



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EL COMERCIO JUSTO: UNA ALTERNATIVA  
DE DESARROLLO PARA CHILE Y  
SUS PUEBLOS ORIGINARIOS

Autor

ROMAIN CORRE

TESIS PRESENTADA A LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL  
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES  
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

PROFESRO GUIA : GALO LOPEZ

Viña del Mar, Junio de 2009

# INTRODUCCION

Sin duda la aplicación de la teoría de libre mercado ha sido el motor que ha impulsado el desarrollo en diversas áreas como la ciencia, el comercio y la tecnología, y muchos de los adelantos que observamos actualmente no serían posibles de otra forma. Sin embargo, junto con este crecimiento, muchos han quedado al margen, y problemáticas mundiales como el hambre, las epidemias y la pobreza extrema no han sido solucionadas aún.

Frente a este escenario, el Comercio Justo nace como una forma de comercio alternativa que busca a reducir las desigualdades preservando los derechos de los productores y trabajadores.

El objetivo de esta tesis será de tratar de definir de la forma más precisa posible qué se entiende por comercio justo y cuáles son sus aplicaciones en el mundo y más específicamente en Chile, enfocándonos en la realidad de los Pueblos Originarios y su necesidad de desarrollo. Se investigarán los principales actores del Comercio Justo en el país, se entregará un panorama general de esta alternativa de comercio, con los beneficios y ventajas así como con las dificultades y barreras que representa.

# INDICE

CAPITULO I	
SITUACION Y DESIGUALDADES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL ACTUAL	
1.1 La Teoría del Comercio Internacional Tradicional: ¿Hacia un Desarrollo para Todos?	
1.1.1 Concepto de Desarrollo	
1.1.2 Concepto de Liberalismo	
1.1.3 Concepto de Globalización	
1.2 Desigualdades Generadas por el Comercio Internacional	
1.2.1 Caracterización de las Desigualdades de Desarrollo al nivel Mundial	
1.2.2 ¿Cómo el Liberalismo Puede Explicar estas Diferencias de Desarrollo?	5
1.2.3 Contestación del Liberalismo	
1.3 El Caso de los Pueblos Originarios de Chile	5
1.3.1 ¿Quiénes son los Pueblos Originarios?	5
1.3.2 Historia de la Colonización y de la Confiscación de las Tierras	7
1.3.3 Historia Reciente de los Pueblos Originarios	8
	10
	10
CAPITULO II	
COMERCIO JUSTO: PRESENTACION, APORTES Y LIMITES	
	20
2.1 Concepto de Comercio Justo	20
2.1.1 Definición del Concepto de Comercio Justo	22
2.1.2 Origen y Evolución del Comercio Justo	23
2.1.3 Funcionamiento del Comercio Justo	25
2.1.4 Regulación del Comercio Justo	25
2.1.5 Precio Justo	25
2.1.6 Los Productos	26
2.2 Actores del Comercio Justo	
2.2.1 Las Asociaciones de Productores	
2.2.2 Las Organizaciones de Certificación y de Importación	
2.2.3 Distribuidores y Consumidores	
2.3 Situación actual del Comercio Justo en el Mundo	
2.3.1 Ventas de Productos del Comercio Justo en el Mundo	
2.3.2 Situación Actual de la Ayuda a los Productores	

28  
29  
31  
32

34  
34  
35  
39

41  
41  
42

2.4 Perspectivas de Desarrollo del Comercio Justo	
	45
CAPITULO III	45
¿COMO APLICAR EL COMERCIO JUSTO EN EL CASO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS CHILENOS?	47
	50
3.1 El Proceso de Certificación Para Trabajar Bajo el Comercio Justo	51
3.1.1 Recomendaciones Previas a la Aplicación del Comercio Justo	51
3.1.2 Contacto de la Organización de Comercio Justo y Solicitud de Certificación	52
3.1.3 Después de la Certificación	53
	55
	56
3.2 Productos Concernidos por el Comercio Justo	58
3.2.1 ¿Qué Productos Podrían Ser Exportados Bajo el Concepto de Comercio Justo en Chile?	
3.2.2 Segmentación de Mercados	
3.2.3 Requisitos para el Producto	60
3.2.4 Requisitos para la Exportación	
3.2.5 Precio del Producto	
3.3 Beneficios y Limites del Comercio Justo en el Caso de los Pueblos Originarios de Chile	62
CONCLUSION	64

## BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

## ANEXOS

45

45

## I- Situación y desigualdades en el comercio internacional actual

1-1/ la teoría del comercio internacional tradicional: ¿hacia un desarrollo para todos?

### 1-1-1/ Concepto De Desarrollo

La evolución de las sociedades desde la aparición del Hombre ha mostrado un progreso en el bienestar de la población gracias a una mejor satisfacción de las necesidades propias del ser humano. Así se podría entender desarrollo, como la cobertura y solución de ellas. Pero estas necesidades parecen haber cambiado: en las sociedades que llamamos desarrolladas las satisfacciones básicas (comer, beber ...) sin las cuales el hombre no sobrevive, parecen estar menos presentes, sin embargo, aparecieron otras. El hombre no se satisface con sobrevivir cumpliendo sus necesidades fisiológicas, sino que también reclama de la sociedad, necesidades más complejas. Maslow, en una teoría sobre la motivación humana (1943) define esta evolución de las necesidades desde las más básicas: las necesidades fisiológicas hasta las más complejas: necesidades de autorrealización (ver anexo 1). Así, podríamos llamar desarrollo a la evolución de las sociedades que satisfacen sus necesidades cada vez más complejas. Entonces, ¿Cómo una sociedad debe actuar para obtener un mayor nivel de desarrollo? Si se entiende el desarrollo como satisfacción de las necesidades en una sociedad, el estado parece tener un papel importante para obtenerlo. En

efecto, según la pirámide de Maslow la segunda necesidad del ser humano es la seguridad. En el pasado, la respuesta elegida por el ser humano a esta necesidad ha sido la creación de sociedades alrededor de una autoridad administrando la autoridad y definiendo los reglamentos. Dada la escasez natural de los recursos, el cumplimiento de las necesidades debe pasar por una buena administración de ellos. En efecto, en nuestras sociedades modernas, el hombre no se satisface con comer y beber, sino que pide al Estado acceso a la educación y a la medicina, por ejemplo. En estas condiciones, el papel del Estado debería permitir a sus ciudadanos este acceso por lo cual necesita instituciones potenciales y fiables.

Además se puede ver que el desarrollo está sumamente relacionado con el progreso tecnológico: desde el principio de la historia humana, el hombre ha inventado tecnologías que le permiten satisfacer sus necesidades. Con ese enfoque, se puede pensar que la satisfacción de las necesidades depende del acceso a servicios y bienes. Así, el papel del estado sería de crear las condiciones para que el individuo tenga este acceso a bienes y servicios. A partir de este punto se crea una correlación entre el desarrollo y la economía: bienes y servicios tienen en nuestras sociedades un valor monetario. Así, el papel del Estado es de regular la economía con el fin de permitir a sus ciudadanos el acceso a bienes y servicios. Varias opciones y estrategias existen en la organización de la economía, pero la que se ha convertido en la más usada en los últimos años ha sido el liberalismo.

## 1-1-2/ Concepto De Liberalismo

Como lo vimos antes, el liberalismo es una teoría sobre la cual se basa el Estado para organizar la economía y así permitir el desarrollo. Esta teoría se basa en hipótesis emitidas por sus creadores desde hace más de doscientos años. El objetivo mayor perseguido por el liberalismo es el crecimiento económico. Según la teoría, este crecimiento económico se obtiene si cada agente busca su beneficio propio y si está libre de emprender para generarlo. Esta teoría llamada la “mano invisible” fue desarrollada desde 1776 por Adam Smith en investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. Se estipula que si cada comprador puede elegir libremente los productos que va a comprar y que cada productor puede elegir libremente los productos que va a vender y la manera de producirlos, el mercado evolucionará hacia una situación que beneficiará a todos sus actores. Así, el papel del Estado en la teoría del liberalismo es limitado, solo se trata de asegurar la libertad de los actores económicos: la teoría de la “mano invisible” justifica que si cada uno de los actores esta libre y busca su propio beneficio (teoría basada en el individualismo del ser humano) el mercado crecerá de manera natural gracias al comercio, que es considerado como proveedor de riqueza mediante el intercambio de dinero contra la compra de un bien o un servicio. La acumulación de dinero gracias al comercio es la manera con la cual los actores económicos están recompensados naturalmente por el mercado. De manera global la acumulación de dinero en un mercado se podría entender como crecimiento económico.

La teoría del liberalismo busca favorecer el comercio internacional. En efecto, se considera que una nación y todos sus agentes económicos sacan ventaja gracias al comercio con el extranjero. Según David Ricardo y la teoría de la ventaja comparativa<sup>1</sup> (ver anexo 2), es más rentable especializarse en la producción de un producto y venderlo para crear riquezas (dinero), y después usar esa riqueza generada para comprar otros bienes que no producimos debido a la especialización. Para buscar el crecimiento económico se debe fomentar el comercio internacional y reducir las barreras que podrían dañarlo (disminución de los aranceles, creación de infraestructura que facilitan las comunicaciones). La aplicación del liberalismo y especialmente el desarrollo del comercio internacional son dos de los aspectos del fenómeno de globalización que se ha producido en los últimos años.

### 1-1-3/ Concepto De Globalización

La globalización designa el fenómeno de búsqueda del desarrollo gracias a la aplicación del liberalismo a escala mundial que se produjo desde el fin de la segunda guerra mundial. El diccionario define la globalización como: “Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.”<sup>2</sup> El concepto de globalización puede ser entendido desde el punto de vista económico pero también se puede entender como un concepto más general

---

<sup>1</sup> Teoría de la ventaja comparativa emitida en Principios de Economía Política y Tributación en 1817

<sup>2</sup> Definición del DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA - Vigésima segunda edición

caracterizando las evoluciones de las sociedades al nivel mundial hasta una estandarización en los ámbitos financieros, tecnológicos, políticos y sociales.

En el ámbito económico y financiero, los mercados evolucionaron desde una escala nacional hacia una escala internacional, donde los diferentes factores: capital y mano de obra circulan con más velocidad y menos obstáculos. Eso explica cómo empresas se convirtieron desde empresas nacionales en multinacionales. Las multinacionales son “empresas que están en capacidad de expandir la producción y otras operaciones alrededor del mundo, así como de movilizar plantas industriales de un país a otro. Su poder de negociación es muy fuerte y su importancia en la economía mundial se ha incrementado con el proceso de reestructuración económica y globalización”<sup>3</sup>. Estas empresas han tomado un papel cada vez más importante en la economía y en las áreas del poder al nivel mundial.

El desarrollo y la internacionalización en el dominio de la tecnología puede ser considerado como efecto y consecuencia de la globalización: Los mejoramientos en las comunicaciones (transporte internacional de personas y de mercancías, internet y computación ...) han permitido de facilitar los intercambios internacionales reduciendo los plazos y los costos. Así

En el ámbito político y social, la difusión de la democracia puede ser considerada como una ventaja de la globalización, aunque todavía no está presente en todo el mundo y

---

<sup>3</sup> Diccionario de la Real Academia Española ed. 2008

algunas potencias nacies que sacan ventajas de ella como China, que no se inscriben en este modelo político. Los progresos en los ámbitos políticos y sociales son los más discutidos al nivel mundial. Más, se ha creado en los últimos años un movimiento internacional de crítica a la globalización y al liberalismo: se considera que el liberalismo ha generado un aumento de las desigualdades y no ha mejorado el cumplimiento de los derechos humanos. Se estudiará en la parte siguiente, en que se basa esta crítica de la globalización.

## 1-2/ Desigualdades Generadas Por El Comercio Internacional

En la parte anterior, vimos como se caracterizaba el concepto de desarrollo y como el liberalismo y la globalización pretenden a lograr este desarrollo. Pero se debe constatar que este desarrollo no está compartido de manera igual en las diferentes partes del mundo.

### 1-2-1/ Caracterización De Las Desigualdades De Desarrollo Al Nivel Mundial

Basándose en la definición de desarrollo como cumplimiento de las necesidades humanas, tenemos que constatar que el desarrollo no está presente por todas partes. Quedan muchos lugares en el planeta donde las necesidades más básicas no son cumplidas: la hambre todavía existe (Actualmente se estima que casi mil millones de personas en el

mundo sufren hambre y malnutrición, frente a los 825 millones de hace una década<sup>4</sup>), el acceso a agua potable no está asegurado para todos (en 2002, una de cada seis personas no tenía acceso a agua potable<sup>5</sup>), el nivel de acceso a la medicina y a la educación sufre de divergencias mayores (ver anexo 3).

Se ha tratado de medir el desarrollo tomando en cuenta la economía y el cumplimiento de los requeridos numerados con anterioridad. Así, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha elaborado el Índice de Desarrollo Humano (IDH) que toma en cuenta el crecimiento económico, la tasa de alfabetización y la esperanza de vida (ver anexos 4). Aun las imperfecciones de este índice (el desarrollo como se explico antes es difícil de definir y por lo tanto difícil de medir de manera objetiva), este índice nos da una idea del desarrollo y de las desigualdades al nivel mundial(ver anexo 5).

Considerando las cifras dadas por este tipo de índices, no se pueden negar las desigualdades de desarrollo, más, si se consideran éstos, de manera histórica, podemos ver que el progreso no ha sido obtenido por todos. Se ha creado una fractura o brecha entre los países desarrollados con un IDH cerca de 1 y los países que tienen un desarrollo mínimo con IDH cerca de 0. Para ilustrar estas desigualdades el PNUD ha clasificado los países en tres categorías: los Países desarrollados ( $IDH > 0,8$ ), los países en Desarrollo ( $0,5 < IDH < 0,8$ ) y los Países Menos Avanzados ( $IDH < 0,5$ ).

---

<sup>4</sup> Estadísticas elaborada por la FAO : Food and Agriculture Organization marzo 2009

<sup>5</sup> Cifra de la unicef

Entonces, ¿Por qué si la globalización es un fenómeno mundial de difusión del liberalismo y del desarrollo, aún quedan países menos avanzados? Que justifica que algunos países no están “en desarrollo”

### 1-2-2/ ¿Cómo El Liberalismo Puede Explicar Estas Diferencias De Desarrollo?

Como se mencionó antes, existen largas diferencias de desarrollo, ¿Cuáles son las razones a este hecho? ¿Cómo la teoría del liberalismo podría explicar estas desigualdades?

#### 1-2-2-1/ Presencia de Determinismos Que Impiden el Desarrollo

Lo primero que se puede pensar es que los países no desarrollados son así porque simplemente no pueden: en efecto el concepto estipula que el desarrollo es el objetivo mayor para todas las sociedades. Siguiendo esta hipótesis, si los países no son desarrollados no es porque no lo quieren, sino porque no lo pueden. Entonces hay que definir que les impediría desarrollarse. Lo primero que se viene en mente, sería la presencia de un determinismo: es decir, la realidad de un hecho que iría en contra del desarrollo.

El determinismo más evidente sería la falta de recursos naturales, pero la realidad muestra que algunos países con muchos recursos, no están desarrollados y otros, como Japón, están desarrollados a pesar de la escasez en materias primas. Se podría también imaginar un determinismo de medios físicos, por ejemplo: el clima tropical que dificulta el trabajo de las personas, lo que impide el desarrollo, sin embargo, este determinismo, está ahora

desechado. Otro determinismo podría ser el demográfico: El subdesarrollo se asocia a la sobrepoblación. Este determinismo también es rechazado gracias al mismo ejemplo de Japón.

La influencia religiosa, como la desarrollo Max Weber en La ética Protestante del capitalismo podría ser una barrera aunque no está totalmente rechazada, ya que no justifica por sí solo el acceso al desarrollo: países de las principales religiones están en camino de desarrollo. Otro determinismo que no está totalmente rechazado es la presencia de una clase empresarial como requisito de desarrollo, pero nuevamente esto no parece ser la única condición para acceder o no a este. Si descartamos la existencia de criterios que lo permitan o dificulten, es que cada país debe ser capaz de desarrollarse.

Entonces, ¿Por qué existen países desarrollados y otros no, si eso es el objetivo de cada sociedad y no existe un criterio que impida el desarrollo? Para responder a esta pregunta se crearon modelos que tratan de analizar el proceso de desarrollo: Si los países no son igualmente desarrollados es que su evolución es progresiva y el resto no ha llegado al mismo nivel. ¿Por qué unos se han desarrollado más rápido que otros? Para responder esa pregunta vamos a analizar dos modelos de desarrollo: La teoría del despegue económico y la teoría estructuralista del desarrollo.

