

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS**

**LA PARTICIPACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES
INTERNACIONALES DE COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA
COMO SISTEMA MÁS EQUITATIVO PARA LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES EN GUATEMALA
1992 – 2002**

TESIS

**PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE
CIENCIA POLÍTICA**

POR

CLAUDIA MARIANA TENAS GALINDO

**AL CONFERIRSE EL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES
Y TITULO PROFESIONAL DE:
INTERNACIONALISTA**

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2007

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

RECOR MAGNÍFICO

Lic. Carlos Estuardo Gálvez Barrios

SECRETARIO GENERAL

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA

DIRECTORA: Licda. Geidy Magali de Mata Medrano
VOCAL I: Licda. Claudia Verónica Agreda Ajquí
VOCAL II: Lic. Pablo Daniel Rangel Romero
VOCAL III: Licda. Ana Margarita Castillo Chacón
VOCAL IV: BR. Victor Manuel Gonzáles
VOCAL V: BR. Williams Alejandro Alvarez de León
SECRETARIO: Lic. Marvin Norberto Moran Corzo

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

EXAMINADOR: Licda. Gloria Luz Muñoz Muralles
EXAMINADOR: Lic. Rubén Corado Cartagena
EXAMINADOR: Lic. José Francisco Rodas

TRIBUNAL PRACTICÓ EL EXAMEN PÚBLICO DE TESIS

DIRECTORA: Licda. Geidy Magali de Mata Medrano
SECRETARIO: Lic. Marvin Norberto Morán Corzo
COORDINADORA: Licda. Carmen Olivia Alvarez Bobadilla
EXAMINADOR: Lic. Mike Hangel Rivera Contreras
EXAMINADOR: Licda. Mercedes López de Bolaños

INDICE

INTRODUCCION.....	I
I. CAPÍTULO.....	- 1 -
ASPECTOS TEÓRICOS METODOLÓGICOS	- 1 -
1.1 CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.....	- 3 -
1.1.1 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA PARA LA ADAPTACIÓN DE UN SISTEMA COMERCIAL ALTERNATIVO QUE AYUDE A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES ACCESAR AL MERCADO INTERNACIONAL DE MANERA DIRECTA.....	- 3 -
1.1.2 OBJETIVOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE UN SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	- 4 -
1.1.3 EL MÉTODO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS	- 5 -
1.2 CONSIDERACIONES TEÓRICAS.....	- 6 -
1.2.1 TEORÍA DEL INTERCAMBIO DESIGUAL.....	- 6 -
1.2.2 GLOBALIZACIÓN.....	- 8 -
A) ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA GLOBALIZACIÓN	- 9 -
B) EFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN	- 10 -
1.2.3 ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA BLOQUEAR EL LIBRE MERCADO	- 13 -
- <i>Proteccionismo</i>	- 13 -
- <i>Dumping</i>	- 14 -
- <i>Las Barreras Arancelarias</i>	- 16 -
II. CAPITULO.....	- 19 -
EL COMERCIO JUSTO	- 19 -
2.1 ANTECEDENTES DEL COMERCIO JUSTO.....	- 19 -
2.2 CONCEPTO DEL COMERCIO JUSTO.....	- 22 -
2.3 OBJETIVOS DEL COMERCIO JUSTO	- 23 -
2.4 CRITERIOS BÁSICOS Y CONDICIONANTES DEL COMERCIO JUSTO	- 24 -
2.5 PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO	- 25 -
2.6 ACTORES DEL COMERCIO JUSTO	- 26 -
2.7 ORGANIZACIONES QUE PROMUEVEN EL COMERCIO JUSTO.....	- 27 -
2.7.1 <i>Cooperativas o Asociaciones de Consumidores</i>	- 27 -
2.7.2 <i>ATOS (Alternative Trade Organizations) Del Sur</i>	- 27 -
2.7.3 <i>ATOS (Alternative Trade Organizations) Del Norte</i>	- 29 -
2.8 ORGANIZACIONES INTERNACIONALES QUE PROMUEVEN EL COMERCIO JUSTO.....	- 30 -
2.9 EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DEL COMERCIO JUSTO.....	- 35 -
2.10 LAS REGIONES Y PAÍSES PRIORITARIOS EN EL COMERCIO JUSTO	- 36 -
III. CAPITULO.....	38
COMERCIO JUSTO EN GUATEMALA.....	38

