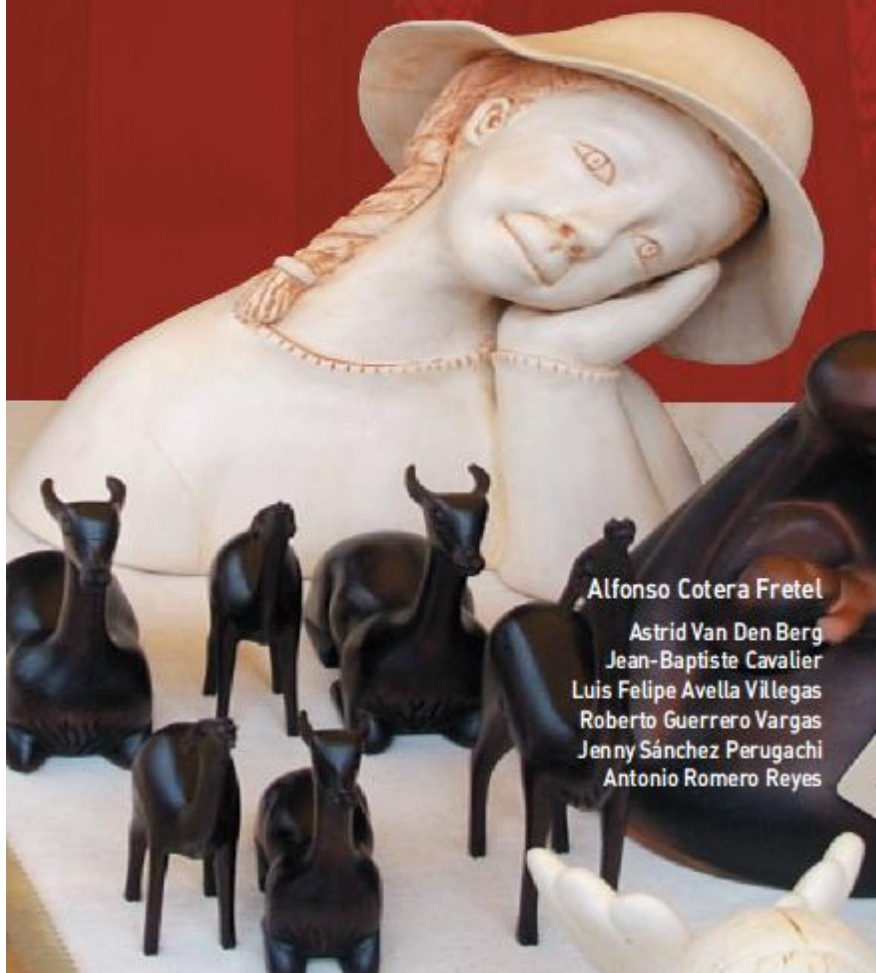


COMERCIO JUSTO SUR-SUR

Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones



Alfonso Cotera Fretel

Astrid Van Den Berg

Jean-Baptiste Cavalier

Luis Felipe Avella Villegas

Roberto Guerrero Vargas

Jenny Sánchez Perugachi

Antonio Romero Reyes

FORO INTERNACIONAL SOBRE EL COMERCIO JUSTO

Ecuador, 28 de mayo 2021

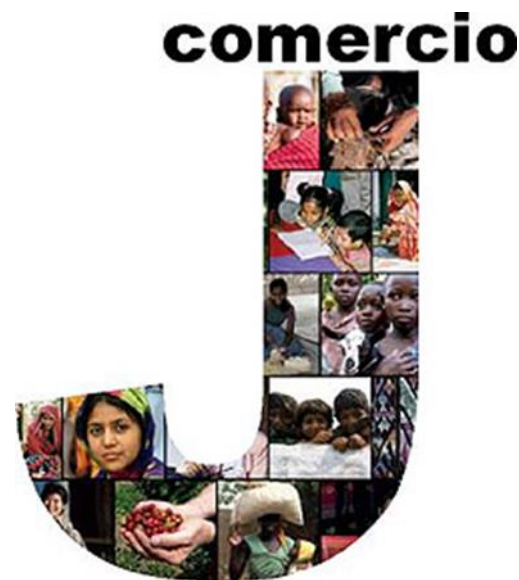
El Comercio Justo Sur-Sur en América Latina y el Caribe

Alfonso Cotera Fretel



- El Comercio Justo, no es sólo una relación comercial, busca ser una relación de cooperación y colaboración entre los productores del Sur y los consumidores del Norte, basada en la igualdad y el respeto mutuo.