#### 1-2-2-2/ Modelos Del Desarrollo

##### - **Teoría del despegue económico (W.W Rostow)**

No se puede negar el beneficio generado por el liberalismo: las ventajas supuestas por la teoría (incremento de los intercambios y creación de riqueza) se han cumplido, pero es necesario subrayar que todos no parecen haber disfrutado igualmente estos beneficios. En efecto, se ha creado una fractura importante entre los países desarrollados, que han aprovechado las oportunidades generadas por el liberalismo y los países menos avanzados (PMA) que todavía quedan en margen de la globalización y no se han desarrollado con el mismo desempeño. Esta diferencia sigue existiendo aunque el liberalismo debería beneficiar a todos los actores del mercado. Para explicar este hecho, varias teorías tratan de analizar el desarrollo mediante las condiciones y los diferentes pasos necesarios para lograr desarrollarse. W.W Rostow<sup>6</sup> divide el proceso de desarrollo en 5 etapas:

**Etapa 1:** Sociedad Tradicional: Actividad de subsistencia, intercambio de mercancías vía trueques y la agricultura como industria principal.

**Etapa 2:** Etapa de Transición: Se reúnen las condiciones al despegue con el incremento en la especialización en el trabajo, la creación de infraestructura para el comercio, y el comercio de materias primas con el exterior.

**Etapa 3:** Despegue Económico: Aumento rápido de la industria y de las inversiones, evolución de las instituciones políticas y sociales.

**Etapa 4:** Camino de la madurez: Diversificación de la economía en nuevas áreas, innovación tecnológica y menos dependencia de las importaciones

**Etapa 5:** Consumo a Gran Escala: Consumo masivo, crecimiento de los servicios.

---

<sup>6</sup> Teoría del « take-off » o “despegue” desarrollado en el libro "Las etapas del crecimiento económico"

Con esta teoría se podría explicar las diferencias de desarrollo que existen ahora: Si ciertos países PMA son menos desarrollados, es únicamente por una razón de tiempo: No han alcanzado hasta ahora pasar las diferentes etapas.

La teoría del despegue económico estipula además que si se realiza inversión extranjera en la tercera etapa, y el país ya ha pasado las dos primeras, se va a generar un crecimiento muy rápido hacia la madurez económica.

Con este modelo, todos parecen disfrutar del liberalismo y se apoyan en él para desarrollarse. Pero esta teoría no alcanza a explicar las desigualdades entre los países y es cada vez más criticado, como generador de desigualdad y de barrera para el desarrollo de países con comunidades más pobres.

#### - **Teoría estructuralista del desarrollo**

La Teoría estructuralista del desarrollo trata de explicar las diferencias de desarrollo entre los diferentes países. Esta teoría divide el mundo entre un centro compuesto por los países ricos y las periferias: Los países pobres. En esta teoría, los países pobres son dependientes del centro y no tienen la oportunidad de desarrollarse. Esta dependencia a la vez comercial, financiera, industrial y tecnológica puede, en efecto, constituir un freno al desarrollo de las periferias.

#### 1-2-2-2-1/Dependencia Comercial

En el ámbito comercial podemos pensar que las reglas emitidas por las instituciones internacionales (Organización Mundial del Comercio (OMC), Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Internacional de Desarrollo(BID)) son principalmente influenciadas por las necesidades de los países ricos y quizás no son adaptados a países pobres. Así, por ejemplo, los préstamos acordados por el FMI tienen como condición la apertura de la economía a las importaciones extranjeras pero a veces esta medida ha tenido un efecto muy perverso por las economías de ciertos países. En África Subsahariana por ejemplo, algunos países producen algodón a gran escala pero la apertura de sus fronteras al algodón importado, ha permitido la entrada del producto americano, que tiene un precio más bajo gracias a los subsidios ofrecidos por EE.UU. Así los productores de algodón han perdido una gran parte de la demanda interna para sus mercancías.

#### 1-2-2-2/ Dependencia Financiera

Dada la riqueza generada por el comercio en los países desarrollados y la necesidad de obtener siempre más capital para invertir en nuevos proyectos, se ha desarrollado en los países ricos una economía paralela, un mercado especial dedicado al capital. Esta área de la economía y las finanzas, ha tenido un papel cada vez más importante y se ha extendido al mundo durante el proceso de globalización. Este sistema muy competitivo en los países del norte ha sido impuesto a los países del sur, ha tenido algunas ventajas para estas economías: Facilitación de las inversiones directas al extranjero (IDE) y acceso más fácil a capitales para invertir. Pero se puede preguntar si ese sistema está realmente adaptado a esos países: El liberalismo los obliga (vía reglas del OMC, por ejemplo) a abrir su mercado

de capital a las inversiones extranjeras, pero eso tiene una desventaja: Estos países pierden la propiedad de lo que se produce en su territorio y no disfrutan del crecimiento generado por la producción en su país porque los beneficios se van gracias el sistema financiero a los accionistas que a muchas veces viven muy lejos.

#### 1-2-2-2-3/ Dependencia Industrial

Como lo explicábamos antes, las finanzas han quitado a los países más pobres la propiedad de lo que se produce en sus territorios, pero además sufren de una dependencia industrial: Las industrias extranjeras les venden sus productos a precios más baratos de los que produjeron ellos. Esos países no tienen el capital suficiente para desarrollar sus propias industrias. Además, no serían capaces de desarrollar industrias competitivas: Las economías de escalas generadas por el aprendizaje que han acumulado los otros países y el retraso tecnológico, no les permiten desarrollar industrias por ellos mismos, sino que dependen de la inversión extranjera. La inversión extranjera permitiría generar aprendizaje para después, desarrollar industrias nacionales competitivas (como pasó en China, por ejemplo) pero en la mayoría de los casos, los procesos de producción son divididos entre varias plantas así que unos países producirían solo productos semi-elaborados y si quisieran venderles, tendrían como compradores compañías multinacionales, con las cuales no tienen poder de negociación.

#### 1-2-2-2-4/ Dependencia Tecnológica

Los países menos avanzados son dependientes de la tecnología de los países desarrollados, pero la tecnología permite alcanzar el crecimiento económico y se hace

parte del desarrollo. Los departamentos de Investigación y Diseño (I&D) son generalmente ubicados en los países del Norte (necesitan empleadores muy calificados) y son ellos que generan las tecnologías cuyas propiedades están dictadas según la ley de propiedad intelectual y el sistema de patentes. Así, un país del sur que quiere usar una tecnología nueva tiene que pagar un derecho por su uso. La dependencia tecnológica está relacionada con la dependencia industrial: Los países del sur si quieren desarrollar una industria propia tienen que pagar la tecnología (las maquinas) necesaria para la producción, lo que tiene un costo muy elevado. Además, las tecnologías para los consumidores también tienen un costo muy alto fijado por el poder adquisitivo de los países del norte y no están al alcance de la mayoría de los consumidores del sur.

### 1-2-3/ Contestación del Liberalismo

El liberalismo está visto según la teoría, como una manera de conseguir el crecimiento económico más alto, lo que se debería concretizar por la obtención del desarrollo. Pero con la globalización el liberalismo se ha extendido a muchos países con resultados variables. Si el modelo de despegue económico trata de explicar que el acceso al desarrollo está un camino largo, marcado por varias etapas, también se nota que la aplicación de las reglas de libre comercio no han permitido a ciertos países desarrollarse como lo trata de explicar la teoría estructuralista del desarrollo. En efecto, en los últimos años, más que permitir a todos el acceso al desarrollo, la globalización ha generado un aumento de las diferencias entre los países más ricos y los más pobres. Ciertos pueblos parecen haber sido descartados de los beneficios generados por la globalización. Así la

aplicación de plan de ajustes en África, que trataban de resolver los problemas económicos de esos países mediante la aplicación de reglas neoliberales como la baja de los aranceles, la suspensión de los subsidios, la flexibilización del mercado del trabajo, los recortes presupuestarios de las diferentes instituciones, han tenido resultados criticados por instituciones internacionales. La conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) decía que bastaba atender a la evolución de ciertos valores macroeconómicos y sociales para concluir que los resultados en África subsahariana han sido diferentes, pero en general decepcionantes. Casi ningún país ha conseguido por medio de ellos, volver a la senda de un crecimiento sostenido. Durante los ochenta, la aplicación de esos ajustes estructurales y algunas variables, como la renta per cápita o la proporción de las exportaciones o inversiones con respecto al total mundial, permitieron un considerable descenso de los valores.

Entonces frente a las fallas del sistema neoliberal que se mencionan anteriormente, no se permiten a todas las poblaciones, alcanzar el desarrollo y satisfacer sus necesidades primarias, por lo tanto, se deben imaginar soluciones alternativas. El comercio justo se presenta como una de estas.

## 1-3/ El Caso De Los Pueblos Originarios De Chile

### 1-3-1/ ¿Quiénes Son Los Pueblos Originarios?

Existen muchos términos para designar estos pueblos presentes en el territorio antes de la colonización y que han conservado sus formas y modos tradicionales de vida en sus tierras originales a lo largo del tiempo: Indígenas, aborígenes, originarios, nativos, autóctonos, cuarto mundo. Además de esos numerosos términos, existen varias definiciones para tratar de aclarar cada uno de esos términos. Se ve muy difícil definir de manera precisa y universal lo que es un pueblo originario (que podríamos también llamar indígena, nativo) La Organización Internacional del Trabajo define en el convenio 169 (convenio firmado en marzo 2008 por Chile, y fundamental por los derechos de los pueblos originarios) los pueblos originarios como :

*”(a) A los pueblos tribales en países independientes, cuyas condiciones sociales, culturales y económicas les distingan de otros sectores de la colectividad nacional, y que estén regidos total o parcialmente por sus propias costumbres o tradiciones por una legislación especial.*

*(b) A los pueblos en países independientes considerados indígenas por el hecho de descender de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica a la que pertenece el país en la época de la conquista o colonización o del establecimiento de las actuales fronteras estatales y que, cualquiera sea su situación jurídica, conservan todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas o parte de ellas”.*

En Chile, se adoptó en 1993 la ley indígena que considera como pueblos indígenas a *“los descendientes de las agrupaciones humanas que existen en el territorio nacional desde los tiempos precolombinos, que conservan manifestaciones étnicas y culturales propias siendo para ellos la tierra el fundamento principal de su existencia y cultura”*

Aún siendo estas definiciones emitidas por instituciones nacionales e internacionales queda claro que estas definiciones son imperfectas y no caracterizan perfectamente todos los pueblos originarios. De hecho se podría pensar que finalmente, cada pueblo originario se auto-identifica con un nombre, el cual, sólo en ocasiones, es reconocido y usado por quienes los rodean.

En Chile, de esos pueblos prehispánicos, algunos aun existen mientras otros ya se han extinguido.

Pueblos originarios que todavía están presentes en el territorio chileno y están reconocidos por el estado chileno.

Aymara, Atacameños, Colla, Quechua, Rapa Nui, Mapuche, Kawashkar, Yagan

Pueblos originarios extintos.

Caucahues, Changos, Diaguitas, Picunches, Cuncos, Chonos, Aonikenk, Selk'nam

En el último censo de 2002, se han contado 692.192 personas de más de 14 años considerados como originarios lo que representa 4,6% de la población Chilena. Si el

numero de originarios ha aumentado desde 1907, momento en cual se contaba solo unos 101.118 personas (3,1% de la población) también se debe considerar una reducción de los originarios en la historia actual: En el censo de 1992 que consideraba solo la pertenencia a las etnias Mapuche, Aymara y Rapa Nui, se contabilizaba 998385 personas (mayores de 14 años) lo que representa una disminución de casi 30% entre 1992 y 2002. Dentro esta población originaria, la etnia mas representaba son los Mapuches que representan 87,3% de los pueblos originarios y 4% de la población Chilena ( ver anexo 6).

#### 1-3-2/ Historia De La Colonización y De La Confiscación De Las Tierras

Cuando llegaron los primeros españoles encontraron ocupada la mayor parte del territorio que hoy forma la nación chilena por un pueblo de indígenas que hablaban una sola lengua y practicaba desde una iguales usos y costumbre, con un número de individuos prudencialmente calculado en medio millón de habitantes. Los aborígenes cultivaban papas, maíz entre otros y tenían un principio de vida pastoral con la crianza de llamas. Durante la conquista, los gobernadores agraciaban a sus soldados más valientes con encomiendas en las cuales trabajaban centenares de hombres originarios. Así, nacieron, poco a poco inmensas haciendas que sirvió de pedestal a la clase directoral de la colonia (estaba prohibido de vender las tierras o darles) dado que se quedaron vinculadas en forma de mayorazgos o de censos perpetuos. Las grandes extensiones de tierras disponibles para los colonizadores superaban sus necesidades (dado la escaza de hombres al principio de la colonización). De este modo, las encomiendas se encontraron a proximidad de las ciudades con el objetivo además de vigilarles. Así, fue necesario desplazar a sus primitivos

poseedores hacia localidades alejadas. Solo quedaron algunos núcleos de encomendados requeridos para los trabajos de las ciudades y del contorno agrícola. En teoría, la tierra americana constituía una regalía de la corona castellana que reconocía el derecho previo de los indígenas en los terrenos utilizados por ellos. Además, todas las concesiones de tierras eran hechas bajo condición de que no perjudicasen a los indios ni a terceros, también debía obtenerse la confirmación del rey. Pero, estas condiciones jamás tuvieron un cumplimiento riguroso, y la costumbre local impuesta por los conquistadores les suplantaron. En estas haciendas como en las fronteras de guerras se empezaron a mezclar y confundirse la sangre castellana y aborígen.

Por otra parte hay que considerar, el caso único de los mapuche quien al sur de Chile impusieron una exitosa resistencia a la conquista, siguiendo independientes durante 260 años gracias a victorias militares y a acuerdos de paz. Los mapuches se sometieron definitivamente solamente al fin del siglo XIX al estado independiente de Chile lo que influya en la manera de considerar la historia de este pueblo.

### 1-3-3/ Historia Reciente De Los Pueblos Originarios

Desde el fin de la colonización hasta ahora, las condiciones de los pueblos originarios han pasado por progresos y regresos. Sufrieron de discriminación en la vida cotidiana y en el ámbito económico. La confiscación de las tierras desordenó las sociedades y la presencia española no se cambió con la independencia. Al margen de la sociedad chilena naciente, estos pueblos originarios vieron algunos progresos en su

condición de vida bajo el gobierno de Salvador Allende quien empezó una política de devolución de las tierras y la creación de cooperativas agrícolas, mejorando los derechos de los pueblos originarios. Estos mejoramientos fueron de corto plazo y el golpe de estado de 1973 cambio las reglas. La discriminación con los pueblos originarios aumentó durante la dictadura, (un ministro del gobierno de Pinochet declaró “en Chile no hay indígenas, hay solamente chilenos”), nuevas confiscaciones de tierras (se estudiará en el próximo párrafo) y la represión policial hacia los indígenas.

El regreso a la democracia ha permitido poco a poco un mejoramiento en las condiciones de vida de estos pueblos. La ley indígena (ley n°19.252) aprobada en 1993, que reconoce la calidad de indígena, (ver primer artículo en el anexo 8) fue un primer paso.

La firma del convenio 169 de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en marzo 2008 fue otro progreso significativo.

Hoy, la problemática de los derechos de los pueblos originarios parece una prioridad del gobierno chileno: Varias instituciones (como el CONADI) fueron creadas y programas de ayuda al reconocimiento y al desarrollo son unos ejemplos. Todavía quedan progresos que cumplir: Las poblaciones indígenas siguen siendo de los más pobres de Chile, y las discriminaciones en la vida cotidiana persisten. Así, una encuesta de la Fundación Chile 21 de 2004, revela que un 42,7% de los y las entrevistadas considera que los indígenas son las personas más discriminadas socialmente. Las estadísticas del censo de 2002, muestran bien las diferencias en terma de desarrollo entre las poblaciones indígenas y las poblaciones no indígenas en Chile (ver anexo 9).

## II- Comercio Justo: Presentación, Aportes y limites

Aunque la teoría del liberalismo pretende que el comercio internacional favorezca el crecimiento económico que debe engendrar el desarrollo, se debe notar que las desigualdades en el nivel de vida a escala mundial siguen existiendo. Más visible, a escala nacional, hay diferencias de desarrollo entre las poblaciones de un mismo país como lo muestra el caso en Chile de los pueblos originarios. El comercio justo se presenta como un ejemplo de economía alternativa y solidaria en el que se favorece el desarrollo de los pueblos productores.

## 2-1/ Concepto De Comercio Justo

### 2-1-1/ Definición Del Concepto De Comercio Justo

Varias definiciones existen para explicar el concepto de comercio justo. Cada uno de los organismos del Comercio Justo lo define según los valores que le aplican. La definición siguiente es una de las más usada (dado que esta emitida por la FINE que agrupa de manera informal los principales organismos certificadores del Comercio Justo: FLO, IFAT, NEWS, EFTA):

*“El comercio justo es una asociación de comercio que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y*

*desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”.*

Esta definición es completa: Ilustra lo que critica el Comercio Justo y por lo cual se pone como alternativa: El comercio internacional convencional y los objetivos que se fija en cuanto a la protección de los productores.

