

Comercio justo: ¿una alternativa económica sostenible para América Latina y el Caribe?

Fair Trade: A Sustainable Economic Alternative for Latin America and the Caribbean?

Daniela Hernández Regalado
(Universidad de El Salvador, El Salvador)

 <https://orcid.org/0009-0000-9937-0914>

Correspondencia: daniela.hernandez092c@gmail.com



Recibido: 30-03-2023
Aceptado: 07-08-2023

COMERCIO JUSTO: ¿UNA ALTERNATIVA ECONÓMICA SOSTENIBLE PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE?

Daniela Hernández Regalado

RESUMEN

La propuesta de implementar prácticas y relaciones comerciales alternativas aparece a partir de la necesidad de modificar las reglas del comercio internacional por considerarse injustas para los pequeños productores y dañinas para el medio ambiente; en este contexto, surge formalmente el Comercio Justo, movimiento que posteriormente se convierte en una propuesta de modelo económico que beneficia a productores locales y grupos vulnerables de países del Sur Global para que puedan insertarse en las cadenas de valor del mercado internacional con apoyo de países del Norte Global. Para el caso de América Latina y el Caribe, esta propuesta ha sido implementada por colectivos y organizaciones productoras locales en alianza con empresas y organizaciones importadoras, utilizando como canal a organismos regionales e internacionales que facilitan los procesos de certificación e intercambio comercial, bajo una serie de objetivos y principios fijados desde el sistema de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO). Partiendo de esta premisa, el presente artículo pretende explicar en qué medida el comercio justo es una alternativa económica favorable y sostenible para los países de América Latina y el Caribe, por medio del abordaje de sus orígenes a nivel global y regional; sus objetivos y principios; las etapas y actores involucrados; los principales productos que exporta la región y el impacto que estas relaciones comerciales generan a nivel económico, social, y ambiental, con la finalidad de identificar críticas, retos y oportunidades para su fortalecimiento e inserción efectiva.

PALABRAS CLAVE: América Latina y el Caribe - comercio internacional - comercio justo - desarrollo sostenible - grupos vulnerables - medio ambiente - norte-sur global - pequeños productores

FAIR TRADE: A SUSTAINABLE ECONOMIC ALTERNATIVE FOR LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN?

Daniela Hernández Regalado

ABSTRACT

The proposal to implement alternative trade practices and relations arises from the need to modify international trade rules, which are considered unfair to small producers and harmful to the environment. In this context, Fair Trade formally emerges as a movement that later evolves into an economic model aimed at benefiting local producers and vulnerable groups in the Global South, allowing them to integrate into international market value chains with support from the Global North. For Latin America and the Caribbean, this proposal has been implemented by local producer collectives and organizations in partnership with importing companies and organizations, using regional and international bodies to facilitate certification and trade processes, based on a set of objectives and principles established by the World Fair Trade Organization (WFTO). Based on this premise, this article aims to explain the extent to which fair trade is a favorable and sustainable economic alternative for Latin American and Caribbean countries by examining its global and regional origins; its objectives and principles; the stages and actors involved; the main products exported by the region; and the economic, social, and environmental impacts of these trade relationships, with the goal of identifying critiques, challenges, and opportunities for its strengthening and effective integration.

KEYWORDS: Latin America and the Caribbean - international trade - fair trade - sustainable development - vulnerable groups - environment - global north-south - small producers

Comercio justo: ¿una alternativa económica sostenible para América Latina y el Caribe?

Daniela Hernández Regalado¹
El Salvador

I. Orígenes y conceptualización del Comercio Justo

Los orígenes del Comercio Justo como movimiento pueden situarse en el fin de la Segunda Guerra Mundial, específicamente entre las décadas de 1940 y 1950, cuando las nacientes instituciones financieras internacionales lideradas por Estados Unidos — el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) — estaban instruyendo un nuevo orden económico mundial basado en el libre comercio y la protección de intereses de las grandes empresas como condicionantes de las relaciones económicas entre Estados,² que históricamente han sido perjudiciales para las economías de los países en desarrollo.

- 1 Licenciada en Relaciones Internacionales por la Universidad de El Salvador, cofundadora del Hub de Finanzas Sostenibles El Salvador, colaboradora externa de la sección de Gobernanza Ambiental y Desarrollo Sostenible del colectivo Espacio Global. Tutora académica, activista medioambiental y comunicadora climática, con énfasis en financiamiento climático y sostenible. Cuenta con formación en Liderazgo, Política y Democracia, Derechos Humanos, Género, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible; y experiencia en investigación, edición de artículos y blogs académicos, y creación de contenido digital.
- 2 Coordinadora Estatal de Comercio Justo, “Comercio Justo: un movimiento en auge”, *Cuaderno de Comercio Justo*, n.6 (España: 2016), <http://base.socioeco.org/docs/cuaderno-castellano-2016.pdf>, 10.



A partir de este contexto, se puede aludir a la división Norte-Sur global, tradicionalmente utilizada para distinguir a aquellos países que se ubican en el hemisferio norte y que poseen mayores niveles de ingresos e industrialización, en contraste con los países de las regiones del sur que no han alcanzado los niveles suficientes de desarrollo económico, considerando que, si bien estas denominaciones responden a una visión de desigualdades estudiada y debatida en el campo de las Relaciones Internacionales desde los años 60,³ para el abordaje de este artículo son de referencia, precisamente porque en esa década empezaron a surgir agrupaciones sociales que buscaban modificar las lógicas comerciales perjudiciales para los productores del sur que, siendo poseedoras de diversidad de recursos naturales y materias primas, sus actividades económicas se concentran en los sectores primario y terciario, especialmente agrícolas y manufactureras.

Así, el recorrido por los orígenes e institucionalización del Comercio Justo⁴ comienza en 1964, cuando durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) realizada en Ginebra, Suiza, los países del sur ahí representados solicitan que se establezcan reglas comerciales más justas bajo la consigna “*comercio, no ayuda*”, para que ya entre las décadas de los 60 y 70 comiencen a emerger una serie de organizaciones de productores de Comercio Justo en las regiones de África, Asia y América Latina.