3.1	HISTORIA DEL CAFÉ EN GUATEMALA.....	38
3.2	EFFECTO DE LA CRISIS DEL CAFÉ EN GUATEMALA.....	40
3.3	ORGANIZACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES.....	42
3.3.1	<i>Guatemala Pionera.....</i>	<i>42</i>
3.3.2	<i>Organización de Pequeños Productores Certificados con El Sello Comercio Justo – Flo en Guatemala.....</i>	<i>43</i>
3.4	EL COMERCIO JUSTO EN MANOS CAMPESINAS.....	45
3.4.1	HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN MANOS CAMPESINAS.....	46
3.4.2	LÍNEAS DE ACCIÓN.....	49
3.4.3	VENTAJAS.....	50
3.4.4	LOGROS.....	51
3.5	CARACTERIZACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES MIEMBROS.....	53
3.6	PROCESO PARA OBTENCIÓN DEL SELLO EL COMERCIO JUSTO EN MANOS CAMPESINAS.....	59
IV.	CONCLUSIONES.....	62
V.	RECOMENDACIONES.....	67
	GLOSARIO DE SIGLAS.....	71
	GLOSARIO DE TERMINOS.....	72
	BIBLIOGRAFÍA.....	76

INDICE DE FIGURAS

1	Actores del Comercio Justo.....	26
2	Funciones del Comercio Justo.....	34
3	Sistema de Fairtrade.....	35
4	Mapa geográfico productores certificados Comercio Justo.....	36
5	Gráfica exportaciones crecimiento número de productores certificados.....	37

INDICE DE CUADROS

1	Centroamérica Evolución de las exportaciones de café y de las exportaciones totales en Guatemala en el período 1995-2000.....	41
2	Número de organizaciones de pequeños productores certificados con el sello Comercio Justo-FLO en Centroamérica.....	43
3	Organizaciones de pequeños productores guatemaltecos certificados –FLO-Comercio Justo.....	44
4	Total de ventas en millones de toneladas generado por el sello de Comercio Justo (1997-2002).....	45
5	Criterios, procesos, beneficios y obligaciones de la certificación.....	60
6	Distribución de las ventas.....	60
7	Cálculo Precio exportación vrs. Productor.....	61

INTRODUCCION

La presente tesis desarrolla el tema sobre La Participación de las Organizaciones Internacionales que promueven el Comercio Justo y su incidencia como sistema más equitativo para los pequeños productores de café en Guatemala.

Esta investigación consta de cinco capítulos, los cuales sustentan los objetivos y describen de forma detallada la oportunidad que tienen las organizaciones de pequeños productores de café guatemaltecos de comercializar su producto en el mercado internacional de manera directa sin intermediarios. Guatemala tradicionalmente ha sido productor de materias primas, las mismas han visto una baja considerable en sus precios, ello ha contribuido al empobrecimiento de poblaciones de campesinos en las áreas rurales. A este antecedente se le suma que a inicios de esta década el mercado del café sufrió una caída en los precios lo cual afectó a muchos pequeños productores quienes buscaron nuevas alternativas de cultivo, producción y comercialización. Es así como se consolidan los movimientos de comercio justo, como una alternativa de comercialización a nivel mundial, con el fin encontrar una salida viable para apalear la crisis económica que éstos atravesaban. Esta alternativa de comercialización, llamada Comercio Justo, un sistema que facilita el acceso de los pequeños productores al segmento de los mercados alternativos, dio como resultado nuevas oportunidades para acceder a un mejor reconocimiento económico de la calidad del bien producido, permitiendo así, que los beneficios se orienten directamente a los productores.

Para los Relacionistas Internacionales es de mucha importancia el que puedan conocer y divulgar los beneficios de la comercialización alternativa que apoya a las clases menos favorecidas. Así mismo, estar informados de los constantes cambios del comercio internacional, analizar y desarrollar propuestas que puedan

crear mecanismos para el crecimiento comercial y económico, de los países en desarrollo y específicamente en Guatemala.

En tal sentido, la presente investigación permite ampliar la información y actualizar los conocimientos sobre el comercio alternativo, sistema viable para un intercambio comercial más justo, que genera alternativas de crecimiento para los pequeños productores.

El primer capítulo hace referencia a los aspectos teóricos metodológicos de la presente investigación, haciendo el uso del Método Deductivo, Descriptivo y Analítico, contribuye a identificar las marcadas desigualdades en el Intercambio comercial.