De manera práctica, el comercio justo hace la relación entre los productores del Sur que sufren de discriminación económica y los consumidores del Norte que se preocupen de la solidaridad al nivel mundial. Así, el comercio justo toma el papel de intermediario en el comercio de bienes entre los productores de los países más pobres (comúnmente llamados países del Sur) y los consumidores. Este papel en el comercio internacional tradicional está organizado por varias empresas que toman márgenes a cada etapa de la cadena logística lo que aumenta los precios para los consumidores y baja los precios de venta por los productores. El Comercio Justo trata de disminuir el número de intermediarios para retribuir al productor un precio de compra más justo, es decir que le permite de vivir de manera digna y de empezar programas de desarrollo en las asociaciones de productores.

## 2-1-2/ Origen y Evolución Del Comercio Justo

Fue en 1964, en el seno de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), cuando se oyó por primera vez el grito de “Comercio, No Ayuda”. En aquel momento, los países altamente industrializados eludían problemas vitales tales como el precio de las materias primas y la apertura de los mercados, centrando

sus actuaciones sobre los países del Sur en la concesión de créditos y Ayuda Oficial para el Desarrollo (AOD). Durante la segunda Conferencia de la UNCTAD en 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio más justo, pero el resto del mundo hizo caso omiso a sus exigencias.

En la Europa de los 60, los problemas Norte-Sur fueron recogidos por diferentes colectivos que empezaron a protestar contra el comercio internacional y la desigual repartición del poder. Entre estos grupos, nació la idea de crear “tiendas UNCTAD” para vender productos del entonces denominado *Tercer Mundo*, cuya entrada en el mercado europeo era obstaculizada por los aranceles y otras barreras a la importación.

En abril de 1969, se inaugura la primera “tienda solidaria” en el pueblo holandés de Breukelen. Fue el inicio de un periodo de rápido crecimiento pues en tan sólo dos años los Países Bajos ya poseían 120 tiendas de este tipo y el movimiento se extendió rápidamente a Suiza, Alemania, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. Con la apertura de las tiendas de Comercio Justo, la artesanía como gama de productos empieza a demandarse cada vez más.

En la década de los 70, tiene lugar un debate ideológico sobre los objetivos del Comercio Justo, así se plantea la venta de productos no como un objetivo en sí mismo, sino como una manera de dar información y concienciar a la población. El resultado fue la conversión de las tiendas solidarias a sedes de las campañas y acciones sociales del movimiento de Comercio Justo.

En los años 80 cambia la perspectiva y se le vuelve a otorgar tanta importancia a la venta como a las campañas y a la educación en el Norte. El desarrollo de nuevos productos

y la mejora de la calidad empiezan a ganar terreno, siendo el momento en que se comienza a trabajar con los grupos productores en la creación de artículos variados. Asimismo, se pone el acento en otros temas tales como el marketing o la comunicación con miras a llamar la atención del consumidor.

### 2-1-3/ Funcionamiento Del Comercio Justo

El Comercio Justo pretende reducir las desigualdades que sufren los productores más desfavorecidos de los países del Sur. Varias organizaciones trabajan con este concepto y si existen algunas diferencias en su modo de operar, la forma general de actuar es casi siempre la misma. En el Sur los productores se organizan en asociaciones de productores que deben cumplir con normas de igualdad y de funcionamiento democrático entre los miembros. Las organizaciones del comercio justo, generalmente se organizan como ONG se aproximan de estos grupos, y tratan de instalar una colaboración de confianza a largo plazo. Se trata de organizar los procedimientos de producción de manera que sean eficientes y que garanticen la calidad del producto y la protección del medioambiente. Se garantiza al comercio un precio justo (ver parágrafo siguiente) y en ciertos casos el pago adelantado de las mercancías. Estas organizaciones se encargan de la exportación de los productos y de su distribución mediante tienda especializadas o en el circuito de distribución tradicional. Se trata de insertar los productos de esos productores marginados en el mercado de los países del Norte, dándoles una ventaja comparativa gracias al aspecto ético de los productos. La otra misión de las organizaciones trabajando bajo el comercio

justo y de las instituciones estatales es sensibilizar a las poblaciones del Norte sobre las desigualdades que sufren los productores del Sur y el consumo responsable.

#### 2-1-4/ Regulación Del Comercio Justo

El hecho de que existen varias organizaciones trabajando bajo el comercio justo y proveniente de varios países complica la regulación de este modo de comercio. En efecto, ¿Cómo garantizar al consumidor que los valores defendidos por el comercio justo están aplicados en la relación que tienen con los productores? Para asegurar la calificación de producto proveniente del comercio justo, se han creado organizaciones de certificación, cual gracias a un sello garantizan al consumidor la buena aplicación de las valores promuevas por el Comercio Justo. Estas organizaciones emiten un reglamento en el que productores como asociaciones se comprometen a respetar varias reglas de buena conducta. (ver anexo 10).

Existe poca regulación de la parte de los estados para la aplicación de la apelación “Comercio Justo”. Una de las primeras tentativas para reglamentar este nuevo tipo de comercio fue hecho por el parlamento de la Unión Europea quien emitió esta lista de compromisos al cual se deben someter las asociaciones para usar la apelación de “producto hecho bajo el sistema de Comercio Justo” :

- a) Un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe

igualar, por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo.

- b) Parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita, una relación estable y a largo plazo con los productores, así como la intervención de éstos en el establecimiento de normas de comercio justo.
- c) Transparencia y rastreabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor.
- d) Condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- e) El respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social.
- f) Programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo.
- g) El respaldo a la producción y la entrada al mercado de las organizaciones de productores.
- h) Actividades de sensibilización sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional

- i) El seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación.
- j) Evaluaciones de impacto periódicas sobre las actividades relacionadas con el
- k) comercio justo.

#### 2-1-5/ Precio Justo

En el comercio tradicional, el consumidor elige aquellos artículos cuyo precio es menor. Al final de la cadena logística, el dinero que percibe el productor marginado, una vez deducidos los gastos de producción, no le permite mejorar sus condiciones de vida y, con ello, la situación de pobreza se perpetúa. Al contrario, el carácter alternativo de las organizaciones de Comercio Justo reside en pagar por las mercancías un precio que cubre tanto los costos de producción como, al menos, las necesidades vitales del productor. Este Precio Justo puede llegar a exceder en un 70% al pagado por los negociantes tradicionales, lo que permite a los productores pasar de una producción de supervivencia a la creación de una empresa estable y fuerte. ¿Cómo se determina el Precio Justo? En algunos casos, se hace en función de normas internacionales; en otros, las organizaciones de Comercio Justo respetan el mercado por los productores, salvo cuando éste es excesivamente elevado para el mercado, en cuyo caso, ambas partes negocian.

El Precio Justo es pues la base del consumo solidario, en el que se evidencia que los mercados no sólo responden a los precios, sino también (y cada vez en mayor medida) a

las características del producto, como la calidad, la apariencia y otros aspectos no materiales.

#### 2-1-6/ Los Productos

Los productos provenientes del comercio justo son generalmente de dos tipos: Las materias primas y la artesanía. Se pueden añadir además algunos productos manufacturados.

La artesanía fue el primer sector incluido por el comercio justo, se trata de valorizar el tacto de los productores del Sur y mejorar sus condiciones laborales. Además del lado ético de estos productos, la exclusividad y la autenticidad son sus mejores argumentos de venta.

Las materias primas son ahora los productos más producidos bajo el sistema de comercio justo. Los productores de materias primas son unos de los más desfavorecidos dado la caída de los precios de estas y sus faltas de poder de negociación. El café es seguramente el producto más vendido y más famoso del comercio justo pero muchos otros productos están incluidos: (té, arroz, frutas secas, frutas frescas, cacao, miel, azúcar de caña, nueces y semillas).

Los productos manufacturados son una nueva área explorada por el comercio justo que trata de asegurar el carácter ético del comercio justo en toda la cadena desde la extracción de materias primas hasta la producción y la distribución. Algunos de estos productos son los jugos de frutas, los productos textiles (hecho gracias a algodón proveniente del comercio justo) o productos más insólitos como balones.

Los productos deben cumplir con exigencias de calidad y de respecto al medioambiente. En efecto, una de las hipótesis del Comercio Justo es que un productor que

disfrute que condiciones de trabajo dignas acuerda más importancia a la calidad de sus productos. Además, la calidad del producto es necesaria a la hora de justificar el precio en general un poco más alto de los productos con el sello del comercio justo en los supermercados.

Una de las otras exigencias del comercio justo es el respecto del medioambiente (elemento importante del movimiento de antiglobalización). Esta exigencia está más o menos desarrollada según los productos en efecto este criterio es opcional en ciertas organizaciones del comercio justo y obligatorio en otras. El respecto del medioambiente se caracteriza muchas veces por el respeto de los criterios de la agricultura biológica y permite a los productos de disfrutar de un doble sello: Producto proveniente del comercio justo y hecho bajo los principios de la agricultura biológica.

## 2-2/ Actores del Comercio Justo

### 2-2-1/ Las Asociaciones De Productores

Para trabajar bajo el sistema de comercio justo, los productores deben organizarse en asociación de productores cuyo funcionamiento debe respetar reglas de igualdad y no discriminación. Estas asociaciones se ponen en contacto con organizaciones de comercio justo, que verifican que las condiciones de trabajo en la asociación son en acuerdo con los criterios del comercio justo (ver anexo 11) y se desarrolla una relación de confianza de largo plazo entre los dos actores.

FLO (Fairtrade Labelling Organization) define el pequeño productor con los siguientes criterios:

- El trabajo del productor y el de los miembros de su familia constituye una parte significativa del trabajo agrícola total que se lleva a cabo en su finca.
- La mayor parte del tiempo de trabajo del productor se dedica al trabajo agrícola en su propia finca.
- Los ingresos de las actividades agrícolas del productor constituyen la mayor parte de sus ingresos totales.
- El capital, los activos y la infraestructura necesarios para la agricultura son tales que la comercialización colectiva es necesaria para poder vender al mercado de destino.

En muchos casos, las organizaciones agrupan todos los productores de un pueblo. Se trata de elaborar con estas asociaciones planes de desarrollo, de crecimiento y mejoramiento de la producción. Las primas pagadas por el comercio justo permiten la compra o fabricación de nuevos instrumentos de producción (compra de material motorizado, fabricación de planta) que están a la disposición de los trabajadores. Se trata también de asegurar el desarrollo de estos pueblos gracias a instalaciones mejorando el bienestar general: Construcción de carreteras, mejoramiento de los sistemas de comunicación, construcción de escuelas o de hospital por ejemplo.

Estas asociaciones deben funcionar de manera democrática y las decisiones son tomadas de manera que todos pueden dar su opinión a propósito de las condiciones de trabajo o las inversiones que se pueden realizar gracias al dinero proveniente de las ventas de sus productos. La organización de los productores en asociación permite una mejor eficiencia de las organizaciones del comercio justo: es más fácil tratar con una asociación organizada

que con los productores caso a caso. Además, este sistema permite hacer inversiones más importantes que sirven, a todos.

### 2-2-2/ La Organizaciones De Certificación y De Importación

Si al principio, las organizaciones importadoras y distribuidoras de productos del Comercio Justos estaban mayormente en pequeñas asociaciones aisladas, el sector se ha organizado y aparecieron organizaciones de escala mundial que agrupan varias asociaciones y actúan en varios continentes. Existen hoy, cuatro grandes organizaciones que representan la inmensa mayoría de las importaciones de productos del comercio Justo: EFTA, ITFA, NEWS y FLO. Especializadas en diversas áreas del Comercio Justo, estas organizaciones se complementan y colaboran en ciertos ámbitos para una mejor desarrollo de las actividades del comercio justo.

#### 2-2-2-1/ EFTA

La Asociación Europea de Comercio Justo nace de la coordinación de once organizaciones de comercio justo (los importadores) de nueve países europeos. Fundada en enero del 1990, después de diez años de cooperación informal, quiere estimular la cooperación a nivel práctico entre sus miembros, aplicar políticas y estrategias comunes, brindar un apoyo conjunto a los productores y luchar por la adopción de los principios del comercio justo en las prácticas comerciales europeas. Los miembros de esta asociación importan hasta el 60% de los productos provenientes del Comercio Justo al nivel mundial.

La importancia de la EFTA en el comercio justo y las organizaciones comerciales sigue creciendo. Se armonizan progresivamente las políticas con respecto a los productores y se hace un uso creciente de los conocimientos y la experiencia de sus miembros: Gepa (Alemania) es el experto en productos de cultivo biológico, OS3 (Suiza) es el especialista del cacao y el chocolate, mientras Fair Trade Organisatie (Países Bajos) se encarga del café.

Además, la Unión Europea es una unidad en el ámbito comercial, puesto que las medidas políticas en este campo (los aranceles sobre los productos del Tercer Mundo, por ejemplo) se toman en Bruselas. EFTA intenta convencer a la UE para que dé más entrada en el mercado único a los productos del Sur. Y ya ha cosechado su primer éxito: en enero 1994, el Parlamento europeo se comprometió a promover acuerdos justos en el campo de materias primas y suprimir las restricciones comerciales que afectan sobre todo a pequeños productores.

#### 2-2-2-2/ IFAT

Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT): integrada por 148 organizaciones de Comercio Justo, tiene como objetivo el desarrollo de campañas y la promoción de un foro de discusión y coordinación entre grupos de importadores y productores.

La Asociación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) desarrolló un sistema de monitoreo para las Organizaciones de Comercio Justo. Para poder fortalecer la credibilidad de estas organizaciones frente a políticos, a empresas predominantes y a

consumidores, la marca de Organización de Comercio Justo de IFAT se lanzó en enero de 2004. La marca de OCJ está disponible a las organizaciones miembro que cumplen con los requisitos del sistema de monitoreo de IFAT y los identifica como Organizaciones de Comercio Justo registradas. IFAT está trabajando con FLO en un Sistema de Gerencia de la Calidad para el Comercio Justo y en encontrar la forma de proporcionar una Marca para productos artesanales de todo tipo.

#### 2-2-2-3/ NEWS

Network of European World Shops (NEWS): es la asociación coordinadora de tiendas de Comercio Justo europeas. Agrupa ahora 2500 tiendas y más de 100.000 voluntarios. Esta asociación posibilita la comunicación directa entre sus miembros y organiza campañas en los ámbitos nacional e internacional. Tiene como objetivos principales:

- Relacionar las tiendas de comercio justo y sus asociaciones nacionales a lo largo de Europea
- Iniciar, coordinar y promover Campañas sobre el comercio justo en Europa.
- Operar en relación con otras organizaciones en el ámbito del Comercio Justo como IFAT, EFTA y FLO pero también con otras asociaciones que tratan en el ámbito del desarrollo.

Esta asociación se encarga particularmente de la organización del día del comercio justo cual intenta en toda la planeta de sensibilizar la población a las injusticia social y a promover el comercio justo

#### 2-2-2-4/ FLO

FLO es la asociación certificadora del comercio justo. Atribuye a los productos un sello de garantía correspondiente a la aplicación de los criterios que certifican la buena aplicación de las normas y valores del comercio justo a lo largo de la cadena logística desde la producción hasta la distribución de los productos.

([http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/SP\\_Jan09\\_SPO\\_Generic\\_Fairtrade\\_Standards.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/SP_Jan09_SPO_Generic_Fairtrade_Standards.pdf))

Todo empezó con Max Haavelar, un sacerdote que trabajaba con jornaleros cafeteros en México y un colaborador de una ONG con base en la iglesia holandesa concibieron la idea de un sello para el Comercio Justo. El café comprado, comercializado y vendido respetando las condiciones del Comercio Justo, calificaría para tener un sello que lo haría resaltar entre el café tradicional de las repisas en las tiendas y que permitiría no sólo a las Organizaciones de Comercio Justo sino a cualquier otra compañía vender productos de Comercio Justo. En 1988, el sello “Max Havelaar” se estableció en los Países Bajos. El concepto tuvo acogida: en el transcurso de un año el café con este sello tuvo una cuota de mercado de casi tres por ciento. En los años siguientes, otras organizaciones similares sin fines de lucro de sellos de Comercio Justo se crearon en otros países europeos y en Norteamérica. En 1997 se creó la asociación mundial, Fairtrade Labelling

International (FLO). Hoy en día, FLO es responsable de fijar estándares internacionales para los productos de Comercio Justo, certificar la producción y auditar el comercio de acuerdo con estos estándares y de etiquetar los productos. La gama de productos etiquetados llega ya casi a veinte y sigue expandiéndose. El etiquetado de Comercio Justo ha ayudado al movimiento a insertarse en la corriente convencional de negocios. Al momento, más de dos tercios de los productos de Comercio Justo, se venden a través de las grandes superficies de abastecimiento y de ventas minoristas.

### 2-2-3/ Distribuidores y Consumidores

Las organizaciones certificadoras y promotoras del comercio justo ayudan a la venta de los productos del comercio justo, pero a muchas veces hacen confianza a licenciados para vender sus productos. Así, la FLO vende sus productos certificados a asociaciones o empresas que se encargan de distribuir los productos. En los últimos años, el crecimiento de las ventas ha permitido la creación de varias empresas explotando la imagen del comercio justo gracias a la compra de productos certificados. Así, el número de “licenciados” (empresas que venden el packaging final de los productos del comercio justo) había sido de 1954 en 2006 lo que correspondía a un aumento de 29% en comparación al año anterior y este número siguió creciendo. Más relacionadas con el comercio convencional, estas empresas han permitido acceder al mercado de consumo masivo. Los distribuidores del comercio justo (empresas de manera general pero también existen asociaciones) negocian con los supermercados para acceder a sus espacios de venta, esto ha permitido de acceder a más consumidores.