- En el Comercio Justo, el *consumidor consciente* adquiere no sólo productos, sino también relaciones de compromiso con los productores al estar informado del origen del producto, del contenido y de los principios: ético, social y medioambiental.



Definición de Comercio Justo Norte-Sur

En octubre del 2001, la red FINE (FLO, IFAT, NEWS y EFTA) logra consensuar una definición común: *El Comercio Justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los **derechos de los productores marginados**, particularmente en el Sur.*



Definición del Comercio Justo Sur-Sur

Definición en América Latina: *el Comercio Justo es un proceso de intercambio comercial orientado al reconocimiento y valoración del trabajo y las expectativas de los productores y consumidores, permitiendo una mejora sustancial de la **calidad de vida** de la gente, haciendo viable la vigencia de los **derechos humanos** y el **respeto al medio ambiente**, dentro de una perspectiva de **desarrollo humano, solidario y sustentable**.*



Kantu
Tienda del Comercio Justo - Puno

El enfoque del *Comercio Justo Sur-Sur* supera la visión desarrollista del *Comercio Justo Norte-Sur* y su vinculación con el mercado local.

- Manteniendo en lo esencial los principios y valores del Comercio Justo, abre las posibilidades de incluir las experiencias de comercio comunitario y ecológico presentes en cada país
- Posibilita una relación más directa entre productores y consumidores
- Enriquece la propuesta incorporando los contenidos de soberanía alimentaria y sustentabilidad del desarrollo
- Articula al movimiento de Comercio Justo con la apuesta por un desarrollo humano integral a nivel local y nacional, y se convierte en un elemento dinamizador de verdaderos procesos de integración económica y social en la región.

Economía Solidaria y Comercio Justo en América Latina y El Caribe

La práctica de esta actividad se remonta a formas ancestrales de intercambio de productos y servicios, como la *minka*, el *ayni* y el *Trueque*, en la región andina, que es el **trabajo comunitario** y el intercambio en beneficio individual y colectivo, con una lógica de **reciprocidad**.



Relación armoniosa con la naturaleza

- Diversos **procesos** productivos que **respetan y preservan la naturaleza**, con una visión de integralidad e interdependencia de los seres humanos con la tierra (*Pacha Mama*).
- La producción de bienes y servicios que responden a las necesidades reales del territorio en que habitan.



Articulación de experiencias en ALC

- En 1997 nació la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS)
- Desde el 2001, se promueven intercambios y encuentros de las experiencias de Comercio Justo, Ético y Solidario en el Perú y América Latina, con el objeto de desarrollar los mercados locales y el comercio justo Sur-Sur.



Articulación de Comercio Justo en ALC

- En octubre de 2004, se formó la Mesa de Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo, con organizaciones de comercio justo de México, Cuba, Venezuela, Colombia, Ecuador, Bolivia, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil y Perú, además de una red regional (CLAC).



Red Peruana de Comercio Justo y Consumo Ético

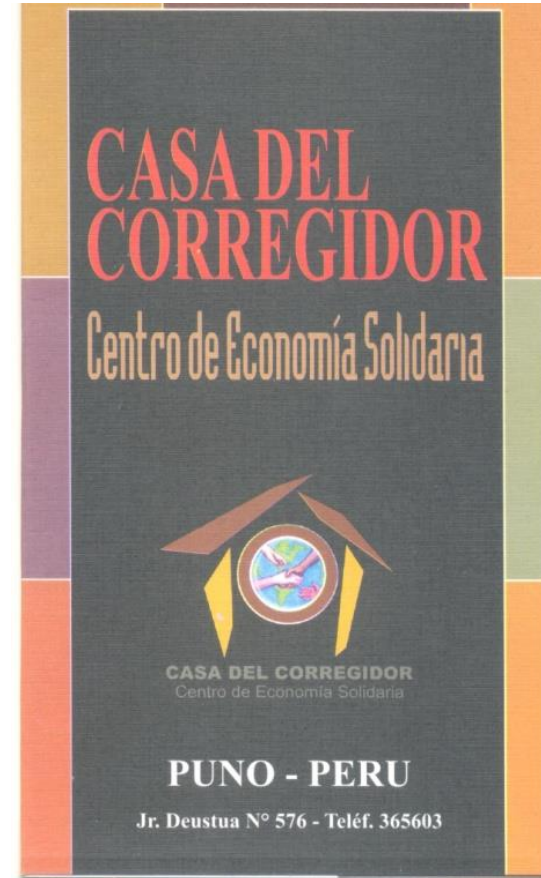
- En octubre de 2004, se formó la Red Peruana de Comercio Justo y Consumo Ético, en el marco del I Foro Nacional de Comercio Justo y Consumo Ético, realizado en Lima.
- La integran experiencias de comercio justo que exportan al mercado de los países del Norte y experiencias de comercio local.