En el segundo capítulo se explican los antecedentes del Comercio Justo, el concepto, objetivos, criterios, principios y organizaciones que lo promueven. Se describe el funcionamiento del sistema, el proceso y los requisitos para que las organizaciones de pequeños productores puedan tener acceso a este sistema alternativo de comercialización, que hace que puedan tener un contacto directo con compradores a nivel mundial.

El tercer capítulo de la investigación aborda la temática de Guatemala y la Comercialización, presentando un caso como ejemplo, la Asociación “Manos Campesinas” que aglutina a un grupo de pequeños productores de café, ubicada en la Ciudad de Quetzaltenango, organización que está certificada con el Sello de Comercio Justo. Adicionalmente, se detalla ventajas, logros y líneas de acción de esta organización.

En el cuarto capítulo se centran las conclusiones en las que se detallan las ventajas, logros y donde se consolida que el Sistema Alternativo de Comercialización Comercio Justo da acceso directo al mercado internacional a los pequeños productores brindándoles una oportunidad de crecimiento.

En el quinto capítulo se brindan las recomendaciones para la mejor divulgación de este sistema en la población rural de Guatemala.

Con esta investigación los lectores podrán conocer que existe un sistema alternativo de comercio que ayuda a colocar a las organizaciones de pequeños productores de Guatemala en una posición más competitiva.

I. **CAPÍTULO**

ASPECTOS TEÓRICOS METODOLÓGICOS

Para la presente investigación fue necesario recopilar información a través de una investigación exhaustiva documental y práctica, ello contribuyó al esclarecimiento de la realidad que atraviesan los pequeños productores de café guatemaltecos y describir de forma clara el sistema alternativo de comercialización. Para conocer con exactitud el proceso del Sistema Comercio Justo se realizaron entrevistas semi-estructuradas a miembros de Fair Labelling Organization (por sus siglas en inglés) – Guatemala, quienes pudieron ampliar con detalles el funcionamiento y requisitos que debían de llenar las organizaciones de pequeños productores, así mismo se realizaron entrevistas a miembros de la Organización Manos Campesinas quienes cuentan con el Sello FLO y comercializan a través de este sistema desde aproximadamente ocho años.

A través de toda la investigación realizada se pudo identificar que una de las causas principales del subdesarrollo está relacionada con el funcionamiento del mercado mundial. Para su sobrevivencia los países en desarrollo dependen de la exportación de materias primas hacia los países industrializados. Y mientras que los precios de las materias primas en el mercado mundial han venido decreciéndose sistemáticamente, los precios de los productos industrializados suben. Además, los precios en el mercado mundial son sumamente inestables, las bajas en los precios no permiten cubrir los gastos de producción. Las víctimas principales de tal caída de precios son los productores, y especialmente los cientos de miles de pequeños productores, que no disponen de capital suficiente para sobrevivir económicamente, ya que se ven más afectados todavía por no tener acceso directo al mercado y para vender su producto dependen de los intermediarios. Otro aspecto importante identificado es que las políticas económicas de las grandes potencias protegen de forma sistemática a sus

productores poniendo trabas a los productores de los países en vías de desarrollo, incluso los aranceles entre productos de los países del Norte llegan a ser menos gravosos que para los productores del Sur.

Los distintos esfuerzos que la comunidad internacional ha realizado para ordenar los sistemas, normas y reglamentos del comercio internacional, (GATT/ Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio 1947 - 1996; y actualmente la OMC/ Organización Mundial del Comercio)¹, no han reflejado precisamente el espíritu de una relación social y económica que facilite la igualdad de oportunidades y la equidad de sus beneficios.

La globalización que se expande en todo el mundo, deriva una serie de acciones y negociaciones entre países conformando bloques económicos (Comunidad Europea, Países Asiáticos, Tratado de Libre comercio TLC, Países Andinos, etc,) que exigen una capacidad empresarial competitiva para poder sobrevivir adentro del país mismo y entre los países integrantes de dichos bloques, de no ser así incrementará un proceso de desarrollo desigual y reforzará las diferencias existentes en la economía mundial.

El poco conocimiento acerca de la existencia de mercados alternativos cuya finalidad es promover y divulgar el reconocimiento de otros valores intrínsecos en el producto que se comercia y procurar el desarrollo sostenible para productores y productoras de los países en vías de desarrollo, como la falta de un sistema de comercialización integrador entre el mercado alternativo, genera como consecuencia que los pequeños productores en Guatemala limiten su posibilidad a comercializar sus productos en un sistema tradicional el cual perpetua y aumenta el subdesarrollo.