En efecto, el aumento de los volúmenes de venta se explica más por un aumento del número de consumidores que por un aumento del volumen de venta por consumidor. El perfil del consumidor de productos del comercio Justo en los mercados del Norte se ha cambiado con el acceso de estos productos a los supermercados: los productos están a la mano de una mayor población y no solamente a los consumidores más conscientes de la justicia social que hacen el esfuerzo de hacer sus compras en tiendas especializadas y aceptan pagar un precio más elevado para todas sus compras. La valorización de los productos del comercio justo gracias a la sensibilización de la población y la promoción hecha por las diferentes organizaciones promotoras del comercio justo, ha generado un aumento rápido del número de consumidores lo que explica el crecimiento de las ventas. Ahora, más de dos tercios de los productos de Comercio Justo, se venden a través de las grandes superficies de abastecimiento y de ventas minoristas, lo que ilustra esta tendencia. Encuestas han confirmadas un aumento de los “consumidores éticos”. Según ellas, los valores de los consumidores han cambiando desde el pragmático balance precio/valor añadido a una nueva mirada hacia los valores éticas y la historia del producto.

## 2-3/ Situación Actual Del Comercio Justo En El Mundo

### 2-3-1/ Ventas De Productos Comercio Justo En El Mundo

Las ventas de productos provenientes del comercio justo crecieron de manera rápida y regular en los últimos años. En los últimos cinco años las ventas de productos con la certificación “Fairtrade” han crecido, gracias al apoyo de consumidores y consumidoras, en un 40% de media al año hasta alcanzar el valor de aproximadamente 2.300 millones de

Euros en el 2007 lo que corresponde a un crecimiento del 47% en comparación con 2006. Además, la crisis económica que se vive ahora parece afectar los productos del comercio justo menos que otros productos. En efecto, encuestas sugieren que los productos de Comercio Justo certificados son una de las últimas cosas que los consumidores están dispuestos a sacrificar por la recesión. Una investigación reciente demuestra, que aunque sí sienten la crisis, el 92% de los consumidores sigue dispuesto a pagar más por un producto que tiene una certificación ética y el Sello FAIRTRADE. Comercio Justo es el sello de garantía preferido por los consumidores. Según un estudio de consumidores que fue llevado a cabo en diez países, el 68% de los consumidores son leales a una marca en situaciones de crisis, si esta marca apoya una buena causa. Y un reporte del banco “The Cooperative Bank” demuestra, que la recesión no frena el consumo ético y de Comercio Justo. En el 2009 las ventas de productos Fairtrade seguirán creciendo, pero más despacio que en el pico de los últimos años. En una conferencia de carácter informal de ocho de las 22 iniciativas Fairtrade la predicción generalizada era que el crecimiento será del 10 al 25% a lo largo de este año.

(ver cifras del comercio justo en anexo 12)

### 2-3-2/ Situación Actual de la Ayuda a Los Productores

El aumento de las ventas ha permitido una extensión de las estructuras del comercio justo que pueden acercarse de asociaciones de productores con la voluntad de trabajar bajo el comercio justo cada vez más numerosas. Este aumento de los productores de productos con

el sello del comercio justo puede ser considerado como el mayor éxito de este modelo de comercio. En efecto, el comercio justo ayuda cada vez más a productores desfavorecidos, volviéndose una alternativa más real frente al comercio convencional. Este nuevo tipo de comercio ha mejorado el nivel de vida y permitido un crecimiento económico sustentable para cada vez más productores. La prima distribuida por la FLO por ejemplo ha permitido la construcción de carreteras, graneros, la compra de material agrícola mejorando las condiciones de trabajo así que la construcción de escuelas, y hospitales así que la capacitación de varios productores lo que favoreció el acceso al desarrollo de estos productores. Hoy existen más de 632 organizaciones de productores certificadas en 58 países que agrupan 1,4 millones de campesinos. Al total son unos 7 millones de personas indirectamente ayudadas por el sistema de comercio justo<sup>7</sup>.

## 2-4/ Perspectivas de desarrollo del Comercio Justo

En un futuro cercano, el primer objetivo del comercio justo es de mantener el crecimiento de las ventas de sus productos para ayudar cada vez más productores. En efecto aun la crisis, se trata de atraer a cada vez más consumidores gracias al aumento de las campañas de sensibilizaciones y al aumento de la oferta de productos.

Este proceso de difusión del comercio justo ya empezó a generar beneficios, pero se trata ahora de estimularlo disminuyendo los precios de venta gracias a la negociación con los

---

<sup>7</sup> Datos publicados en el informe anual 2008 de la FLO (Fairtrade Labelization Organization)

supermercados para una disminución de sus márgenes y reducciones arancelarias negociadas con los gobiernos de los diferentes países de consumo (en particular con el parlamento europeo : la Unión europea es el mercado principal de productos del Comercio justo).

Estas estrategias, además de aumentar las ventas y la producción de productos certificados, permiten una inserción de las organizaciones del comercio justo en las diversas áreas del comercio tradicional: marketing, técnicas de venta y negociación con distribuidores.

En un futuro más lejoso, el objetivo perseguido por las organizaciones es de influenciar al comercio internacional convencional para mejorar la justicia social aun por los productores que trabajan con el comercio convencional. En este sentido se trata de posicionar y “vender” el concepto de comercio justo a las empresas como un argumento comercial indispensable: se tratará de sensibilizar a la población hacia obtener una real preocupación de las personas, en su gran mayoría para una mayor justicia social internacional. Este punto puede parecer utopista pero sirve de motivación para las organizaciones del comercio justo: hacer que la economía alternativa y solidaria se generaliza a todo la economía para ofrecer un desarrollo sustentable al alcance de todos.

### III- ¿Cómo Aplicar el Comercio Justo en el Caso de los Pueblos Originarios Chilenos?

El comercio justo como se describió antes permite garantizar a los productores un ingreso justo que le permite tener una vida digna y acceder al desarrollo. También se estudió el caso de los pueblos originarios de Chile y se notó, las desigualdades de desarrollo que sufren estos pueblos. La economía liberal parece proponer pocas oportunidades de desarrollo a estos pueblos y la aplicación de una economía alternativa orientada al mejoramiento de las condiciones de trabajo y de vida parece una buena oportunidad. En esta parte se tratará de ver ¿Cómo se puede aplicar el comercio justo por estos pueblos? ¿Qué aportes tendría este tipo de comercio? Y ¿Cuáles son los límites al desarrollo del comercio justo?

#### 3-1/ El Proceso de Certificación Para Trabajar Bajo el Comercio Justo

##### 3-1-1/ Recomendaciones Previas a la Aplicación del Comercio Justo

Lo primero a saber en cuanto a cómo organizarse para trabajar sobre el comercio justo es que las organizaciones del comercio justo trabajen principalmente como asociaciones de productores que ya existen. Es decir que los productores deben antes de contactarse con las organizaciones del comercio justo, tener una actividad productora y comercializadora de productos agrícolas o artesanales. En efecto, es importante que la asociación ya tenga una experiencia en esos ámbitos para empezar a trabajar con el comercio justo. Así se recomienda que estas organizaciones tengan experiencia en el mercado local y regional, base de la cual se podría extender el negocio a la exportación. En

una segunda etapa, cuando la asociación tiene esta base en el mercado local puede extenderse al mercado internacional para diversificar los riesgos y oportunidades. El hecho de extender su negocio a la exportación de productos puede ser peligroso: los resultados son difícilmente previsible. Así, es aconsejable invertir en seguridad y soberanía alimentaria, en mejorar la calidad y en su fortalecimiento organizativo. Una exportación de mucho volumen mal gestionada o con resultado negativo puede hipotecar el futuro de toda una organización. Se recomienda asegurar los procesos a seguir desde el inicio, dando pasos pequeños pero firmes en consonancia con una planificación adaptada a las necesidades —y posibilidades— de la organización, no del mercado.

Se debe tener en cuenta distintos aspectos al evaluar si una organización puede exportar; las siguientes preguntas pueden ayudar a clarificar su situación:

- a. ¿Se cuenta con el producto listo?
- b. ¿Se cuenta con la capacidad de producción para atender un mercado de exportación?
- c. ¿Cuenta con los ahorros o tiene acceso a capital destinado para invertir en su exportación?
- d. ¿Ha vendido algo fuera del mercado local?
- e. ¿Está decidido a exportar?
- f. ¿Cuenta con clientes potenciales en los mercados objetivos?
- g. ¿Domina alguien de su organización el idioma inglés?
- h. ¿Tiene listos los documentos necesarios para poder exportar?

- i. La calidad de su producto ¿es uniforme? ¿Podrá mantenerla por un periodo de tiempo considerado o si su producción debe incrementarse?
- j. ¿Puede su empresa sobrevivir dos años sin una gran utilidad o por lo menos satisfaciendo su punto de equilibrio?
- k. ¿Tiene la capacidad de modificar su producto para satisfacer las demandas del mercado objetivo?
- l. ¿Tiene acceso a referencias comerciales en destino?

En el caso de los pueblos originarios de Chile, se trata de asociaciones de productores indígenas ya existente y que tienen de preferencia (pero no es un criterio discriminatorio) una actividad exportadora.

### 3-1-2/ Contacto de la Organización de Comercio Justo y Solicitud de Certificación

3-1-2-1/ ponerse en contacto con la organización del comercio justo.

El segundo paso, una vez que se decidió trabajar en colaboración con el comercio justo es de solicitar la certificación de su explotación y de su producto. El proceso de certificación depende de la organización con la cual nos contactamos: se puede contactar con la IFAT en el objetivo de obtener la certificación Transfair o con FLO-CERT para obtener el sello de certificación de la FLO. Los trámites para solicitar esta certificación pueden ser un poco complicadas (por ejemplo puede ser necesario que una persona de la asociación habla inglés) y tienen un costo que, aunque bajo, puede ser un obstáculo. Así, la

asociación puede solicitar la ayuda de instituciones nacionales (PROCHILE) o de otra asociación o empresa en relación con el comercio justo (la empresa Comparte por ejemplo en Chile, o la fundación Chol Chol en el Sur).

En el caso de la IFAT, la asociación de productores debe hacer un diagnóstico (ver anexo 13) de su empresa evaluando sus fuerzas y debilidades en los ámbitos de la producción y de la comercialización así que el cumplimiento de criterios éticos básicos. Este diagnóstico deberá ser hecho por la asociación de productores misma así que por una agencia exterior. Este diagnóstico permite estudiar con una organización del comercio justo la fiabilidad del proyecto de obtener un sello certificador del comercio justo y ver las lagunas sobre las cuales se debe trabajar: estas lagunas las que debemos trabajar en el seno de la organización (si es preciso se ha de solicitar ayuda externa) para poder crecer sobre una base ética y una práctica sólida.

En el caso de FLO-CERT (caso que se desarrollara más profundamente dado que es el más usado al nivel mundial) se debe ingresar al sitio de la FLO-CERT. (<http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?id=37>).

### 3-1-2-2/ Solicitud de certificación (caso de la FLO)

En el sitio de la FLO se descarga una solicitud de certificación (en inglés) que se debe rellenar y enviar a FLO-CERT donde esta examinada. Esta solicitud sirve a:

- Establecer si el solicitante cabe dentro del ámbito del Sistema de Certificación.
- Que el solicitante disponga de información suficiente sobre el sistema, para que se pueda preparar con propiedad para el resto del proceso de Certificación.

- Informar al solicitante de todas las reglas (Criterios y Políticas de Certificación) que le atañen.
- Conseguir vías claras de comunicación entre el solicitante y los miembros pertinentes de nuestro equipo de certificación.

### 3-1-2-3/ Inspección inicial

FLO-CERT verifica el cumplimiento de los estándares FAIRTRADE mediante auditorias cuya duración varía en función de las dimensiones y la complejidad de la organización de productores y el número de productos certificados que desean vender. Esta primera visita de los investigadores de la FLO-CERT tiene que ser pagada: una cuota debe ser pagada por la asociación de productores cuyo monto varía según las características de la asociación. Esta primera visita tiene un agenda similar en todo caso:

- Presentación
- Reunión de apertura (con el consejo de administración o su equivalencia)
- Revisión documental
- Entrevistas
- Visita de campo
- Reunión de cierre

### 3-1-2-4/ Evaluación

Se concede al operador tiempo suficiente para que sugiera que acciones (en su opinión) pueden tomar para tomar las inconformidades. Personal cuidadosamente elegido evaluarán que acciones has realizado el operador para corregir dichas inconformidades, asegurándose que se cumplen todos los requisitos que les corresponden como Fairtrade Certificado.

#### 3-1-2-5/ Certificación

Una vez corregidas todas las inconformidades, el caso del operador pasa a manos de un experto certificador que no haya estado implicado en la inspección o evaluación. FLO-CERT emite un certificado solamente después de confirmarse el pleno cumplimiento con los criterios correspondientes.

#### 3-1-3/ Después de la Certificación

Una vez el sello obtenido, la organización del comercio justo sigue aconsejando la asociación y verifica que cumple con sus compromisos gracias a visitas y contactos regulares. Productos están regularmente comprados a un precio fijado por contrato.

En el caso de la certificación con el sello de la FLO, está sometida a una revisión anual. Se verifica que la asociación de productores todavía cumpla con los criterios del comercio justo y que ponga en práctica las recomendaciones hechas al momento de la certificación o de la última revisión.

Si no cumple con estos requisitos, la certificación puede ser cancelada y los productos retirados del sistema de venta del comercio justo. En este caso, la asociación de

productores puede apelar (ver en anexo 14 el procedimiento de renovación de la certificación).

### 3-2/Productos Concernidos por el Comercio Justo

#### 3-2-1/ ¿Que Productos Podrían Ser Exportados Bajo el Concepto de Comercio Justo en Chile?

Las exportaciones agropecuarias son unas de las principales fuentes de riquezas por el país y numerosos productos de este sector ya están exportados al extranjero. Así, el comercio justo puede concernir los diferentes productos que ya son exportados desde Chile al extranjero: salmón, pescados y mariscos, madera, frutas, vinos ... desarrollando el lado ético y mejorando las condiciones de trabajo en estos diferentes industrias.

Además, la exportación de productos endógenos de Chile puede ser una oportunidad y por ejemplo los productos consumidos por los pueblos originarios desde los tiempos ancestrales y que ahora no disfrutan de una comercialización de gran escala son unos productos típicos que buscan las organizaciones del comercio justo. Podemos dar como ejemplo la Quínoa, los Piñones, la rosa mosqueta, la miel multiflora, el merkén, las Avellanas, los changles (hongos) o la Murta. Estos productos hacen parte de la cultura y del arte culinario de estos pueblos originarios y podrían disfrutar de su aspecto exótico como argumento de venta en los mercados del norte (ya que a muchas veces los consumidores del comercio justo son abiertos al mundo y en búsqueda de productos exóticos en proveniencia de otras culturas). Además del carácter exótico estos productos

tienen la ventaja de no tener competencia al nivel mundial pero sufren de desconocimiento: es difícil venderles en supermercados a un público no sensibilizado al producto.

Los productos artesanales y textiles son otros productos largamente concernidos por el comercio justo: estos productos deben conservar su modo de producción tradicional mejorando el aspecto ético en la cadena de producción. Se puede en este ámbito dar el ejemplo de la fundación chol chol que trabaja en colaboración con tijeras mapuches en el Sur de Chile. Los vestidos producidos por estas tijeras y gracias a lanas producidas en el territorio chileno todavía según los criterios del comercio justo se venden en más de 20 países en tiendas especializadas del comercio justo lo que permite asegurar un ingreso justo a los diferentes actores involucrados en la cadena de producción.

### 3-2-2/ Segmentación de Mercado

Como se vio antes, Chile dispone de altas riquezas que le permite ofrecer un largo rango de productos que podrían ser incluidos por el comercio justo. Pero a primera vista no se puede asegurar que estos productos tengan éxito en la exportación hacia los mercados del norte, especialmente en el caso de los productos endógenos chilenos, que son desconocidos en los mercados del Norte.

Por eso, se trata de investigar el mercado de los consumidores de productos éticos en los mercados del Norte. Un papel importante de las organizaciones del comercio justo es investigar el perfil del consumidor responsable, analizar las nuevas tendencias del mercado y detectar cuales son los productos nuevos que podrían tener éxito comercial. Estas organizaciones proveen a los productores la información necesaria a la hora de

estimar la rentabilidad del lanzamiento de un nuevo producto, ayudando a determinar un precio adaptado y criterios de calidad básicos.