Posteriormente, durante la década de los 80, se crearon las primeras redes de organizaciones y productores de Comercio Justo a nivel internacional y en 1989, se fundó la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT, por sus siglas en inglés) por 40 organizaciones; ya en 1997, distintas iniciativas de certificación se unieron para crear la *Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)*, que luego instituyó el *Sello Fairtrade* y, en 2006, la IFAT se unió a la Red Europea de Tiendas del Mundo (NEWS) para constituir la

3 Josefina del Prado, “La División Norte-Sur en las Relaciones Internacionales”, *Agenda Internacional*, vol. 5, n. 11 (1998): 24-25.

4 *Ibíd.*, 11-12.

Organización Mundial del Comercio Justo (en inglés, WFTO). Finalmente, en 2016, se promueve y presenta el sello oficial de certificación de la WFTO, el cual constituye la primera etiqueta de garantía internacional para productos de comercio justo.⁵

Es cierto que se han formulado diversas definiciones para este concepto desde sus orígenes; sin embargo, de manera oficial, la Organización Mundial del Comercio Justo lo ha definido como:

*“un movimiento mundial que promueve modelos diferentes de comercialización y una economía democrática que facilita el desarrollo de los pequeños productores fortaleciendo la autogestión, haciendo una alianza de intercambio lo más corto posible con el consumidor, ofreciendo productos que promueven y mejoren las condiciones sociales, la economía popular, equidad de género y el medio ambiente”.*⁶

No obstante, el “comercio justo” con letras minúsculas, se refiere específicamente a la forma alternativa de comercialización de productos y servicios procedentes de países en vías de desarrollo⁷ que surge del movimiento de Comercio Justo y, a diferencia de la economía solidaria, -que también es un modelo popular y alternativo al capitalismo fundamentado en el esfuerzo organizativo y solidario de las mayorías para resolver problemas ambientales y reducir la pobreza y exclusión social, tanto en el campo como en la ciudad y eliminar sus causas⁸-, se basa en el trabajo de los propios productores y la relación con sus consumidores, centrándose primordialmente en la calidad y el precio de los productos ofrecidos y la repartición equitativa de las ganancias generadas por este intercambio.

5 World Fair Trade Organization Latin America, “La etiqueta de producto de WFTO”, WFTO.LA.org, 13 de febrero de 2016, <https://www.wfto-la.org/la-etiqueta-de-producto-de-wfto/>

6 World Fair Trade Organization Latin America, “¿Qué es el Comercio Justo”, WFTO.LA.org, acceso el 10 de marzo de 2023, <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

7 Steven Jorge Pedrosa, “Comercio justo”, Economipedia, actualizado el 1 de abril de 2020, <https://economipedia.com/definiciones/comercio-justo.html>

8 Aquiles Montoya, *Manual de Economía Solidaria* (San Salvador: Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, 2009), https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Aquiles_Montoya_MANUAL_ECONOMIA_SOLIDARIA.pdf

II. Ciclo del comercio justo: principios, objetivos y etapas

Establecidos los orígenes y definición operativa del término Comercio Justo, compete estudiar el funcionamiento del ciclo de comercio justo, partiendo del supuesto de responder a una dinámica de comercio circular, en que se eliminan eslabones de intermediaciones innecesarias en las cadenas de valor para garantizar una mayor fluidez de cada trayecto en el ciclo (ver figura 1).

Figura 1. Círculo del comercio justo



Fuente: "El círculo del Comercio Justo", Coordinadora Estatal de Comercio Justo, acceso el 5 de enero de 2023, <https://comerciojusto.org/publicacion/el-circulo-del-comercio-justo/>.

De este modo, se contemplan cuatro actores principales en las etapas del “Círculo del Comercio Justo”, mostrado en la Figura 1:⁹ las agrupaciones de productores locales y pequeñas cooperativas, que transforman las materias primas y fabrican los productos finales; las organizaciones internacionales y las redes de Comercio Justo, que importan los productos que cumplen con los estándares y poseen la certificación de *Fairtrade*; las tiendas y comercios autorizados, que reciben estos productos y los venden a los precios establecidos por las organizaciones productoras (en algunos casos, estos productos son importados directamente para el consumo inmediato); y los consumidores finales, quienes compran estos productos y pagan el precio justo determinado por la calidad de dichos bienes, cuya ganancia llega directamente a los propios productores, quiénes vuelven a iniciar este ciclo.

Como se puede observar, este modelo de economía circular propone beneficios para los pequeños productores que radican en el Sur Global, puesto que, con el apoyo de las redes internacionales y las organizaciones importadoras, pueden comerciar sus productos bajo reglas más favorables, no sólo en sus propias regiones, sino también en los países del norte, que representan un mercado de consumo vital del comercio internacional.

En ese marco, los objetivos del Comercio Justo se concentran en el acceso a mercados estratégicos en aras de reforzar sus relaciones con consumidores clave, a la vez que suplen las preocupaciones de los productores por mejorar las remuneraciones y el bienestar de la población trabajadora, crear condiciones de desarrollo para sectores desfavorecidos y grupos vulnerables (como mujeres, niñez y juventudes, personas de la tercera edad, poblaciones indígenas y afrodescendientes, entre otros.), así como la toma de conciencia sobre los efectos negativos del comercio tradicional.¹⁰

9 Coordinadora Estatal de Comercio Justo, “El círculo del comercio justo”, Comerciojusto.org (2016), <http://comerciojusto.org/publicacion/el-circulo-del-comercio-justo/>.

10 Guillaume Nicaise, “El Comercio Justo” (Trabajo de grado, Escuela Superior de Marketing y Administración – ESMA, 2003-2004), 10, <http://guillaumenicaise.com/Essais/el%20comercio%20justo.pdf>.