Red Peruana
de Comercio Justo y Consumo Ético

Los Puntos de Venta en Perú

- Las “tiendas de comercio justo” que impulsan organizaciones que trabajan con artesanos, productores de café y grupos agro ecológicos: *Casa del Corregidor, K’antu, Qosqo Wasinchis, Bridge of Hope, Minka fair Trade, Ayniart.*



Ferias Ecológicas y de comercio justo



- Las bio-ferias y de comercio justo, donde productores ecológicos y de artesanía colocan sus productos e intercambian entre ellos y los consumidores: *Bioferia de Miraflores, Bioferia de San Isidro, Ecoferia de Cieneguilla, Bioferia JustiSana de Surco.*

La marca “Comercio Justo Perú”

- Del 2005 al 2009 la RPCJyCE revisó diversas experiencias de certificación (FLO, IFAT, CJ México, Ecológica participativa y MYPES)
- El 2008 adoptó una propuesta de sistema de certificación participativa en comercio justo peruano
- El 2009 se inscribió la marca “Comercio Justo Perú” en INDECOPI.





Características Económicas

Coexistencia de la propiedad privada con la propiedad colectiva o comunitaria.

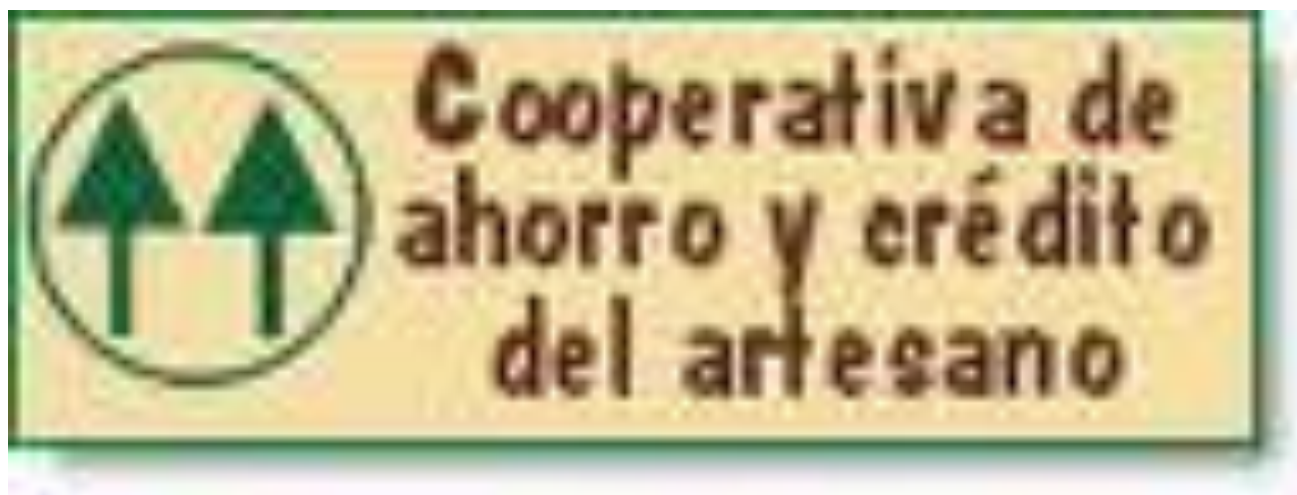
Los productores mantienen la propiedad individual o familiar de sus medios de producción, a su vez, participan de manera asociada en la generación de algunos activos (locales, equipos y herramientas) así como en la creación de patrimonio cooperativo y asociado.