En efecto, el perfil del consumidor responsable, es decir el consumidor que conceptualiza el acto de compra como un acto civil, es sencillamente diferente de los otros tipos de consumidores. No atribuye importancia a las mismas características del producto. Este perfil, del « creativo culto » corresponde a los consumidores de productos éticos. Representan hoy 50 millones de personas en el planeta y crecen rápidamente. Son personas que tienen una cultura más amplia que el promedio. Se sienten interesados por la justicia social. Viajen mucho y se interesan a las otras culturas. Las características de este segmento deben ser tomadas en cuenta a la hora de comercializar un producto que debería ser destinado prioritariamente a ellos. Se debe poner atención a la calidad del producto, a su carácter biológico y a su trazabilidad.

### 3-2-3/ Requisitos Para el Producto

#### 3-2-3-1/ Calidad del producto

Asegurar la calidad del producto es uno de los deberes más importantes de los productores en el sistema del comercio justo. En efecto, dado el precio más elevado de estos productos, el consumidor es más exigente. No se trata de competir con los productos más baratos, sino con productos de gama alta que aprovechan una imagen de calidad. Para obtenerla, se trata de mejorar continuamente el proceso de producción y de cuidar cada una de sus etapas para que no existan fallas.

El modelo del comercio justo, hace la hipótesis que el mejoramiento de las condiciones de trabajo incita a los productores mejorar la calidad de sus productos. Así, los productos del comercio justo disfrutan hoy de una imagen de alta calidad, que sirve de argumento de venta a la hora de justificar el precio un poco más alto de estos productos. Ningún consumidor estaría dispuesto a pagar un precio alto si no está satisfecho por su calidad.

#### 3-2-3-2/ Respeto al medioambiente

Uno de los requisitos del comercio justo es el respeto del medioambiente como condición previa a la certificación del producto. El no uso de químicos prohibidos es verificado, se prohíbe además el uso de Organismos Genéticamente Modificados y se deben desarrollar políticas de protección del medioambiente. Estos criterios medioambientales están menos elevados que en el caso de los productos orgánicos. Pero, el cumplimiento de normas de respeto al medioambiente son una preocupación constante de las ONG encargadas de la certificaciones e incitan a los productores a obtener el doble sello Comercio Justo/Agricultura Orgánica. Si la protección del medioambiente entra en los criterios de certificación del comercio justo, es la demanda de muchos consumidores que asocian el consumo responsable tanto a la justicia social como a la protección de la naturaleza.

#### 3-2-3-3/ Trazabilidad

Para asegurar al consumidor el lado ético de los productos, es importante mostrarle de donde viene su producto y cuáles son los mejoramientos que han permitido la venta bajo el comercio justo. Así en varios productos del comercio justo, un artículo presenta la asociación de productores: su región y sus particularidades.

#### 3-2-3-4/ Presentación del producto

Se trata de valorizar el aspecto ético del producto. En este sentido el sello de la organización certificadora tiene un papel importante. El embalaje del producto es su mejor argumento de venta y debe asignarle una atención especial. (ver en anexo 15 un embalaje típico de un producto del comercio justo).

#### 3-2-4/ Requisitos para la exportación

- Confirmar puntualmente las órdenes del cliente.
- Proveer al cliente los detalles sobre el banco del exportador y método preferido de pago. Elaborar los productos exactamente como se han especificado.
- Seguir las instrucciones de etiquetado y empaque.
- Empacar adecuadamente lo consignado para evitar roturas.
- Cumplir la fecha de entrega.
- Realizar el envío por el método solicitado.
- Enviar los documentos comerciales completos y correctos.
- Comunicar todas las dificultades; aclarar cualquier incertidumbre.
- Productos:
  - Los nuevos pedidos serán producidos rápidamente.

- El exportador desarrollará el producto para ajustarse a las necesidades del cliente.
  - El exportador no mostrará o venderá los diseños de un comprador a otros.
- Calidad:
    - La calidad del envío será de conformidad a la muestra.
    - Los productos se adaptarán a los tamaños y estándares de seguridad del país.
  - Precios:
    - Precios competitivos.
    - Los precios reflejarán la calidad del diseño y del producto.
    - El precio será estable por lo menos durante seis meses.

### 3-2-5/ Precio del producto

El precio del producto es un elemento importante para estimular las ventas. El comercio Justo tiene como política aplicar a los productos un precio alto para poder retribuir a los productores un ingreso que les permite tener condiciones de vida digna. Así, el precio en el punto de venta es más alto que la mayoría de los productos pero tampoco debe ser demasiado alto para estar al alcance de una amplia parte de la población. Fijar el precio de un producto es generalmente complicado y debe ser hecho por expertos. Por eso, las empresas distribuidoras de los productos del Comercio Justo se encargan de fijar el precio de venta en los mercados del Norte. El precio de venta de los productores a la organización exportadora de los productos justos es fijado después de encontrar un acuerdo común que satisfaga ambas partes.

Existen dos tipos de precios usados por el comercio justo: los precios fijos determinados definitivamente a la firma de un primer contrato de venta, y precios fluctuantes que dependen de las bolsas. En este caso, el comercio justo asegura un precio fijo a los productos y en caso de que el precio suba en las bolsas por arriba de este precio el precio pagado por el comercio justo se eleva (ver anexo 11).

Se debe tomar en cuenta que para calcular el precio al que la importadora tendría que vender la mercancía a las tiendas de Comercio Justo y otros puntos de venta, y por tanto el margen que imputa, dependerá de la gama de producto y del país de referencia, variando de un 60 a un 120% sobre el precio FOB<sup>8</sup>. Los siguientes en la cadena serán las tiendas de Comercio Justo, que suelen multiplicar por dos el precio de los artículos de artesanía que compran a las importadoras de Comercio Justo. Si somos una organización productora y queremos saber el precio final que tendría nuestro producto en el mercado europeo, debemos multiplicar nuestro precio FOB por un valor promedio de 4,5

### 3-3/ Beneficios y Limites del Comercio Justo en el Caso de los Pueblos Originarios de Chile

Se demostró antes que los trabajadores indígenas sufrían de discriminación y que las tasas de pobreza en las regiones con mayor tasa de población originaria son las más pobres de Chile. Así, frente a este hecho el comercio justo podría aparecer como una

---

<sup>8</sup> En el Incoterm FOB el exportador tiene que pagar el flete interno en el país de origen y su póliza de seguro. Debe además encargarse de los trámites aduaneros. El importador toma la responsabilidad de las mercancías una vez que están a bordo del barco.

solución ideal para permitir el desarrollo en estas comunidades. En efecto, permitiría a estos pueblos obtener unos ingresos más elevados, permitiendo así mejorar sus condiciones de vida. Además podría permitir el financiamiento de proyectos de desarrollo alternativos a lo que propone el estado chileno.

Pero también se demostró que los trámites para insertarse en el modelo del comercio justo no son muy fáciles ya que hay que cumplir con muchos requisitos que a veces generan un elevado costo de producción. Así, antes de contactar a una organización certificadora del comercio justo hay que pensar profundamente en lo que se puede obtener y lo que habría que sacrificar. El comercio justo no es una solución adaptada a todos los productores ya que aumenta sus precios de producción y los aportes sociales no siempre justifican emprender trámites largos. Registrarse en el comercio justo implica cambiar de manera drástica la organización del trabajo. En algunos casos, la aplicación de una política de mejoramiento continua y sustentable de las condiciones de trabajo podría ser suficiente.

En el caso de los pueblos originarios hay que tomar en cuenta que los programas de desarrollo propuestos por el gobierno chileno (gracias al CONADI) pueden en parte paliar algunas de las discriminaciones que sufren los trabajadores indígenas. Parece más relevante averiguar sobre estos programas antes de pensar en el comercio justo.

Finalmente la reflexión sobre la aplicación del comercio justo debe ser tomada caso a caso según las características de las asociaciones de productores. De manera general, el comercio justo parece ofrecer mucho más en el acceso al desarrollo que lo que propone hoy el comercio internacional convencional pero genera trámites complicados e implica el

seguimiento de requisitos sociales y de transformación estructural que no son siempre justificadas en el caso chileno.

## CONCLUSION

A lo largo de este trabajo, se trató de analizar las desigualdades de desarrollo y ver en qué el comercio justo podría presentarse como una solución en el caso de los pueblos originarios de Chile. Se expuso que la teoría del liberalismo no permitía hasta ahora un desarrollo para todos y que algunos quedaban al margen de los beneficios creados por la globalización. En Chile, los pueblos originarios son particularmente aislados del comercio internacional y las cifras muestran tasas de desarrollo menos elevados que el resto de la población chilena.

El comercio justo propone retribuir a los productores más desfavorecidos de manera justa, es decir que los precios de venta cubran los costos de producción y les permite tener una vida digna y un acceso al desarrollo. Este sistema se basa en la búsqueda por algunos consumidores del Norte de productos provenientes de circuitos certificados, de buenas prácticas sociales, aun si estos productos pudieran ser más caros.

En el caso de los pueblos originarios de Chile, el comercio justo parece una buena alternativa al comercio internacional convencional, ya que el país dispone de altas riquezas naturales y productos agropecuarias y artesanales de alto valor añadido, que podrían ser exportadas bajo el comercio justo. Pero al analizar los trámites para inscribirse en este tipo

de programa se debe subrayar que son en muchos casos complicados y que obligan a emprender un cambio estructural mayor en la organización de la asociación de productores y en el proceso de producción. Estos cambios, deben ser tomados en cuenta a la hora de elegir si es preferible o no inscribirse en esta nueva alternativa económica. Aunque la experiencia muestra que seguir esta opción implica un aumento de los ingresos futuros. Como en todo negocio se trata de evaluar el costo de oportunidad, es decir el balance entre lo que se puede ganar y lo que se deberá sacrificar. En este tipo de sistema que valoriza una producción ética, lo que se puede ganar no es tan visible al nivel económico como al nivel social, gracias al mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo.

# BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

## **Libros :**

- Chile : Globalización e insustentabilidad. Una mirada desde la economía ecológica. Quiroga Martínez, Rayén
- Alternativas a la globalización en Chile : experiencias y propuestas para el otro Chile posible editado por María Paz Aedo, Sara Larraín
- EQUITABLE COMMERCE A New Development of Principles ; BURT FRANKLIN 1852 (<http://tmh.floonet.net/pdf/jwarren.pdf>)
- A Theory of Human Motivation, Abraham Maslow, 1943
- investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, Adam Smith, 1776
- Principios de Economía Política y Tributación, David Ricardo 1817
- Las etapas del crecimiento económico W.W Rostow 1960
- La ética Protestante del capitalismo ,Max Weber , 1905
- 'Flat World. Big Gaps' (Un mundo plano, grandes disparidades),ed :Jomo Sundaram, secretario general adjunto de la ONU para el Desarrollo Económico, Jacques Baudot, economista especialista.2009
- Historia de Chile, Carlos Fredes Aliaga p 87
- Historia del Pueblo Chileno, Sergio Villalobos p82,104,152,200
- Las encomiendas de Indígenas en Chile, Domingo Amunategui Solar p 35-77

## **Informes :**

- Guía de Comercio Justo para los artesanos y artesanas de América latina, Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (IDEAS), edición fundación española para la innovación de la artesanía, 2008
- Anuario del comercio justo 1996, EFTA, 1996
- Anuario del comercio justo 1998-2000, EFTA, 2000
- European Parliament Resolution on Fair Trade and Development 2005/2245 (INI) A 6-0207/2006, Parlamento Europeo, junio de 2006.

- Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2009,
- Informe sobre Desarrollo Humano, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2006.
- MEMORIA Primer Foro Social Chile, Foro Social Chile, septiembre de 2005
- Informe Aual FLO 2008
- Executive summary of FLO's Strategic Plan 2003-2008, FLO, diciembre 2003
- Informe annual Food and Agriculture Organization marzo 2009
- Informe comisión de derechos humanos sobre Chile. informe Stavenhagen 17 de noviembre 2003
- Estadísticas Sociales de los pueblos indígenas en Chile Censo 2002 Instituto Nacional de Estadísticas (INE) Programa Orígenes (MIDEPLAN / BID)

### **Páginas Web :**

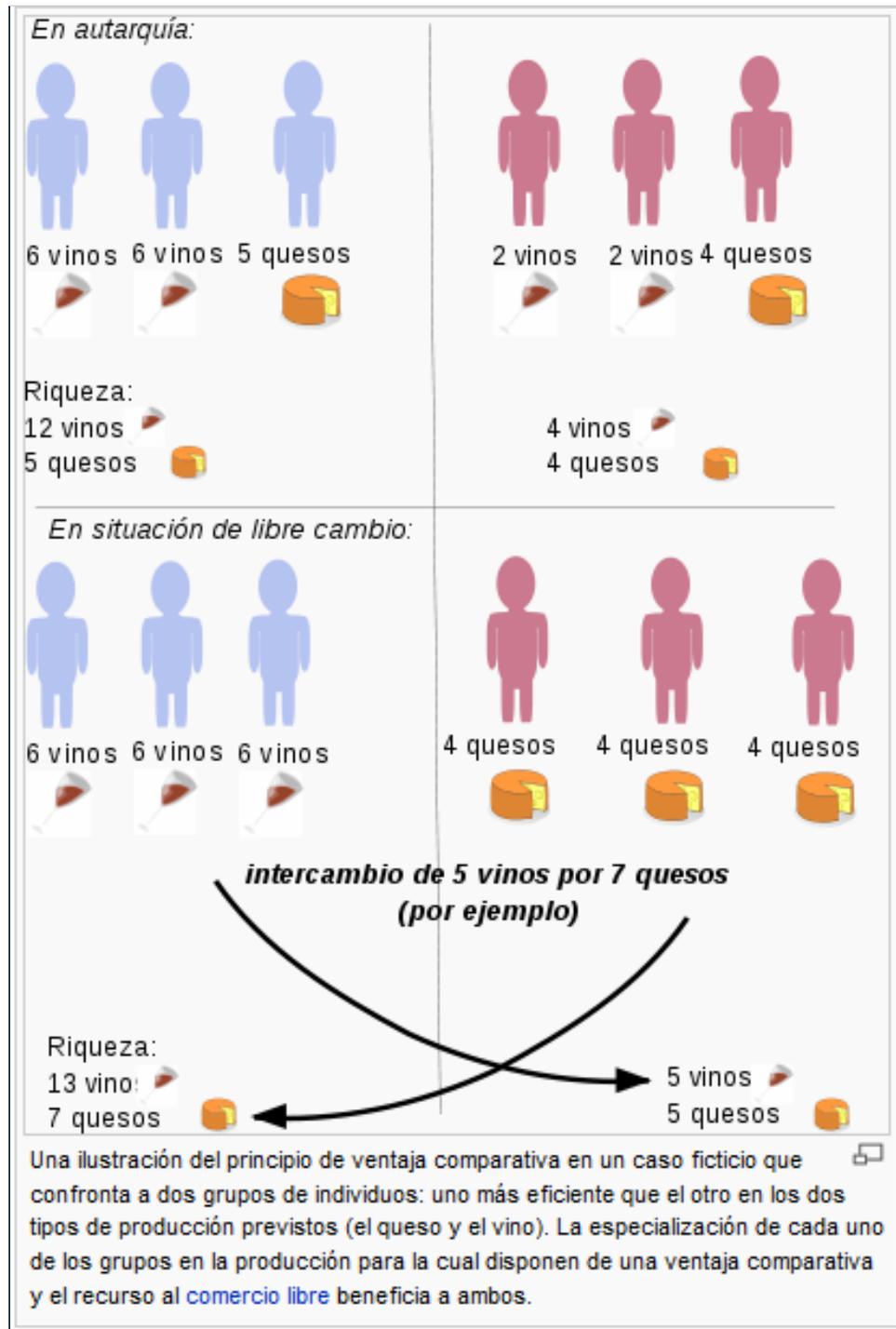
- Entrevista a Alicia Frohmann, Directora de ProChile. <http://www.prochile.cl/>, 07/08/2006
- Sitio del CONADI <http://www.conadi.cl/>
- Programa re-conocer [http://www.origenes.cl/\\_presidencia.htm](http://www.origenes.cl/_presidencia.htm)
- Programa orígenes <http://www.origenes.cl/>
- Observatorio de Derechos de los Pueblos Indígenas <http://www.observatorio.cl/observatorio/>
- Asociación de agricultura orgánica de Chile <http://www.infororganic.com/inicio>
- Proceso de Certificación de la FLO : <http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?id=82>
- Sitio de la FLO : <http://www.fairtrade.net/361.html?&L=1>
- Sitio de la EFTA <http://www.eurosur.org/EFTA/descrip.htm>

# ANEXOS

## Anexo 1 : Pirámide de las necesidades



**Anexo 2 : explicación de la ventaja creada por la especialización y el comercio**



Anexo 3 : estadísticas del Unicef en 2002 sobre diferentes criterios que permiten determinar el desarrollo

**Estadísticas sobre la cobertura del agua y la mortalidad infantil de menores de cinco años (TMM5)<sup>1</sup>**

Estadísticas regionales	TMM5	Promedio de acceso al agua	urbano vs. rural	Promedio de acceso al saneamiento
África subsahariana	175	57%	82% vs. 44%	36%
Asia meridional	92	84%	94% vs. 80%	35%
Oriente Medio y África del norte	56	87%	95% vs. 77%	72%
ECE/CEI	41	91%	98% vs. 79%	81%
Asia oriental y el Pacífico	40	78%	92% vs. 68%	50%
América Latina y el Caribe	32	89%	95% vs. 69%	75%
Países industrializados	6	100%	100%	100%