Esto sienta las bases para redactar los principios de la Carta Internacional del Comercio Justo¹¹ (ver figura 2), documento presentado en 2018 por la WFTO como referencia común para el movimiento global con el objetivo de “ayudar a los actores del Comercio Justo a explicar cómo sus trabajos están vinculados a los valores compartidos y a un enfoque genérico, y a quienes trabajan con el Comercio Justo, a reconocer esos valores y enfoques”.¹²

Figura 2. Íconos de los 10 principios del Comercio Justo



Fuente: Comercio Justo, WFTO-LA, acceso el 18 de enero de 2023,
<https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

- 11 World Fair Trade Organization, “Los 10 Principios del Comercio Justo” (2017), https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf.
- 12 Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo, “La Carta Internacional de Comercio Justo. Cómo el movimiento global de Comercio Justo trabaja para transformar el comercio con el fin de alcanzar la justicia, la igualdad y la sostenibilidad para las personas y el planeta” (España: 2018), <https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2018/09/Carta-Intern-Comercio-Justo.pdf>, 4.

Principios del Comercio Justo:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas, centrandó atención en la reducción de la pobreza y facilitar la autosuficiencia económica.
2. Transparencia y responsabilidad, en materia de rendición de cuentas, respeto a la sensibilidad y confidencialidad en la gestión y relaciones económicas.
3. Prácticas comerciales justas, debido a la preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de productores marginados, así como la protección de su identidad cultural y habilidades tradicionales.
4. Pago justo, incluyendo los precios y salarios justos y dignos a nivel local.
5. Garantizar que no haya trabajo infantil o trabajo forzoso, en consonancia con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y otras leyes nacionales/locales.
6. Compromiso con la no discriminación, la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación, mediante políticas y planes que garanticen el ejercicio de estos derechos.
7. Garantizar las buenas condiciones laborales, en ambientes de trabajo saludables y seguros, que cumplan con las leyes nacionales, locales y las convenciones de la OIT.
8. Proporcionar el desarrollo de capacidades, encaminado a mejorar las habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a mercados de pequeños productores marginados y aumentar los impactos positivos de su desarrollo.
9. La promoción del comercio justo, mediante la disposición de información actualizada sobre la organización, los productos

comercializados y los productores que los hacen y la aplicación de técnicas de marketing y publicidad honestas.

10. Respeto por el medio ambiente, maximizando el uso de materias primas distribuidas a nivel local, reduciendo el consumo de energía, residuos y emisiones de gases de efecto invernadero, y brindando prioridad a compra y venta de productos hechos a partir de recursos manejados de forma sostenible.

III. Panorama del comercio justo en América Latina y el Caribe: actores, productos e impacto

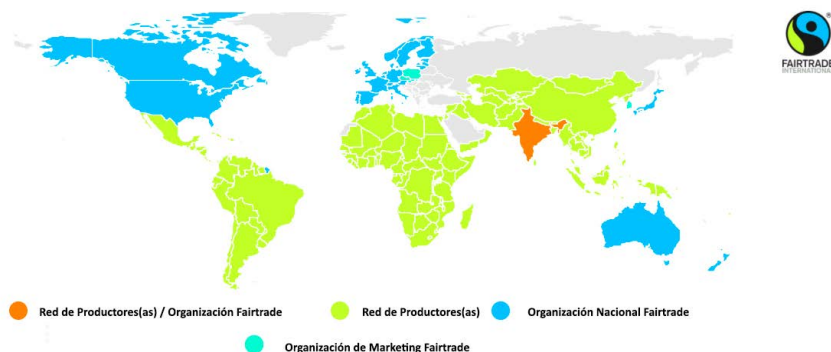
Una vez abordado todo el bagaje conceptual y filosófico del Comercio Justo, compete ahora visualizar su comportamiento en la región, la cual se articula a partir del trabajo de dos tipos de actores que participan en la cadena comercial de esta red. Por un lado, se encuentran las organizaciones internacionales y entidades importadoras de productos de comercio justo, que poseen un papel sustancial, no solo como facilitadoras de la cadena de valor al trasladar los productos hasta las tiendas de los países del norte, sino también como portadoras de la certificación internacional del sello y licencias de marca *Fairtrade* otorgada a productos que cumplen los requisitos fijados por este sistema.

Entre estas organizaciones distribuidas a nivel mundial (ver figura 3), destacan las siguientes: *Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)*, conformada por una red de Organizaciones Nacionales de Comercio Justo (NFOs en inglés) de Norteamérica y Europa, así como una serie de Organizaciones de Marketing de Comercio Justo (FMOs) que también se encuentran en Asia;¹³ *Fair Trade USA (FTUSA)*, organización portadora del *Fair Trade Certified* establecida

13 Fairtrade International, "Fairtrade organizations and businesses", Fairtrade.net, acceso el 12 de marzo de 2023, <https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-organizations>

en los Estados Unidos;¹⁴ y *European Fair Trade Association (EFTA)*, que agrupa importadores europeos de Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, España, Suiza y el Reino Unido.¹⁵

Figura 3. Mapa de las redes y organizaciones de Fairtrade International



Fuente: Fair Trade Internacional, CLAC-Comercio Justo, acceso el 3 de febrero de 2023, <https://clac-comerciojusto.org/sistema-fairtrade/>

Vale mencionar que estas organizaciones forman parte de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), por lo que su trabajo y actividades, debe estar alineado con los principios de la Carta Internacional del Comercio Justo. Asimismo, como organización internacional, la WFTO se ha distribuido en 76 países con más de 1000 empresas sociales y 1500 tiendas en el mundo, articulando esfuerzos con apoyo de otras entidades internacionales como la Unión Europea, organismos del Sistema de Naciones Unidas y otras fundaciones y empresas multinacionales.¹⁶