En algunos casos, reciben el apoyo de proyectos de cooperación internacional y/o las aportaciones de las organizaciones de base.

Las tiendas, que en su mayoría son alquiladas, se financian a través del aporte de un porcentaje de las ventas de los productos que dejan a consignación los productores de manera individual.



El autofinanciamiento es una práctica mayoritaria de estas iniciativas. El financiamiento de sus unidades económicas descansa principalmente en los recursos propios, obtenidos de sus ventas y algunos ahorros familiares. Aunque también utilizan, de manera complementaria, financiamiento externo a través de créditos convencionales, pre-financiamientos de los distribuidores de Comercio Justo y donaciones a través de proyectos de cooperación.



La comercialización, en estas iniciativas, forma parte de un circuito económico integral.

Los productores de Comercio Justo participan directa e indirectamente en cada uno de estos eslabones articulando un *círculo virtuoso* de economía solidaria, en alianza con instituciones y redes promotoras, empresas sociales, consumidores organizados y, en algunos casos, entidades públicas de apoyo.

Estas iniciativas económicas vinculan la producción, transformación, distribución y consumo.



Los precios en el sistema de Comercio Justo se definen considerando costos de producción, costos sociales y costos medioambientales.

- La determinación del precio involucra las decisiones de los distintos actores: los *productores* que consideran los costos de producción y su utilidad; las *organizaciones* de productores que hacen la intermediación; los *distribuidores* nacionales e internacionales quienes agregan los costos de comercialización; y las *certificadoras* que establecen los precios de mercado y el premio.
- El llamado “Precio Justo” se define, en el mercado del norte, por un “plus” que los consumidores acceden pagar en solidaridad con los pequeños productores del sur; mientras que en el mercado local lo define la calidad del producto. Aunque en ambos mercados influyen en la decisión de compra, tanto la calidad como la solidaridad.

Características Sociales

Democracia y control social.

- Las organizaciones *son espacios de asociación de intereses individuales y colectivos en los que se ejerce la democracia directa y participativa.*
- Cada integrante tiene derecho a opinión y decisión en las instancias establecidas, de acuerdo a los mecanismos de cada una de ellas.
- Dichos espacios son conducidos por dirigentes elegidos y controlados democráticamente por sus asociados.
- Además, incorporan instancias y mecanismos de gestión técnica y administrativa que gozan de cierta autonomía.



Solidaridad dentro y afuera de la organización

La solidaridad como valor ético y económico está presente en todas las iniciativas, sólo que de manera diferenciada en intensidad y consistencia. Opera como un factor que interactúa con otros factores al interior de la unidad económica y como una forma de relacionarse con su entorno.



Relaciones laborales que trascienden el cumplimiento de la ley.

- Un aspecto importante del carácter solidario de estas iniciativas se expresa también en el cumplimiento de las normas laborales vigentes en cada país; eso sí, buscando superar el marco actual de las condiciones laborales pro empresariales.



- Una limitante importante, en este aspecto, lo constituye los bajos ingresos económicos que perciben, lo cual no les permiten mejorar el pago de remuneraciones y/o reparto de utilidades de sus asociados/trabajadores.

Distribución, lo más equitativa y colectiva posible, de la riqueza generada.

En las organizaciones, la lógica del reparto de utilidades no es la misma a la de una empresa capitalista. Consideran el aporte de recursos y trabajo de cada uno y, además, las necesidades colectivas presentes.

Funciona la máxima “a cada cual según su trabajo”, y cuando se generan utilidades se prioriza la reinversión al reparto individual. A ello se suma los aportes solidarios a la comunidad bajo diversas y variadas formas.



Características ambientales

El *respeto al medio ambiente* es un criterio básico para evaluar las iniciativas de Comercio Justo, en tanto expresa su responsabilidad con su entorno y el futuro del planeta.

Aun cuando no se exige que los productos sean totalmente ecológicos u orgánicos, debe estar presente en toda la cadena de producción y distribución el cuidado y el respeto a la naturaleza.



iii Muchas Gracias!!!