Anexo 4 : método de cálculo del IDH

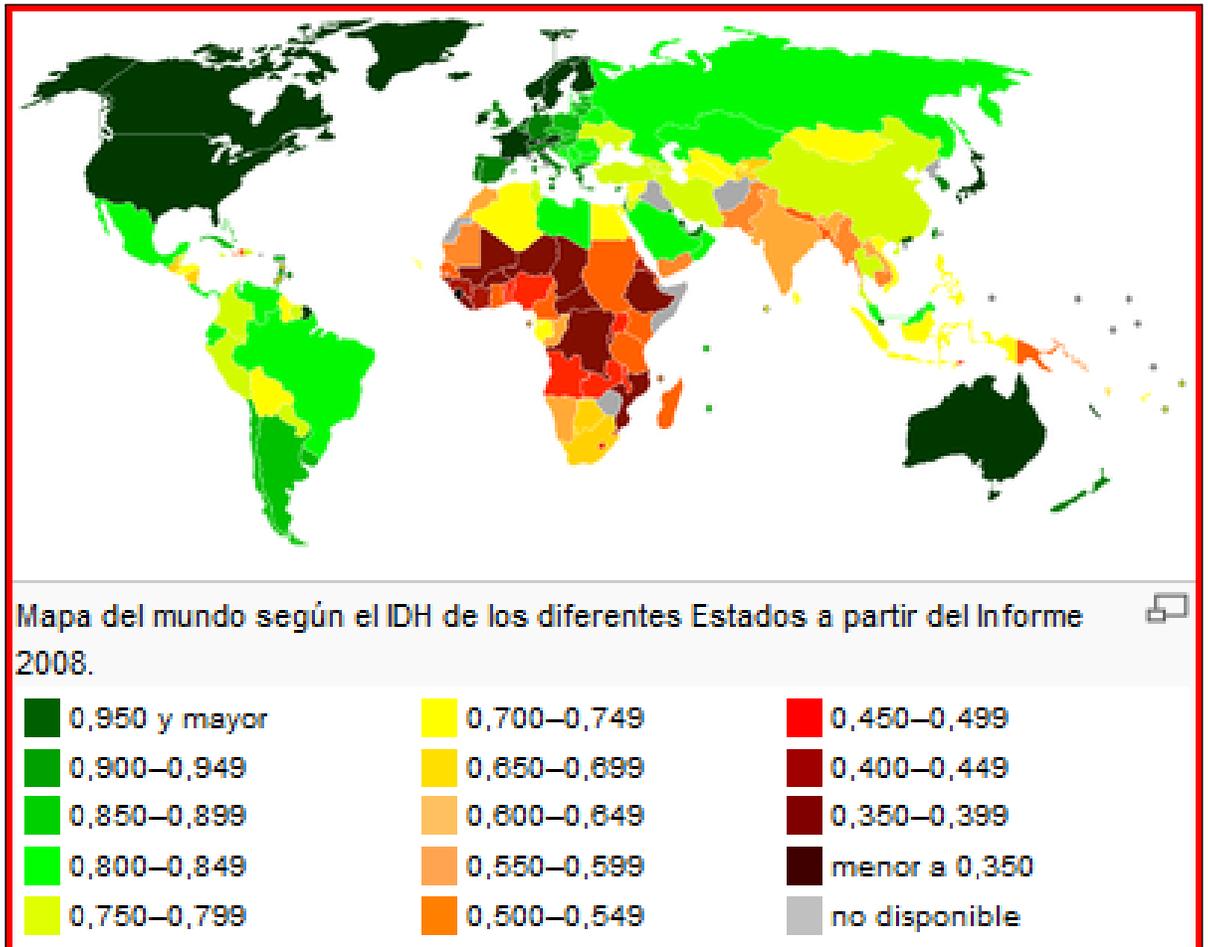
$$IDH = \frac{A+D+E}{3}$$

3

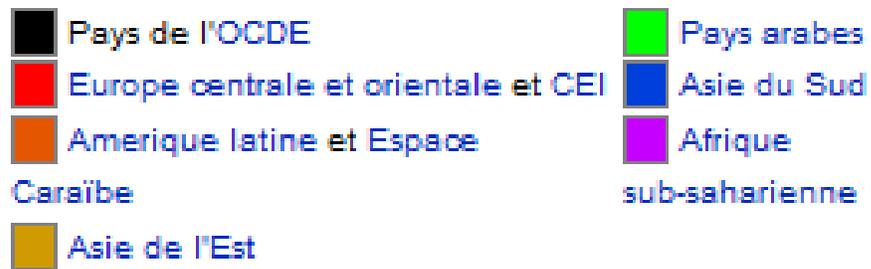
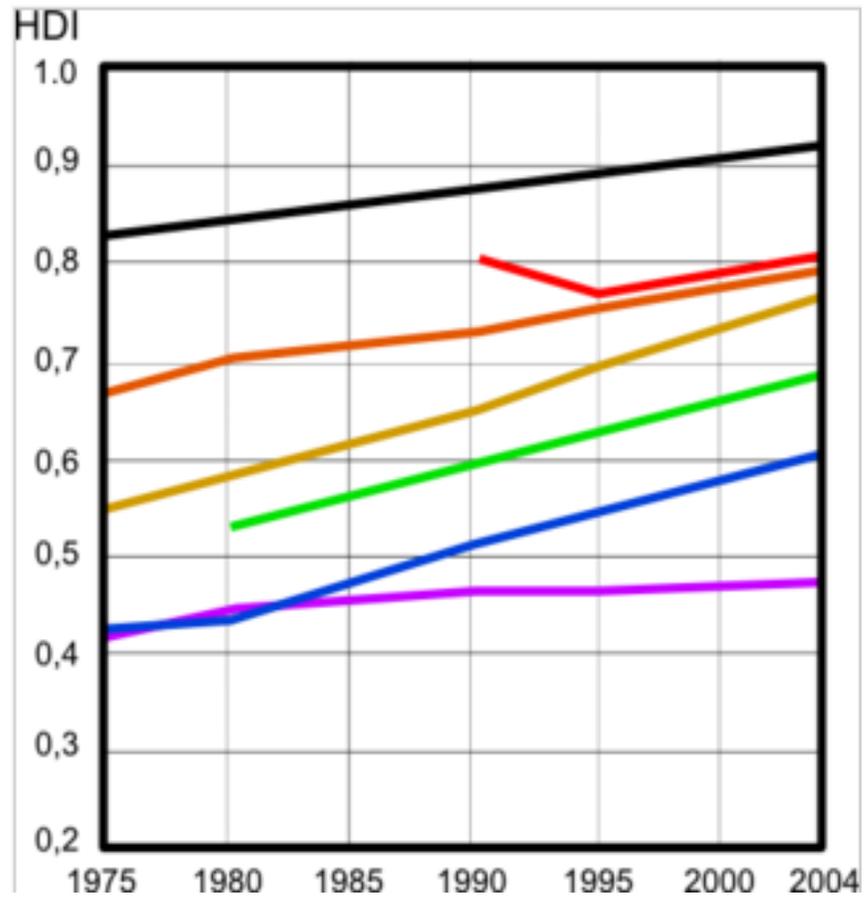
Índice	medida	Valor máximo	Valor mínimo	Formula
Esperanza de vida	Esperanza de vida al nacimiento (EV)	25 años	85 años	$A = \frac{EV - 25}{60}$
	Tasa de alfabetización (TA)	0%	100 %	$D = \frac{2TA + TBS}{3}$
Educación	Tasa bruta de solarización (TBS)	0%	100%	
Nivel de vida	Logaritmo del PIB per cabeza en paridad de poder adquisitivo	100 US\$	40 000 US\$	$E = \frac{\log_{10} PIB - 2}{2,60206}$

### Anexo 5 : ranking y mapa generados por el IDH

Mapa del mundo según el IDH de los diferentes estados a partir del informe 2008



Evolución del IDH por región entre 1974 y 2005



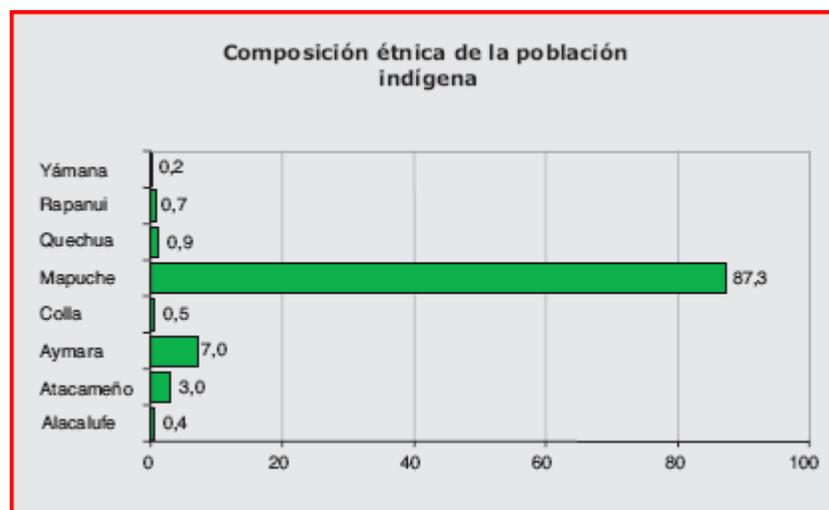
### Ranking de los 25 países con IDH mas alto

Posición		País	IDH en 2006 (publicado en 2008)
Dato de 2006 (publicado en 2008)	Cambio comparado a datos de 2005 (publicados en 2007)		
1	→ (0)	 Islandia	→ 0,968
2	→ (0)	 Noruega	→ 0,968
3	▲ (1)	 Canadá	▲ 0,967
4	▼ (1)	 Australia	▲ 0,965
5	→ (0)	 Irlanda	▲ 0,960
6	▲ (3)	 Países Bajos	▲ 0,958
7	▼ (1)	 Suecia	▲ 0,958
8	→ (0)	 Japón	▲ 0,956
9	▲ (9)	 Luxemburgo	▲ 0,956
10	▼ (3)	 Suiza	→ 0,955

### 10 países con el IDH el mas debil

Posición		País	IDH en 2006 (publicado en 2008)
Dato de 2006 (publicado en 2008)	Cambio comparado a datos de 2005 (publicados en 2007)		
169	→ (0)	 Etiopía	▼ 0,389
170	→ (1)	 Chad	▲ 0,389
171	▲ (4)	 Guinea-Bissau	▲ 0,383
172	▼ (5)	 Burundi	▼ 0,382
173	▲ (3)	 Burkina Faso	▲ 0,372
174	▼ (16)	 Níger	▼ 0,370
175	▼ (3)	 Mozambique	▼ 0,366
176	▼ (3)	 Liberia	▲ 0,364
177	▼ (9)	 República Democrática del Congo <sup>2</sup>	▼ 0,361
178	▼ (7)	 República Centroafricana	▼ 0,352
179	▼ (2)	 Sierra Leona	▼ 0,329

Anexo 6 : censo de la población chilenas : pertenencia a unos de los 8 pueblos originarios reconocidos por el estado chileno



## Anexo 7 : historia de la condición indígena hasta la independencia

Extracto del libro Mas encomiendas de Indígenas en Chile, de Domingo Amunategui Solar, páginas 35 a 37 y 77

“los conquistadores españoles de siglo XVI encontraron ocupada la mayor parte del territorio que hoy forma la nación chilena, desde la actual provincia de Coquimbo hasta la isla de Chiloe inclusive, por un pueblo de indígenas que hablaban una sola lengua y practicaba desde una estremidad a la otra iguales usos i costumbre, con un numero de individuos prudencialmente calculado en medio millón de habitantes.”

“Nuestros aborijenenes practicaban además pequeños cultivos que, aunque no merecían sin duda el pomposo nombre de agricultura, les habían hecho subir considerablmente en la escala de la civilización”.

“Además de los cultivos, de papas y del maiz [...], los naturales de Chile en la época de la conquista tenían un principio de vida pastoral, pues a menudo criaban en sus cancherias ovejas o carneros de la tierra, como dieron en nombrarlos español al llama”

“ Las encomiendas de indijenas con que los gobernadores agraciaban a sus soldados más valientes en recompensa por sus fatigas en las campañas, i de las cuales aprovechaban estos para estraer oro y cultivar sus tierras, desde el principio arraigaron a los europeos a nuestro suelo”.

“Cada uno de los encomendores españoles, a cuyos ordenes trabajaban centenares de hombres, hacia producir en un año a los terrenos de su pertenencia mayor cantidad de frutos que la que nunca habían visto los naturales en toda lea estencion del país”

“Así fueron naciendo poco a poco estas inmensas haciendas de la colonia, verdadera base de la riqueza de nuestra sociedad, i solido pedestal de su clase directoral, puesto que en el siglo XVIII las principales de ellas quedaron vinculadas, con prohibición de enajar, en forma de mayorazgos o de censos perpetuos.”

“las ciudades de la rejion ocupada por las armas españolas habrían podido ser destruidas centenares de veces, i habrían vuelto a renacer con mayor vigor, porque el

consorcio de los europeos con la tierra americana estaba consumado de una manera inmovible en los campos sin fin de las encomiendas.”

“en estas mismas haciendas, así como en las ciudades de todo el territorio i en las fronteras de guerras, desde los primeros días empezó a mezclarse i a confundirse la sangre castellana con la sangre mapuche, i empezó a vivir la vigorosa raza de los mestizos que hoi forma la inmensa mayoría de los habitantes de esta república.”

Historia del pueblo chileno, Sergio Villabas, edición Zig-Zag (1983), pagina 104

“El escaso valor de la tierra se debió a la existencia de grandes extensiones que podían satisfacer de manera inestricta la demanda de los escasos conquistadores. Pero, al mismo tiempo la reducida necesidad de alimentos requería una pequeña área de cultiva, quedando, por lo tanto, enormes extensiones que no interesaban a nadie”.

“La tierra ocupada fue la mas próxima a las ciudades y para ella fue necesario desplazar a sus primitivos poseedores hacia localidades alejadas. Solo quedaron algunos núcleos de encomendados requeridos para los trabajos de las ciudades y del contorno agrícola”

“de acuerdo con los principios teóricos, la tierra americana constituía una regalía de la corona castellana que reconocía el derecho previo de los indígenas en los terrenos utilizados por ellos. Por lo tanto, se disponía de los baldíos para hacer la merced a los nuevos pobladores”

“todas las concesiones de tierras eran hechas bajo condición de que no perjudicasen a los indios ni a terceros y con prohibición venderlos o donarlos a eclesiásticas y conventos. También debía obtenerse la confirmación del rey, pero esta condición jamás fue observada y las otras tampoco tuvieron cumplimiento riguroso. En Chile, igual que en los otros territorios de conquista, las leyes sobre tierras tuvieron escasa eficacia, siendo suplantadas por la costumbre local impuesta por los conquistadores.”

**Anexo 8 : primer artículo de la ley indígena (ley n°19.587)**

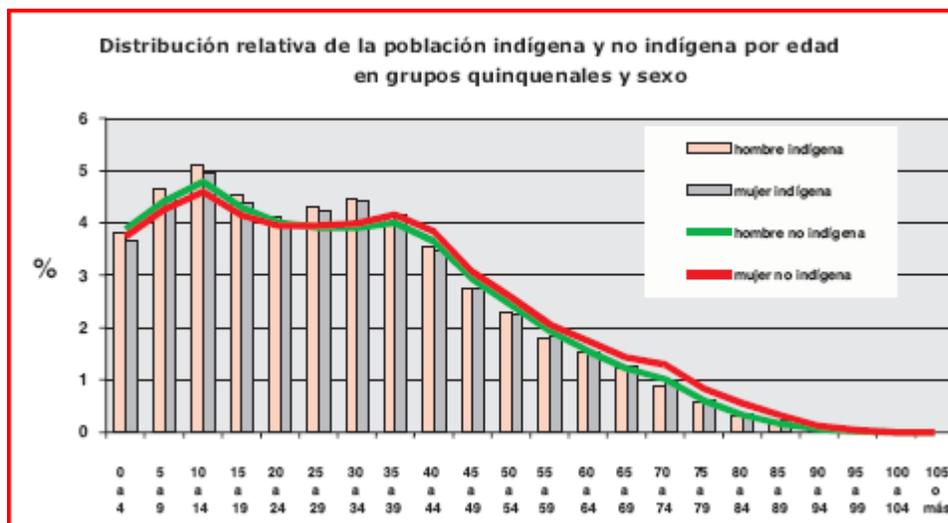
**Artículo 1°**

El Estado reconoce que los indígenas de Chile son los descendientes de las agrupaciones, humanas que existen en el territorio nacional desde tiempos precolombinos, que conservan manifestaciones étnicas y culturales propias siendo para ellos la tierra el fundamento principal de su existencia y cultura.

