeños productores y sus organizaciones	Trabajadores en plantaciones	Comerciantes
Ventajas	• Precios que permiten al productor cubrir costos de producción y a la organización los de comercialización • Premio que apoya procesos de desarrollo económico y social • Contratos con compradores a mediano y largo plazo	• Mejoramiento significativo de las condiciones de empleo, salud y seguridad laboral (OIT) • Premio que apoya procesos de desarrollo económico y social	• Contratos a mediano y largo plazo con organizaciones • Aseguramiento de abastecimiento de producto en volumen y calidad • Captura de nuevos nichos de mercados
Condiciones previas	• cumplir con los principios de democracia, transparencia y participación dentro de su organización • demostrar que la oferta proviene de pequeños productores, para quienes el comercio alternativo representa un impacto positivo en sus ingresos y desarrollo socioeconómico • seguir las normas de protección del medio ambiente y de las condiciones de trabajo. • contar con una oferta atractiva de producto y tener capacidad para establecer y mantener relaciones comerciales de confianza.	• Trabajadores organizados, normalmente a través de sindicatos, • empresa para la que trabajan está dispuesta a promocionar su desarrollo y a compartir con ellos los beneficios adicionales económicos generados por el Comercio Justo. • Empresas cumplir con condiciones de contratación laborales y seguridad e Higiene laboral según Organización Internacional de Trabajadores (OIT) • Seguir normas de protección de medio ambiente.	• Pagar precio mínimo acordado por Comercio Justo • Cumplir con contratos de compra venta • Pagar con anticipación entre el 40 y 50%, para que los productores puedan organizar la comercialización local sin endeudarse con terceros. • Mantener relaciones de trabajo y firmar con los productores contratos a largo plazo.

El ingreso al Comercio Justo exige un nivel de competitividad expresado en términos de calidad del producto, precio, cumplimiento en las entregas, lo cual implica el desarrollo de estrategias de logística que garanticen provisión de insumos y cumplimiento de condiciones de producción, conservación, transformación y empaque.

Precios y premio

Una de las mayores ventajas del Etiquetado del Comercio Justo consiste en la generación de recursos financieros que apoyen el desarrollo socioeconómico de las organizaciones de productores y de los trabajadores.

A nivel del Comercio Justo se cuenta con **precios mínimos FOB**⁵ consensuado y acordados entre los diferentes actores de la cadena. Este precio mínimo debe ser pagado por los importadores. Se cuenta con una tabla de precios mínimos para los principales productos del Comercio Justo.

Sobre ese precio mínimo se establece un Fairtrade premio, que debe ser invertido por la organización en proyectos para realizar mejoras sociales, económicas y medioambientales. El uso del premio debe ser acordado democráticamente por la organización.

En el siguiente cuadro se ejemplifica el precio mínimo FLO para cacao en grano tipo estándar y para cacao orgánico:

Estructura y funciones de FLO

FLO, como organización internacional responsable de la definición y certificación de los estándares del Comercio Justo, **garantiza que todos los productos que se venden con el Sello de Comercio "Fairtrade" en cualquier parte del mundo y que se comercializan por medio de una iniciativa nacional, son producidos conforme a los estándares de Comercio Justo y contribuyen al desarrollo de productores desfavorecidos.**

Para garantizar la **transparencia, credibilidad y legitimidad** del sello Fairtrade, FLO cuenta con una estructura administrativa y operativa que asegura una amplia participación de todos los actores vinculados a la cadena productiva y comercial del comercio justo. Así mismo garantiza independencia y transparencia en la toma de decisiones y el seguimiento sobre la certificación.

FLO cuenta con la siguiente estructura⁶ para cumplir con las funciones de:

- Garantizar estándares
- Facilitar los negocios a través de promocionar las ventas de productos de sello FLO entre productores e importadores
- Promover el apoyo a los productores

⁵ El principio del precio mínimo del Comercio Justo debe cubrir, por lo menos, el costo de producción y de vida.