14 Fair Trade Cetification, “El impacto de la Fair Trade Certification”, es.fairtradecertified.org, acceso el 12 marzo de 2023, <https://es.fairtradecertified.org/what-we-do/our-impact/>

15 European Fair Trade Association, “European Fair Trade Association,” EFTA, acceso el 12 de marzo de 2023, <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/index.php>

16 World Fair Trade Organization, *Annual Report 2021*, <https://wfto.com/sites/default/files/Annual%20Report%202021.pdf>, 39-40

El otro lado de la red de actores de Comercio Justo en América Latina y el Caribe lo protagonizan las organizaciones, cooperativas, asociaciones, empresas e incluso familias productoras locales de los diferentes países de la región que, al poseer variedad de recursos naturales repartidos geográficamente y caracterizarse por desempeñar actividades económicas agrícolas utilizando técnicas especializadas y otras tradicionales autóctonas, generan un aporte con el cultivo, procesamiento y producción de los productos comercializados; además, persiguen el beneficio económico para mejorar las condiciones de vida de sus familias y comunidades, al mismo tiempo que promuevan y participen en su desarrollo.¹⁷

Estos pequeños productores del sur suelen conformar organizaciones o colectivos a nivel nacional y regional para facilitar la exportación a través de los actores del norte y fortalecer sus capacidades, además de generar intercambios de experiencias y diseño de estrategias para mejorar el comercio, basándose en los principios del Comercio Justo; de tal manera, se pueden mencionar dos de estas redes existentes en la región.

La primera de estas redes es la **Organización Mundial del Comercio Justo en América Latina (WFTO-LA)** con 67 miembros en 12 países de América Latina, a saber: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú y Uruguay; los cuales, se organizan bajo la figura de empresas sociales y proveedores, sean miembros certificados o provisionales, y son monitoreados bajo el Sistema de Garantía de la WFTO y su sello.¹⁸

La segunda red es la **Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC)**, organización codueña del sistema de *Fairtrade International* de esta región con

17 Brisa Ceccon R., "El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos" (Ciudad de México: CopItarXives, 2008), <https://copitarxives.fisica.unam.mx/SC0002ES/SC0002ES.pdf>, 71-73

18 World Fair Trade Organization Latin America, "Miembros", WFTO.LA.org, acceso el 13 de marzo de 2023, <https://www.wfto-la.org/miembros/#tab-id-9>.

alrededor de 1000 organizaciones certificadas, distribuidas en las regiones de Centroamérica, el Caribe, Andina y del Cono Sur.¹⁹ Esta red, cuya sede se encuentra en El Salvador, también forma parte de la Organización Mundial del Comercio Justo en América Latina,²⁰ por lo que su trabajo está adscrito a la WFTO.

Complementariamente, es factible mencionar que a nivel de región se han conformado una serie de Coordinadoras Nacionales como entidades con sus propias estructuras organizativas y procesos de toma de decisión y fomentan el diálogo, análisis, discusión y consulta, así como apoyan y dan seguimiento a los servicios que las coordinadoras regionales proporcionan. Para el caso de *CLAC-Fairtrade*, los países de México, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Costa Rica en conjunto con Panamá, República Dominicana, Ecuador, Perú, Colombia, Bolivia, Brasil, Paraguay y Argentina junto a Uruguay, poseen sus propias Coordinadoras²¹ que representan los intereses de sus productores locales y disponen acciones conjuntas en asociación con otros países.

En lo que respecta al ámbito de la producción, existe una gran diversidad de productos de comercio justo provenientes de la región, los cuales se obtienen principalmente del sector agrícola, textil y manufacturero, cuyas particularidades varían de acuerdo a la naturaleza de los colectivos de productores y el país del que provengan. En el cuadro 1, se muestra un listado de productos comerciados América Latina y El Caribe que cuentan con la certificación *Fairtrade*.

19 CLAC-Comercio Justo, “¿Quiénes somos?”, CLAC-Comerciojusto.org, 2022, <https://clac-comerciojusto.org/>

20 Idem.

21 CLAC-Comercio Justo, “Coordinadoras Nacionales”, CLAC-Comerciojusto.org, 2022, <https://clac-comerciojusto.org/quienes-somos-2/coordinadoras-nacionales/>

Cuadro 1. Principales productos de comercio justo en América Latina y el Caribe

Número de organizaciones		Principales productos con Certificación Fairtrade
Región	País	
México-Centroamérica (CAM)	México (69)	Café, miel, banano, pimienta y otras frutas.
	Guatemala (30)	Café, miel y verduras.
	Belice (4)	Caña de azúcar
	El Salvador (7)	Café, caña de azúcar, nueces.
	Honduras (77)	Café y cacao.
	Nicaragua (39)	Café, cacao y miel.
	Costa Rica (12)	Café, cacao, caña de azúcar, banano, verduras y frutas.
	Panamá (3)	Banano, frutas frescas y cacao.
El Caribe	Rep. Dominicana (73)	Cacao y banano.
	Haití (1)	Cacao.
	Cuba (4)	Azúcar.
	Jamaica (1)	Azúcar.
	Granada (1)	Cacao.
	Santa Lucía (1)	Banano.
Andina	Perú (281)	Cacao, café, banano, caña de azúcar, espárragos, granadilla, mango y aguacate.
	Colombia (156)	Café, banano, cacao, gulupa, uchuva y caña de azúcar.
	Ecuador (85)	Banano, cacao, flores, azúcar de caña y quínoa.
	Bolivia (27)	Café, cacao, castaña y quínoa.
Cono Sur	Argentina (11)	Vinos, fruta y miel.
	Brasil (59)	Café, jugo de naranja, miel, frutas tropicales, nueces, hierbas y especias, semillas oleaginosas.
	Chile (14)	Vinos, fruta, nueces y miel.
	Paraguay (12)	Azúcar.
	Uruguay (1)	Miel.