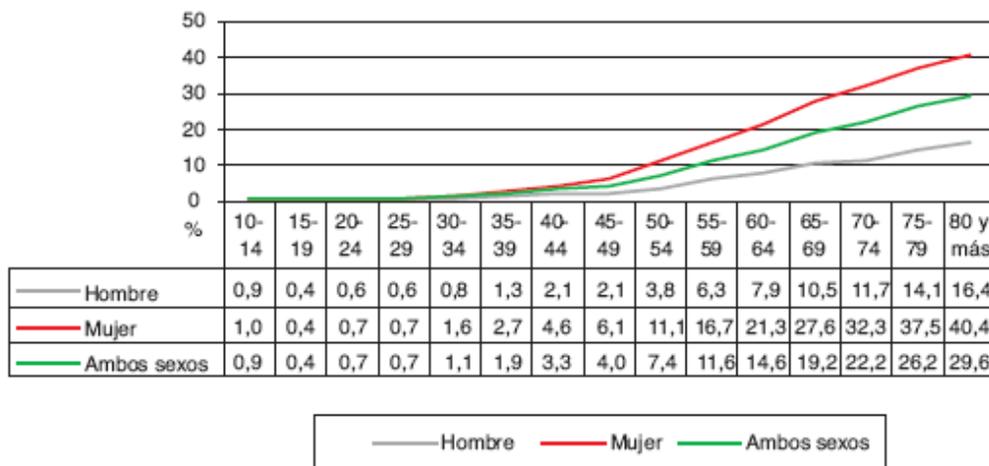
El Estado reconoce como principales etnias indígenas de Chile a: la Mapuche, Aymará Rapa Nui o Pascuences, la de las comunidades Atacameñas Quechuas y Collas del norte del país las comunidades Kawashkar o Alacalufe y Yamana o Yagan de los canales australes. El Estado valora su existencia por ser parte esencial de las raíces de la Nación chilena, así como su integridad y desarrollo, de acuerdo a sus costumbres y valores.

Es deber de la sociedad en general y del Estado en particular, a través de sus instituciones respetar, proteger y promover el desarrollo de los indígenas, sus culturas, familias y comunidades, adoptando las medidas adecuadas para tales fines y proteger las tierras indígenas, velar por su adecuada explotación, por su equilibrio ecológico y propender a su ampliación.

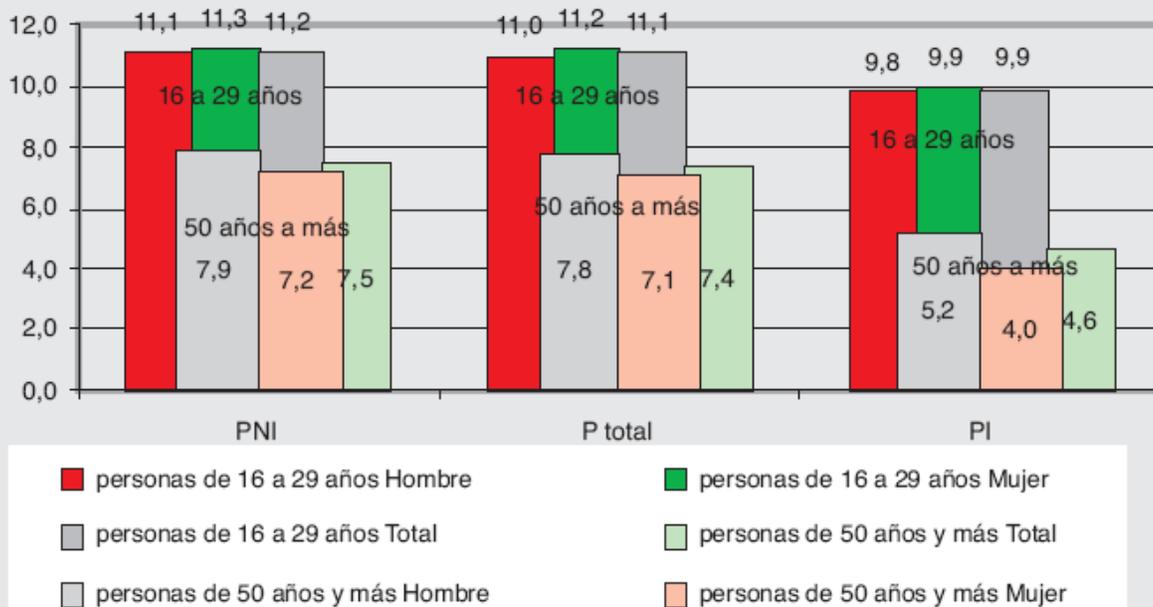
**Anexo 9 : estadísticas sobre la población indígena, censo de 2002**



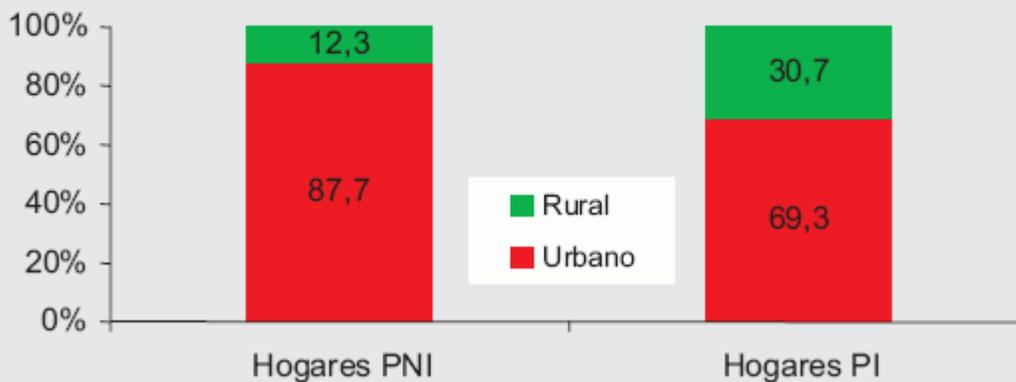
**Brechas de analfabetismo por edad de la población indígena respecto de la población no indígena (diferencias porcentuales)**



### Promedio de años de estudio de la población en edades de 16 a 29 años y de 50 años y más (P Total, PI, PNI)



### Composición de hogares de población indígena y no indígena por zona geográfica



Zona	Ocupación	Total (n)	Hombre	Mujer	Total	Proporción de mujeres
Urbana	Miembros del poder ejecutivo y cuerpo legislativos y personal directivos de la administración pública y empresas	7.568	4,0	4,2	4,1	39,1
	Profesionales científicos e intelectuales	8.930	4,0	6,2	4,8	48,7
	Técnicos y profesionales del nivel medio	17.919	9,0	10,7	9,7	42,0
	Empleados de oficina y vendedores	35.605	15,7	25,0	19,2	49,1
	Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	5.982	4,6	0,9	3,2	10,2
	Oficiales, operarios y artesanos	31.689	24,9	4,2	17,1	9,2
	Operadores y montadores	5.449	3,4	2,1	2,9	27,0
	Conductores de vehículo y operadores de equipos pesados	8.938	7,5	0,3	4,8	2,7
	Trabajadores no calificados de ventas y servicios	34.151	7,0	37,2	18,4	76,2
	Peones agropecuarios, forestales, pesqueros y afines	4.916	3,2	1,7	2,6	24,0
	Peones de la minería, construcción, ind. manufacturera y transporte	14.270	11,3	1,8	7,7	8,6
	FFAA	1.265	1,0	0,1	0,7	5,8
	Ignorados	8.970	4,3	5,7	4,8	44,3
	<b>Total</b>	<b>185.652</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>37,7</b>
Rural	Miembros del poder ejecutivo y cuerpo legislativos y personal directivos de la administración pública y empresas	869	1,1	2,7	1,4	34,6
	Profesionales científicos e intelectuales	1.118	1,0	5,3	1,7	52,1
	Técnicos y profesionales del nivel medio	1.786	2,2	5,8	2,8	35,7
	Empleados de oficina y vendedores	3.737	3,4	17,6	5,8	52,0
	Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	24.298	43,5	11,0	37,9	5,0
	Oficiales, operarios y artesanos	4.502	7,7	3,7	7,0	9,2
	Operadores y montadores	755	1,2	0,8	1,2	12,3
	Conductores de vehículo y operadores de equipos pesados	1.225	2,3	0,2	1,9	2,0
	4.420	2,7	26,8	6,9	67,1	
	Peones agropecuarios, forestales, pesqueros y afines	10.414	18,3	6,5	16,2	6,9
	Peones de la minería, construcción, industria manufacturera y transporte	4.251	7,7	1,6	6,6	4,2
	Ignorados	6.647	8,8	17,9	10,4	29,8
	<b>Total</b>	<b>64.172</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>17,2</b>

Rama de Actividad	Urbana			Rural		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca	8,9	3,5	6,8	66,9	20,7	59,0
Explotación de minas y canteras	1,8	0,2	1,2	0,9	0,2	0,8
Industria manufactura	18,9	8,7	15,1	6,1	6,4	6,2
Electricidad, gas y agua	0,9	0,2	0,6	0,5	0,2	0,4
Construcción	16,4	0,8	10,5	8,3	0,8	6,9
Comercio al por mayor y menor	19,4	17,7	18,7	7,1	11,9	7,9
Hoteles y Restaurantes	3,1	4,4	3,6	0,7	4,5	1,3
Transporte y comunicaciones	8,8	2,1	6,3	2,3	1,3	2,1
Intermediación financiera y actividades auxiliares	0,8	0,9	0,8	0,0	0,2	0,1
Actividad inmobiliaria, empresarial y alquiler	9,1	6,7	8,2	2,1	2,4	2,1
Administración pública y defensa	4,2	3,0	3,8	1,4	2,0	1,5
Enseñanza	2,9	8,1	4,9	1,5	12,9	3,5
Actividades de servicios sociales, de salud y saneamiento	1,6	5,7	3,2	0,4	2,4	0,8
Otras actividades comunitarias, sociales y personales	1,9	4,9	3,0	0,8	9,2	2,3
Hogares privados con servicio doméstico	1,3	33,1	13,3	0,9	24,9	5,0
Organizaciones y órganos extraterritoriales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ignorados	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Total (n)</b>	<b>115.611</b>	<b>70.041</b>	<b>185.652</b>	<b>53.115</b>	<b>11.057</b>	<b>64.172</b>

**Anexo 10 : compromiso de los organizaciones del comercio justo para el respeto de los productores : los estándares de la IFAT**

**1-Transparencia y rendición de cuentas.**

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

**2-Construcción de capacidades**

El Comercio Justo es un medio para desarrollar la independencia del productor. Las relaciones de Comercio Justo otorgan continuidad, durante la cual los productores y sus

organizaciones de mercadeo pueden mejorar sus habilidades en administración y su acceso a nuevos mercados.

### 3-Promoción del Comercio Justo

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

### 4-Pago de un precio justo

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

### 5-Equidad de Género

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

### 6-Condiciones de Trabajo

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

### 7-Trabajo Infantil

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

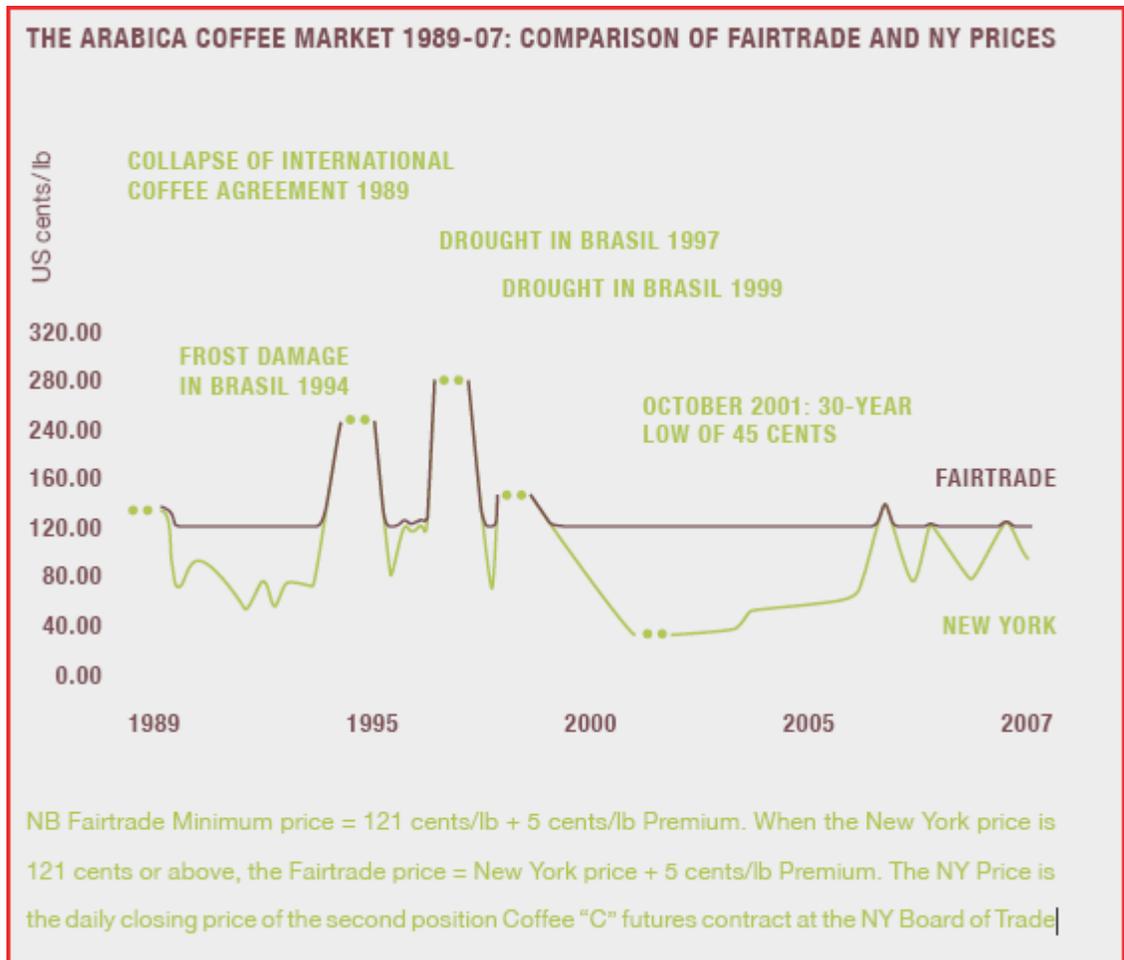
### 8-El medio ambiente

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

### 9-Relaciones Comerciales

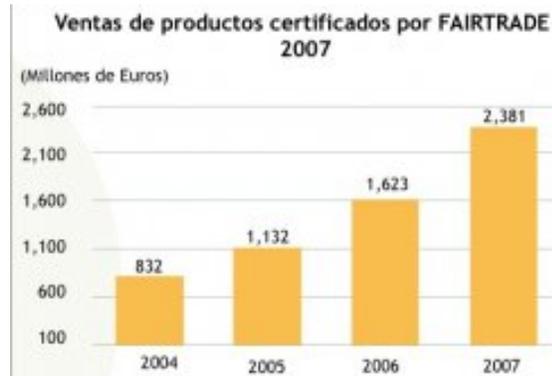
Las Organizaciones de Comercio Justo, comercian con una preocupación por el bienestar social, económico y medio ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a costo de ellos. Mantienen relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo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

Anexo 11 : características del precio pagado por el comercio justo: ejemplo del café



### Anexo 12 : cifras del comercio justo

Ventas en precio de productos certificados por la FLO, fuente : informe anual 2008 de la FLO



**La dinámica del comercio justo en Europa: un compendio estadístico / Fair trade dynamics in Europe: a statistical overview**