⁶ Estructura FLO: para mayor información consultar www.fairtrade.net



Precios mínimo FLO para calidades de cacao en grano estándar:

- El precio mínimo FOB es de 1750 US\$ por tonelada métrica, incluyendo la prima de US\$ 150 /TM
- En caso que el precio de mercado de origen o calidad específica de cacao en grano sea superior al precio base de US\$ 1600, el precio de Comercio Justo será el precio de mercado mundial más una prima de 150 US\$/TM

Precio para cacao en grano certificado orgánico:

- El precio mínimo FOB es de 1950 US\$ por tonelada métrica, incluyendo la prima de US\$ 200 /TM
- En caso que el precio de mercado de origen o calidad específica de cacao en grano sea superior al precio base de US\$ 1750, el precio del Comercio Justo será el precio de mercado mundial más prima de 150 US\$/TM

A estos valores se pueden añadir un premio adicional por la calidad y origen del cacao, el cual se define entre el comprador y la asociación de productores.

Estructura	Funciones	Detalles
FLO Cert GMBH	Garantizar los estándares a través de un proceso de inspección y certificación independiente, transparente y competente.	a) Evaluar si los productores cumplen con los estándares de Comercio Justo; b) Garantizar que las primas del Comercio Justo sean utilizadas para el desarrollo social y económico; c) Supervisar a los comerciantes registrados con FLO para garantizar que los beneficios del comercio equitativo lleguen en forma directa a los productores, y d) Garantizar que los Sellos se utilicen solamente en productos que provienen de productores con una certificación de Comercio Justo.
FLO Unidad de Marketing – Gerentes de Productos	Facilitar los negocios	Las Iniciativas Nacionales y FLO buscan, a través de un esfuerzo conjunto de marketing, desarrollar estrategias comunes para ampliar el espacio de venta de comercio justo en los mercados. Esto se realiza a partir del análisis de mercados y tendencias para los productos procedentes de los países en vías de desarrollo, del análisis de las estructuras y los mecanismos del comercio internacional y del trabajo con organizaciones de productores
Personal de Enlace FLO	Promover el apoyo a los productores	La tercera tarea importante de FLO es apoyar a los pequeños productores y a los trabajadores que participan en el Comercio Justo, para que fortalezcan su organización y su producción. FLO ayuda a los productores a clarificar sus necesidades y planes y establece relaciones entre ellos y las organizaciones que disponen de recursos y de experiencia para cubrir dichas necesidades.

(Tomado de página web de Fairtrade)

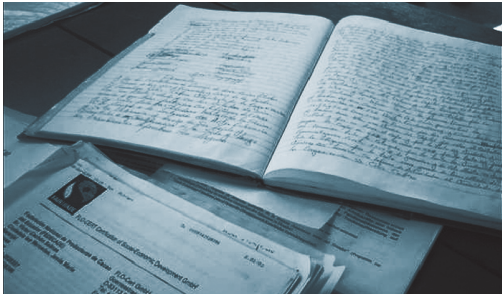
Criterios generales y genéricos para productos FLO para organizaciones de pequeños productores

Estos criterios incluyen los **requisitos mínimos** a nivel social, económico y medioambiental que se deben cumplir al ingresar al Comercio Justo o dentro de un período establecido y los **requisitos de progreso** que las organizaciones de productores deben demostrar, sobre el supuesto que un precio equitativo debe parcialmente ser invertido en el desarrollo económico, medioambiental y social de la organización.

En este sentido “**mínimo**” significa garantizar que:

- Los beneficios del Comercio Justo lleguen a los pequeños productores y/o trabajadores.
- La organización de pequeños agricultores y/o los trabajadores tengan potencial de desarrollo.
- Con los instrumentos del Comercio Justo se obtengan resultados positivos que no se podrían conseguir de otro modo.

El **grado de progreso** que FLO evalúa depende del nivel de los beneficios económicos que reciben del Comercio Justo los productores así como del desarrollo de su contexto específico.



▲ *Revisión de actas*

FLO también requiere que las organizaciones de productores y compañías cumplan la legislación nacional. Es más, prevalecerá la legislación nacional sobre los estándares de FLO cuando la primera establezca criterios más estrictos que los establecidos por FLO.

- A. Además de los criterios generales para organizaciones de pequeños productores y trabajadores contratados, FLO cuenta con criterios genéricos de comercio justo para cada producto. Para el cacao, los criterios genéricos brindan información sobre las condiciones de prefinanciamiento, fijación de precios y primas para el cacao convencional y el orgánico, así como para productos procesados, entre otros.
- B. Criterios específicos para cacao
- C. Criterios comerciales para cacao