Fuente: elaboración propia, a partir de la base de datos de las Direcciones Regionales de CLAC-FAIRTRADE (2022).²²

²² CLAC-Comercio Justo, "Direcciones Regionales", CLAC-Comerciojusto.org, 2022, <https://clac-comerciojusto.org/direcciones-regionales/>

Aun así, es sustancial contrastar estos datos con cifras y estadísticas para visualizar un panorama más amplio. Primero, de acuerdo con las estadísticas actualizadas hasta 2020, hay una primacía de ocho productos clave para los países de la región: café (58 %), banano (26 %), cacao (7 %), caña de azúcar (4 %), frutas frescas (2 %), uvas de vino (1 %), miel (1 %) y otros productos (tales como cereales, frutos secos y semillas, flores y plantas, zumos de fruta, oro y metales preciosos asociados, hierbas, infusiones y especias que agrupan el 1 % restante), estimando que la tendencia se mantenga.²³

Luego, hay que referirse a la evolución del Comercio Justo en la región, considerando que, según *Fair Trade International*, el número de productores de Comercio Justo ha ido en aumento desde 2015 con un total de 665 hasta 950 en 2020, estimando que al 2022 hay alrededor de 1000, lo cual, a su vez, representa el 51 % del total de productores a nivel global.²⁴ A esto se suma que, de acuerdo con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el sector agropecuario de la región aporta el 14 % del empleo total de la región, considerando que el 38 % de la superficie del territorio se destina a actividades agrícolas.²⁵

En cuanto al análisis de mercado, de acuerdo con un estudio desarrollado en colaboración con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) hacia el año 2015, el volumen de exportaciones de productos Fairtrade era de 53 % respecto a las exportaciones globales de la región; además, se pueden destacar países como Estados Unidos, Canadá, Japón, Reino Unido y algunos miembros de la Unión Europea como Alemania, Francia, Países Bajos, Bélgica y Suiza como principales importadores de la región.²⁶ No obstante, es

23 Fairtrade International, "Focus on Fairtrade Regions: Latin America and the Caribbean" (2022), <https://files.fairtrade.net/publications/2022-Fairtrade-regional-monitoring-Lat-Am-Caribbean-13th-ed.pdf>, 7-9.

24 *Ibid.*, 3.

25 Salomé Ramírez Vargas, "Agricultura en América Latina debe transformarse para enfrentar amenazas, advierten ministros", *Voz de América*, 28 de noviembre de 2022, <https://www.vozdeamerica.com/a/agricultura-america-latina-transformacion-amenazas/6853537.html>

26 Marco Coscione y Nanno Mulder (edit), *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*

difícil determinar el porcentaje de exportación de años posteriores, debido a que los datos no han sido actualizados.

Por último, vale la pena observar el impacto que han generado estas dinámicas para la población de la región, iniciando por el nivel de ingresos de los productores que, de acuerdo con el estudio citado, el ingreso de las exportaciones *Fairtrade* fue de aproximadamente 789 millones de euros y la prima de estas exportaciones (es decir, la suma extra de dinero que es pagado a los productores al precio de venta para invertir en proyectos empresariales o comunitarios a su elección) equivale a 79 millones,²⁷ para el período 2016-2017, alcanzó los 121 millones de euros y, en 2020, los 126.8 millones de euros.²⁸

En este panorama, la figura 4 muestra el nivel de prima generada por los 10 principales países productores de Comercio Justo de la región. De cualquier modo, no se puede acceder a un estudio actualizado sobre la evolución de estas cifras, especialmente para medir el impacto que tuvo la crisis sanitaria del COVID-19 y sus efectos en la región; aun así, en 2021, desde el Fondo de Ayuda de Comercio Justo, se aprobaron una serie de fondos de ayuda para organizaciones de la región para financiar recursos, asistencia técnica, mano de obra adicional, transporte, insumos de higiene y medidas de bioseguridad, en respuesta a la subida de precios de la canasta básica y las bajas en los niveles de producción.²⁹

(CEPAL y CLAC: 2017), https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42404/1/comercio_justo_cepal_clac.pdf, 30-31.

27 *Ibíd.*

28 Salomé Ramírez Vargas, "Agricultura en América Latina debe transformarse para enfrentar amenazas, advierten ministros", *Voz de América*, 28 de noviembre de 2022, <https://www.vozdeamerica.com/a/agricultura-america-latina-transformacion-amenazas/6853537.html>.

29 CLAC-Comercio Justo, "Actualización sobre los efectos del COVID-19 en América Latina y el Caribe", *old.CLAC-comerciojusto.org*, 13 de febrero de 2021, <https://old.clac-comerciojusto.org/en/2021/02/update-on-the-effects-of-covid-19-in-latin-america-and-the-caribbean-13/>.

Figura 4. Distribución de la prima fairtrade en los países de América Latina y el Caribe



Fuente: Harveen Kour et al., *Focus on Fairtrade Regions: Latin America and the Caribbean* (Bonn: Fairtrade International, 2021), 6. <https://www.fairtrademaxhavelaar.ch/fileadmin/CH/Mediathek/2022-Fairtrade-regional-monitoring-Lat-Am-Caribbean-13th-ed.pdf>

IV. Algunas críticas, retos y oportunidades del Comercio Justo en América Latina y el Caribe

A este punto, conviene reconocer que la propuesta teórica y los datos estadísticos reflejan un impacto positivo de las prácticas de Comercio Justo en la región, especialmente para los pequeños productores. Sin embargo, en la última década han surgido críticas sobre este modelo, las cuales se fundamentan en la relación entre los países participantes del mismo.