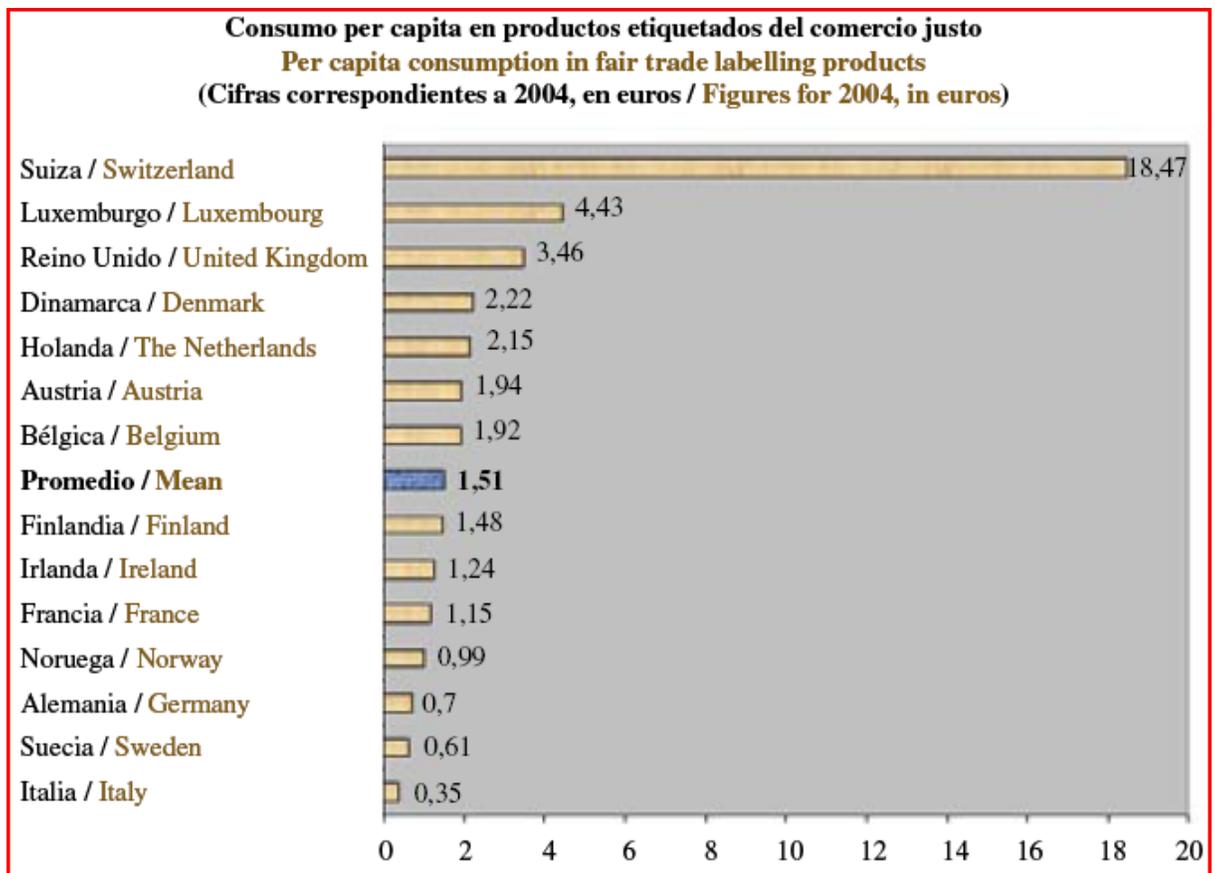
	2000	2004	Incremento (%) / Increase (%)
<b>Organizaciones importadoras / Importing organizations</b>	97	200	106
<b>Puntos de venta / Sales Outlets</b>			
Tiendas de comercio justo / Worldshops	2.740	2.854	4
Supermercados / Supermarkets	43.100	56.700	32
Otros / Others	18.000	19.300	7
<i>Total / Total</i>	<i>63.800</i>	<i>78.900</i>	<i>24</i>
<b>Personal remunerado (equivalente a tiempo completo)</b>			
<b>Paid staff (full-time equivalent)</b>			
Organizaciones de importadores / Importing organisations	746	851	14
Asociaciones de tiendas de comercio justo / Worldshops associations	32	107	234
Asociaciones de etiquetado / Labelling organisations	71	113	59
<i>Total / Total</i>	<i>849</i>	<i>1.071</i>	<i>26</i>
<b>Facturación (en miles €) / Turnover (in thousands €)</b>			
Organizaciones de importadores / Importing organisations	118.900	243.300	105
Asociaciones de tiendas de comercio justo, valor neto de ventas al por menor / Worldshops associations, net retail value	41.600	103.100	148
Organizaciones de etiquetado, valor neto de ventas al por menor Labelling org., net retail value	208.900	597.000	186
Ventas netas totales de productos de comercio justo (estimada) All Fair Trade retail value (estimate)	260.000	660.000	154
<b>Gasto en Educación/Relaciones públicas/Marketing (en miles €) / Expenditure in Education/Public relations/Marketing (in thousands €)</b>			
Organizaciones de importadores / Importing organizations	5.600	11.400	104
Tiendas de comercio justo / Worldshops	1.000	1.700	70
Organizaciones de etiquetado / Labelling organisations	3.500	5.100	46
<i>Total / Total</i>	<i>10.100</i>	<i>18.300</i>	<i>81</i>

**Total de ventas en millones de toneladas generado  
por el Sello de Comercio Justo,  
1997 - 2003:**

1997:	25,972	+	11.3 %
1998:	28,913	+	15.8 %
1999:	33,495	+	18.7 %
2000:	39,750	+	22.0 %
2001:	48,506		

2002:	58,813	+	21.2 %
2003:	83,480	+	42.3 %

La fuente de la información estadística presentada es FINE, *Fair Trade in Europe 2005*. Encuesta preparada por Jean Marie Krier, Bruxelles, Fair Trade Advocacy Office



**Anexo 13 : diagnostico de la asociación de productores propuesto por la IFAT**

Nombre de la organización: Persona de contacto para la autoevaluación: Tipo de organización: Productos: Teléfono: Fax: E-mail: Fecha: Firma:
--

<b>Estándar</b>	<b>Pregunta</b>	
<b>1. Creando oportunidades para personas económicamente desventajadas</b>	¿Tenéis una declaración de vuestra misión? (Sí/No)  ¿Induye el objetivo de la reducción de la pobreza a través del comercio? (Sí/No)	
	¿Guardáis información sobre quiénes son los productores de vuestros productos? (Sí/No)  Indica quiénes son: - Productores individuales - Cooperativas - Grupos comunitarios - Empresas - Otros (por favor, especificar)	
<b>2. Transparencia y responsabilidad</b>	¿Tenéis un plan de acción que apoye la reducción de la pobreza a través del comercio? (Sí/No)  ¿Elaboráis informes contables/financieros o auditorías anuales? (Sí/No)  ¿Elaboráis informes anuales detallando las actividades de la organización? (Sí/No)  ¿Quién recibe una copia de vuestro informe anual? La Junta El personal Los productores Los clientes Los donantes Otros (por favor, especificar)	

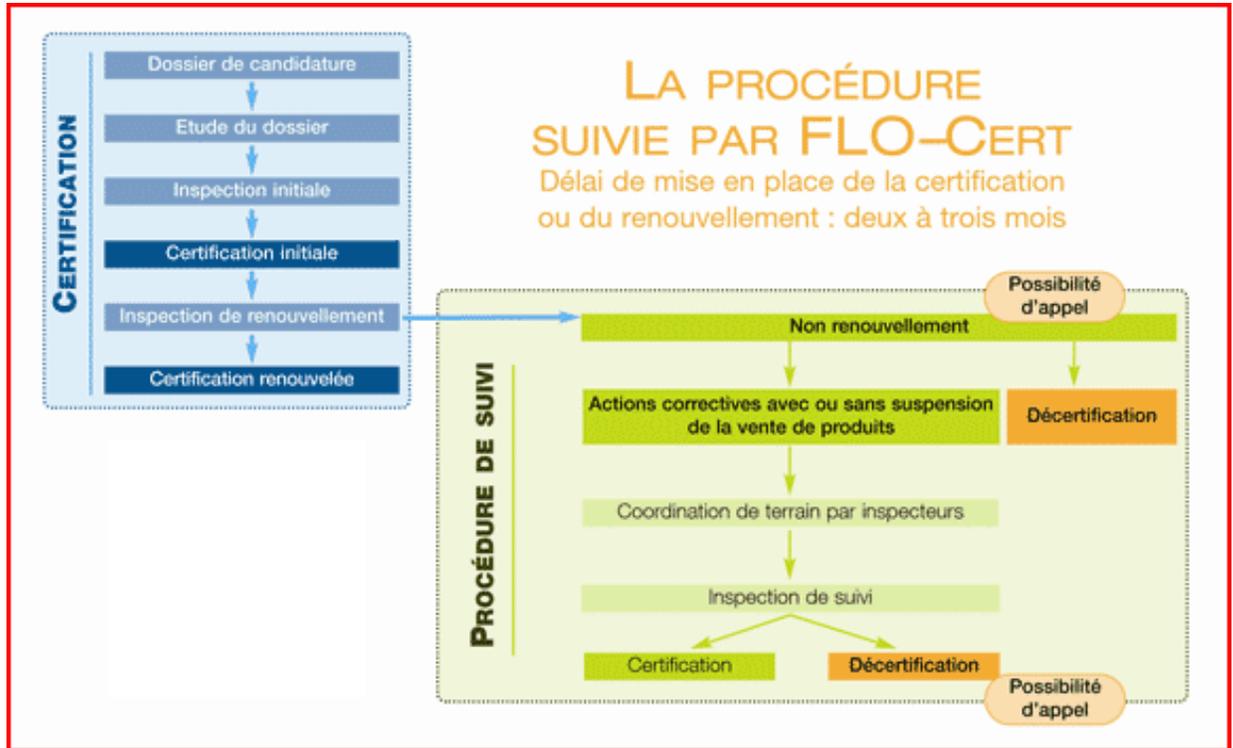
<b>2. Transparencia y responsabilidad (cont.)</b>	¿Tenéis información sobre los precios pagados a los productores en los últimos dos años? (Sí/No)	
	¿Sabes los productores vuestros precios de venta y el método de fijación de los mismos? (Sí/No)	
	¿Lleváis a cabo reuniones con: - vuestros empleados? - con los productores a quienes compráis?	
	¿Cuántas reuniones habéis tenido con vuestro personal en los últimos dos años?  ¿Cuántas reuniones habéis tenido con los productores en los últimos dos años?  ¿Guardáis copia de las notas tomadas durante las reuniones? (Sí/No)	
<b>3. Construcción de capacidades</b>	¿Visitáis a vuestros asociados? (Sí/No)  ¿Cuál es la naturaleza de dichas visitas? - Facilitar información de mercado - Proporcionar talleres - Desarrollar nuevos productos - Identificar productos - Marketing - Otros	
	¿A cuántos asociados habéis visitado en los últimos dos años?	
	¿Cuántos de ellos fueron visitados más de una vez en los últimos dos años?	
	¿Qué tipo de capacitación habéis proporcionado a los productores? (ej. Desarrollo de productos, control de calidad, marketing, etc.) Escribe en la tabla.  ¿Habéis proporcionado capacitación al personal? (Sí/No)  ¿Proporcionáis cualquier tipo de información sobre el mercado a vuestros asociados? (Sí/No)	
<b>4. Promocionando el Comercio Justo</b>	Por favor, informa de lo siguiente:  Ventas Totales Brutas en los dos últimos años (especifica la moneda)  Proporción de las ventas brutas de organizaciones de Comercio Justo en los últimos dos años  Incremento/disminución del total de ventas brutas en comparación con el periodo anterior  ¿Cuántos de tus clientes son miembros de IFAT?  ¿Qué porcentaje de tus ventas son miembros de IFAT?  ¿Ha crecido o disminuido desde el año pasado?	

<p><b>4. Promocionando el Comercio Justo (cont.)</b></p>	<p>(Muchos miembros piensan que el crecimiento del mercado para los productos de Comercio Justo dentro de IFAT debería ser un componente importante de nuestra estrategia de desarrollo de mercado. Por ello necesitamos saber cuántos de vuestros productores/compradores son miembros de IFAT y si vuestras ventas crecen o decrecen. Si esto es importante para vosotros, tal vez necesitéis preguntarle a vuestro oficial de finanzas/contable que rediseñe el libro de contabilidad de manera que la información se guarde regularmente)</p>	
	<p>¿Lleváis a cabo actividades de promoción del Comercio Justo? (Sí/No)</p> <p>Escribelas en la columna de la derecha. Foros, charlas, coordinaciones, encuentros.</p> <p>¿Proporcionáis información sobre vuestros productos de Comercio Justo a vuestros consumidores? (Sí/No)</p> <p>¿Elaboráis publicaciones que promuevan el Comercio Justo?</p> <p>¿Habéis asistido a ferias de Comercio Justo o de comercio tradicional (locales, nacionales o internacionales) en los últimos dos años? (Sí/No)</p> <p>¿Cuántas fueron nacionales?</p> <p>¿Cuántas fueron internacionales?</p>	

<p><b>5. Pago de un precio justo</b></p>	<p>¿Da tu organización adelantos a los productores? (Si/No)</p> <p>¿Qué porcentaje de los pagos se hacen durante el tiempo acordado con los proveedores?</p> <p>¿Ofrece tu organización salarios justos e igualitarios para hombre y mujeres? (Si/No)</p> <p>¿Ofrece tu organización salarios teniendo en cuenta las necesidades de la familia del productor, tales como la salud y educación? (Si/No)</p> <p>¿Asistís a los productores a la hora de calcular sus costes de producción y sobre cómo los mismos podrían reducirse cuando fuere posible? (Si/No)</p> <p>¿Reciben vuestros productores información sobre los precios de mercado de productos similares a los que ellos producen? (Si/No)</p>	
<p><b>6. Igualdad de género</b></p>	<p>¿Participan las mujeres completamente en la organización y sus actividades? ¿Se les permite progresar según sus habilidades? (Si/No)</p> <p>¿Tienen los hombres y mujeres acceso igualitario al mismo tipo de trabajo? (Si/No)</p> <p>¿Paga tu organización el mismo salario a hombres y a mujeres en caso de realizarse el mismo trabajo? (Si/No)</p> <p>¿Cuenta tu organización con un fondo a disposición de mujeres en situaciones especiales (ej: maternidad, enfermedad, etc.)? (Si/No)</p> <p>¿Proporciona tu organización oportunidades para que la comunidad discuta las condiciones laborales de los hombres y de las mujeres cuando se vean afectados? (Si/No)</p>	
<p><b>6. Igualdad de género (cont.)</b></p>	<p>¿Existen redes de mujeres apoyadas por tu organización? (Si/No)</p> <p>¿Proporciona tu organización educación sobre la violencia doméstica y la contribución masculina en las tareas del hogar?</p>	
<p><b>7. Condiciones Laborales</b></p>	<p>¿Se ajustan vuestras condiciones a las leyes nacionales del trabajo?</p> <p>¿Asigna vuestra organización un porcentaje de los beneficios para la mejora de las condiciones de vuestros productores?</p> <p>¿Fomenta vuestra organización la realización de actividades que lleven al desarrollo de equipos de producción y trabajo? (Si/No)</p> <p>¿Hay niños involucrados en el proceso de producción? (Si/No)</p>	

<p><b>8. Empleo de menores</b></p>	<p>¿Controláis el tiempo que los niños dedican a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación</li> <li>- Recreo</li> <li>- Trabajo</li> </ul>	
<p><b>9. Medio ambiente</b></p>	<p>¿Utiliza tu organización materias primas de fuentes sostenibles? (Sí/No)</p> <p>Si la respuesta es afirmativa, ¿qué porcentaje de los productos comprados o desarrollados provienen de materias primas de fuentes sostenibles?</p> <p>¿Proviene algunas de las materias primas de especies en vías de extinción? (Sí/No)</p> <p>¿Se obtienen las materias primas de fuentes locales? (Sí/No)</p> <p>¿Utilizáis materiales reciclados o biodegradables en el empaque, publicaciones y otros materiales promocionales? (Sí/No)</p> <p>De vuestro material desechable, ¿qué porcentaje es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reutilizado?</li> <li>- Reciclado?</li> <li>- Desperdiciado?</li> </ul> <p>¿Qué porcentaje de materia prima se desperdicia en la producción?</p> <p>¿Qué porcentaje de uso de energía alternativa existe?</p> <p>¿Cuál es vuestra inversión anual en tecnologías apropiadas?</p> <p>¿Qué porcentaje de vuestros productos se transporta por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aire?</li> <li>- mar?</li> <li>- tierra?</li> </ul> <p>¿Disponéis de un presupuesto destinado a la educación medioambiental y concienciación ciudadana? (Sí/No)</p>	

Anexo 14 : procedimiento de certificación de la FLO



Anexo 15 : ejemplo de embalaje de un producto del comercio justo

Vista frontal

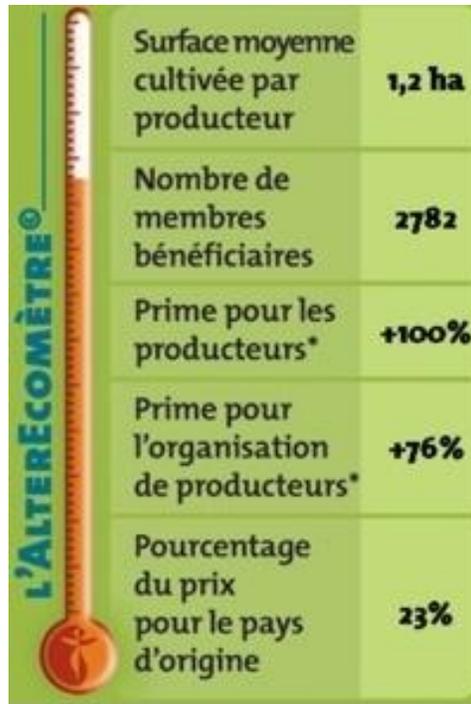


Marca del producto : marca de la empresa comercializadora del producto

Sello FLO certificador de la aplicación de los requisitos del comercio Justo

Sello de la Agricultura Biologica reglamentado por la Unión Europea

Vista dorsal



\*Comparaison Alter Eco / marché conventionnel

Superficie cultivado	promedio
por el	productor
Numero de miembros	beneficiarios
Prima para los	productores
Prima para la	organización de
productores	
Porcentaje del precio	para el país de origen