Una de las críticas más latentes se origina a partir del debate del Comercio Justo como una alternativa dentro del sistema neoliberal que perpetúa la división Norte-Sur global y mantiene las relaciones de dependencia existentes entre los países latinoamericanos y del Caribe respecto a sus importadores; considerando que esta propuesta tuvo sus orígenes en los países del norte y estos tienen preeminencia en la cadena del comercio justo a través de su poder monetario, la formulación de los criterios de certificación de los productos, la presencia de empresas multinacionales y la imagen que proyectan como promotores de los valores y principios del comercio justo, mientras imponen barreras comerciales y acuerdos desfavorables para los países del sur.³⁰

Una segunda crítica, en relación con la anterior, señala al “precio justo” de los productos con la certificación *fairtrade*, debido a que es entre 10-20 % más elevado que el precio de mercado convencional,³¹ considerando además los costos que presenta la acreditación de los pequeños productores de comercio justo y la burocracia que puede presentarse en el proceso de certificación de sus productos, que reduciría los beneficios económicos que reciben al venderlos. Ello puede conllevar a que un sector limitado de consumidores esté dispuesto y/o tenga la capacidad adquisitiva para pagar ese precio, especialmente cuando provienen de los propios países productores, excluyendo a los mercados locales por ser poco estratégicos y recortando el sentido de pertenencia y territorialidad de las relaciones comerciales.

También, se ha criticado el efecto limitado del Comercio Justo para reducir la pobreza en la región ya que, si bien este es uno de los objetivos principales de este modelo, este es un problema estructural que debe abordarse

30 Diego Esteban Rosado, “Acierto y contradicciones del comercio justo: Algunas reflexiones”, *Interciencia*, n. 10 (2022): <https://www.proquest.com/docview/2735285243?OpenUrlRefId=in%20fo:xri/sid:summon&accountid=208611>.

31 Lorena Segura Pansza, “Orígenes y evolución del comercio justo: críticas y beneficios de este esquema alternativo” (Proyecto de Maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2012), <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/632271/33068001105198.pdf>, 71-72.

desde otras dimensiones más allá de la generación de empleos y el incremento de ingresos de los pequeños productores; por ese motivo, algunos países optan por otras medidas como brindar ayuda directa a estos grupos vulnerables a través de recursos de cooperación al desarrollo o el propio asistencialismo,³² lo cual no contribuye de manera efectiva a erradicar la pobreza y los problemas estructurales de los países del sur que, a su vez, favorezca a paliar las desigualdades en el comercio internacional.

Terminando, se puede señalar la falta de respaldo jurídico nacional e internacional de los principios y fines del Comercio Justo, justificado por el carácter no vinculante a nivel internacional de la Carta Internacional del Comercio Justo y la falta de rigurosidad jurídica del mecanismo de control y sanción de los estándares internacionales instituidos por organismos como la OIT, la OMC y la misma WFTO; careciéndose así de marcos normativos que establezcan de forma clara y precisa el funcionamiento y gestión de las relaciones comerciales de comercio justo a nivel interno de los países y en el ámbito regional con otros Estados.

Paralelamente, es posible identificar una serie de retos que afronta la región para la inserción del comercio justo en la región. En un primer momento, se puede aludir a las dificultades por diversificar el mercado del Comercio Justo a través de canales convencionales a nivel local, para que más consumidores de los países de origen puedan acceder a los productos,³³ aunado a la necesidad de mejorar la competencia y agilizar los procedimientos de certificación de estos productos y ampliar las opciones de sellos disponibles para pequeños productores en la región.

Seguidamente, se encuentran limitaciones en el acceso a la información respecto a datos y estadísticas actualizadas sobre la evolución e impacto del comercio justo en la región, lo que también influye a la falta de conocimiento y

32 Marco Coscione, "Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano", *Equidad Desarro*, n. 20 (2013): 57, <http://base.socioeco.org/docs/2259.pdf>.

33 Brisa Ceccon R., "El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos", 152.

conciencia sobre el Comercio Justo por parte de productores y consumidores y personas interesadas en el tema; además que hay una carencia de estudios sobre Comercio Justo que aborden la situación de los países de la región de manera individual y que permitan identificar las condiciones económicas, políticas, sociales y ambientales de cada territorio desde un enfoque transversal e interseccional.

En tercer lugar, se ha evidenciado una falta de apoyo por parte de los gobiernos latinoamericanos y caribeños y por parte del sector privado para fortalecer la infraestructura, el acceso a tecnologías y capacidades de los pequeños productores, así como promover el Comercio Justo a nivel interno en sus países, especialmente en aquellos territorios que presentan condiciones de profunda vulnerabilidad económica y social, lo cual afecta en la creación de alianzas a nivel local, nacional e incluso regional.³⁴

Para finalizar, considerando las críticas, retos y demás elementos abordados en este estudio, se procederá a formular propuestas que de implementarse pueden llegar a traducirse en oportunidades para fortalecer el Comercio Justo como alternativa eficiente y sostenible en los países de América Latina y el Caribe, comenzando por desarrollar una propuesta de diversificación del mercado y el acceso a productos de Comercio Justo, por medio de espacios locales y regionales en una dinámica de trabajo y cooperación sur-sur entre colectivos productores al interior de los territorios y redes regionales.

Además, se deben fortalecer las capacidades y ampliar la infraestructura y acceso a tecnologías productivas de los productores, a fin de mejorar la eficiencia y condiciones de competencia de los productos de Comercio Justo a nivel nacional y regional, y ampliar la democratización del sistema de certificación de productos de Comercio Justo por medio de la participación de los productores en el proceso de mejora y toma de decisiones del sistema.

34 *Ibíd.*

Por otro lado, es importante reforzar la regulación e institucionalizar las normas de funcionamiento y gestión de las relaciones de Comercio Justo, por medio de legislaciones nacionales y acuerdos regionales con carácter jurídicamente vinculante, basados en los principios del Derecho Internacional y fundamentados en los objetivos y valores del Comercio Justo. A la vez, se vuelve significativo generar un sistema de información con datos y estadísticas que sean periódicamente actualizadas y contrastables a otras fuentes oficiales, así como elaborar estudios de análisis y diagnósticos más profundos y especializados sobre la evolución e impacto multidimensional del Comercio Justo en los países de la región, especialmente en la etapa posterior a la pandemia del COVID-19.

También es trascendente impulsar alianzas de cooperación entre el sector público, empresas, sociedad civil y organizaciones productoras para apoyar las iniciativas y conseguir mejores resultados en la promoción del Comercio Justo en la región, principalmente en la formulación y ejecución de políticas públicas interseccionales basadas en los objetivos y principios de este modelo económico. Esto en atención también a las prioridades de desarrollo que han fijado los países de la región alineándose a la Agenda 2030 promovida desde Naciones Unidas y la CEPAL, en sus tres pilares fundamentales: desarrollo económico, desarrollo social y protección del medio ambiente, ordenados en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible,³⁵ a los cuales pueden consonarse los Principios del Comercio Justo (ver figura 5).

35 Asamblea General de las Naciones Unidas, "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible", *Referencia A/RES/70/1* (New York: 21 de octubre de 2015), https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d1_es.pdf.

Figura 5. Correlación de los principios del Comercio Justo y los ODS



Fuente: Red de Estudios Estratégicos y Diplomáticos, “El Comercio Justo. Un aliado clave para la Agenda 2030”, RED, 10 de mayo de 2021, <https://www.redestudiosestrategicos.com/comercio-justo-2030/>

Con todo lo anterior, en otras instancias se lograría fomentar el abordaje y análisis del Comercio Justo como temática de estudio y reflexión desde el sector académico, para contribuir a la generación de conocimientos, redacción de documentos de investigación, difusión científica y el diálogo interdisciplinario, así como la formulación de propuestas y alternativas que se originen desde el sur para mejorar la propuesta del Comercio Justo, atender los problemas estructurales de las sociedades latinoamericanas y caribeños y contribuir así al desarrollo local y regional.

V. ¿Es el comercio justo una alternativa económica sostenible para la región?

Con el abordaje anterior, se puede concluir que el Comercio Justo como movimiento y propuesta a las prácticas neoliberales del comercio tradicional representa una alternativa viable para la región de América Latina y el Caribe puesto que, si bien encuentra sus orígenes en los países del norte criticados por su predominio en la participación de las relaciones comerciales con los países del sur, ha propiciado la entrada de pequeños productores al mercado internacional, el acceso a asesoría técnica y de mercadeo, la generación de alianzas con actores clave, así como el conocimiento y la toma de conciencia respecto a fomentar economías basadas en un intercambio comercial más justo para los sectores vulnerables de la región.

En relación a lo anterior, es cierto que el comercio justo favorece la situación de los pequeños productores más allá del ámbito meramente económico y comercial, puesto que otorga relevancia a la participación de las mujeres, la incidencia de comunidades indígenas y afrodescendientes y la incorporación de jóvenes y adultos mayores en el proceso productivo, evitando el trabajo infantil y otras formas de explotación laboral; aún si, para reducir las condiciones de vulnerabilidad y las brechas de desigualdad y discriminación entre estos grupos, es fundamental atender los problemas desde un análisis sistémico y estructural, con un abordaje intersectorial que tome en cuenta el contexto y percepción de la realidad desde un punto de vista particular y diferenciado, evitando las generalizaciones.

Por último, no se puede negar que los patrones productivos, técnicas empleadas y hábitos de consumo promovidos por el Comercio Justo contribuyen a la protección del medio ambiente por medio de un uso racional de los recursos naturales y la consecución de la agenda regional de desarrollo marcada por las metas y objetivos del desarrollo sostenible, para no comprometer las condiciones de vida de las futuras generaciones; sin

embargo, también es importante generar otras alternativas para impulsar el desarrollo fuera del discurso dominante que se adecúen a los contextos y realidades particulares de los países a nivel local, nacional y también a escala regional, labor en que actores como el sector público y privado, la sociedad civil, la academia y los propios productores pueden desempeñar un rol clave.

Finalmente, con todas las valoraciones anteriores, se puede dar respuesta a la interrogante del artículo y afirmar que efectivamente el comercio justo es una alternativa económica favorable y sostenible para los países de América Latina y el Caribe en comparación con el comercio local e internacional tradicional enmarcado en el actual modelo neoliberal globalizado, siendo de suma relevancia continuar su análisis desde un enfoque interdisciplinario y abordar las críticas que han surgido de cara a su inserción en las economías locales y regionales, proponer soluciones a los retos y carencias que presenta como modelo económico para los países del Sur, y reconocer también las oportunidades de mejora para lograr este objetivo de manera efectiva y contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de la región.

Bibliografía

- » Asamblea General de las Naciones Unidas. “Desarrollo sostenible”. UN.org, acceso el 15 de marzo de 2023. <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>.
- » Asamblea General de las Naciones Unidas. “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”. Referencia A/RES/70/1, New York: 21 de octubre de 2015, https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d1_es.pdf.
- » Cecon R., Brisa. “El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos”. Ciudad de México: CopitarXives, 2008. <https://copitarxives.fisica.unam.mx/SC0002ES/SC0002ES.pdf>.
- » CLAC-Comercio Justo. “¿Quiénes somos?”. CLAC-Comerciojusto.org, 2022, <https://clac-comerciojusto.org/>.
- » CLAC-Comercio Justo. “Actualización sobre los efectos del COVID-19 en América Latina y el Caribe”. Old.CLAC-comerciojusto.org, 13 de febrero de 2021. <https://old.clac-comerciojusto.org/en/2021/02/update-on-the-effects-of-covid-19-in-latin-america-and-the-caribbean-13/>.
- » CLAC-Comercio Justo. “Direcciones Regionales”. CLAC-Comerciojusto.org, 2022. <https://clac-comerciojusto.org/direcciones-regionales/>.
- » CLAC-FAIRTRADE y CEPAL. “Cerrando brechas de género en el Comercio Justo. El caso de pequeñas(os) productoras(es) de América Latina”. 2017. https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/infografia_estudio_gral.pdf.
- » CLAC-FAIRTRADE. “Comercio Justo y desarrollo rural. Dimensión Ambiental”. 2017-2018. https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/Impacto-dimension_ambiental.pdf.
- » CLAC-FAIRTRADE. “Comercio Justo y desarrollo rural. Dimensión Económica”. 2017-2018. https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/Impacto-de-FAIRTRADE-sobre-la-reduccion-de-la-pobreza_economica.pdf.
- » CLAC-FAIRTRADE. “Comercio Justo y desarrollo rural. Dimensión Social”. 2017-2018. https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/Impacto-de-FAIRTRADE-sobre-la-reduccion-de-la-pobreza_social.pdf.
- » CLAC-FAIRTRADE. “El comercio justo en América Latina y el Caribe”. El Salvador: 2022. <https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/El-Comercio-Justo-en-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>.
- » Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo. “La Carta Internacional de Comercio Justo. Cómo el movimiento global de Comercio Justo trabaja para transformar el comercio con el fin de alcanzar la justicia, la igualdad y la sostenibilidad para las personas y el planeta”. España: 2018. <https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2018/09/Carta-Intern-Comercio-Justo.pdf>.
- » Coordinadora Estatal de Comercio Justo. “Comercio Justo: un movimiento en auge”. *Cuaderno de Comercio Justo*, n.6 (España: 2016): <http://base.socioeco.org/docs/cuadernocastellano-2016.pdf>.
- » Coordinadora Estatal de Comercio Justo. “El círculo del comercio justo”. Comerciojusto.org, 2016. <http://comerciojusto.org/publicacion/el-circulo-del-comercio-justo/>.
- » Coscione, Marco y Mulder, Nanno (editores). “El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible”. CEPAL y CLAC: 2017. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42404/1/comercio_justo_cepal_clac.pdf.
- » Coscione, Marco. “Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano”. *Equidad Desarro*, n. 20 (2013): 51-70. <http://base.socioeco.org/docs/2259.pdf>.
- » Del Prado, Josefina. “La División Norte-Sur en las Relaciones Internacionales”. *Agenda Internacional*, vol. 5, n. 11 (1998): 23-34.
- » European Fair Trade Association. “European Fair Trade Association”. EFTA, acceso el 12 de marzo de 2023. <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/index.php>.
- » Fair Trade Certification. “El impacto de la Fair Trade Certification”. Es.fairtradecertified.org, acceso el 12 marzo de 2023. <https://es.fairtradecertified.org/what-we-do/our-impact/>.
- » Fairtrade International. “Fairtrade organizations and businesses”. Fairtrade.net, acceso el 12 de marzo de 2023. <https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-organizations>.

- » Fairtrade International. "Focus on Fairtrade Regions: Latin America and the Caribbean". 2022. <https://files.fairtrade.net/publications/2022-Fairtrade-regional-monitoring-Lat-Am-Caribbean-13th-ed.pdf>.
- » Kour, Harveen, Gerrit Walter, Miyako Takahashi, Amanda Fuller, Teodora Mihaljcic, Emily deRiel y Ana Lilia Hernández Espinosa. *Focus on Fairtrade Regions: Latin America and the Caribbean*. Bonn: Fairtrade International, 2021. <https://www.fairtrademaxhavelaar.ch/fileadmin/CH/Mediathek/2022-Fairtrade-regional-monitoring-Lat-Am-Caribbean-13th-ed.pdf>
- » Montoya, Aquiles. *Manual de Economía Solidaria*. San Salvador: Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", 2009, https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Aquiles_Montoya_MANUAL_ECONOMIA_SOLIDARIA.pdf.
- » Nicaise, Guillaume. "El Comercio Justo". Trabajo de grado. Escuela Superior de Marketing y Administración, 2003-2004. <http://guillaumenicaise.com/Essais/el%20comercio%20justo.pdf>.
- » Pedrosa, Steven Jorge. "Comercio justo". *Economipedia*, actualizado el 1 de abril de 2020, <https://economipedia.com/definiciones/comercio-justo.html>.
- » Ramírez Vargas, Salomé. "Agricultura en América Latina debe transformarse para enfrentar amenazas, advierten ministros". *Voz de América*, 28 de noviembre de 2022. <https://www.vozdeamerica.com/a/agricultura-america-latina-transformacion-amenazas/6853537.html>.
- » Red de Estudios Estratégicos y Diplomáticos. "El Comercio Justo. Un aliado clave para la Agenda 2030". RED, 10 de mayo de 2021. <https://www.redestudiosestrategicos.com/comercio-justo-2030/>.
- » Rosado, Diego Esteban. "Acierto y contradicciones del comercio justo: Algunas reflexiones". *Interciencia*, n. 10 (2022): <https://www.proquest.com/docview/2735285243?OpenUrlRefId=info:xi/sid:summon&accountid=208611>.
- » Segura Pansza, Lorena. "Orígenes y evolución del comercio justo: críticas y beneficios de este esquema alternativo". Proyecto de Maestría. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2012, <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/632271/33068001105198.pdf>.
- » World Fair Trade Organization Latin America. "¿Qué es el Comercio Justo?". WFTO.LA.org, acceso el 10 de marzo de 2023. <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>.
- » World Fair Trade Organization Latin America. "La etiqueta de producto de WFTO". WFTO.LA.org, 13 de febrero de 2016. <https://www.wfto-la.org/la-etiqueta-de-producto-de-wfto/>.
- » World Fair Trade Organization Latin America. "Miembros". WFTO.LA.org, acceso el 13 de marzo de 2023. <https://www.wfto-la.org/miembros/#tab-id-9>.
- » World Fair Trade Organization. "Los 10 Principios del Comercio Justo". WFTO, 2017. https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf.
- » World Fair Trade Organization. *Annual Report 2021*, <https://wfto.com/sites/default/files/Annual%20Report%202021.pdf>