Lo anterior induce a reflexionar sobre los siguientes cuestionamientos ¿cuáles podrían ser algunas causas de la desigualdad del comercio entre países?, ¿ha

¹ Martínez Sánchez Manuel, Acerca de las Teorías del Comercio Internacional, <http://laberinto.uma.es/lab/4/lab/4/ArtA7JMMartinez.htm>

contribuido el Comercio Justo al desarrollo de los pequeños productores de los países como Guatemala?, ¿será de fácil acceso el procedimiento para obtener la certificación de Comercio Justo para las organizaciones de pequeños productores de Guatemala? Para dar respuestas a estas interrogantes se realizaron acciones a través del proceso de recopilación y análisis de la información con lo cual se logró describir la desigualdad comercial existente, la facilidad para el acceso que tienen los pequeños productores al Sello Comercio Justo y los beneficios económicos que tienen las organizaciones por estar certificadas.

1.1 Consideraciones Metodológicas

1.1.1 Justificación e importancia para la adaptación de un sistema comercial alternativo que ayude a los pequeños productores acceder al mercado internacional de manera directa.

Dentro de la investigación se demostró que es importante tomar en cuenta que 80 países de los 147 más pobres del mundo dependen en más del 50% de las materias primas para sus exportaciones², en las últimas décadas el valor de estas materias primas han experimentado una fuerte caída de tal manera, resulta imprescindible la igualdad de oportunidades, un comercio más humano y más justo.

En Guatemala cada vez hay más migración de campesinos a la ciudad y a países del norte en la busca de una vida digna. Existen muchas razones, algunas de ellas son: la poca oportunidad de empleo, en el caso de los pequeños productores la poca capacidad financiera, tecnificación, diversificación y reconversión; y la más importante la falta de conocimiento para comercializar sus

² Oxfam Internacional, Acaba con el Dumping, Como las ayudas agrarias de la Unión Europea minan los medios de vida del mundo en desarrollo.

cosechas. Adicionalmente, la crisis del café que afectó a un alto número de pequeños productores, fortaleció que muchos campesinos dejaran sus cultivos.

Por esa y otras razones surge el movimiento de Comercio Justo el cual busca cambiar las estructuras o las normas del mercado internacional y mejorar las condiciones económicas y sociales del pequeño productor. A éstos se les brinda la posibilidad a tener acceso directo al mercado internacional.

Por lo anterior es de suma importancia que los Relacionistas Internacionales, puedan conocer estos sistemas alternativos y evidenciar si realmente colocan a las organizaciones de pequeños productores en una posición directa con el mercado internacional para la venta de sus productos. Así mismo, es necesario contar con la información sobre los cambios en el comercio internacional que puedan crear un crecimiento comercial y económico de los países en desarrollo y específicamente en Guatemala.

Es de suma importancia la investigación de mercados alternativos que puedan generar ingresos equitativos para los pequeños productores guatemaltecos, así mismo el estudio de las relaciones comerciales y las Organizaciones Internacionales que promueven el comercio Justo.

1.1.2 Objetivos para la identificación de un sistema de comercialización alternativo

Uno de de los objetivos principales es determinar si el comercio justo es el sistema de intercambio comercial que facilita al pequeño productor de los países en desarrollo obtener mayores ingresos que le permitan alcanzar mejores condiciones y niveles de bienestar. Así mismo, establecer si las organizaciones que promueven el Comercio Justo ofrecen alguna oportunidad para que los pequeños productores obtengan mejor reconocimiento monetario en la transacción de sus productos, de ser así, verificar si dicho sistema de

comercialización logra colocar a los pequeños productores a un mercado directo sin intermediarios. En Guatemala existen miles de organizaciones de pequeños productores los cuales pueden verse beneficiados con este sistema de comercialización. Se investigó específicamente los productores de café debido a la crisis vivida a inicios de esta década, por ser potenciales interesados en adquirir nuevas formas y técnicas para la comercialización de su producto.

1.1.3 El Método, Técnicas e instrumentos utilizados

Para poder lograr la recopilación de información necesaria y cubrir todos los aspectos y elementos para el desarrollo del presente proyecto, se utilizaron procedimientos como la lectura de libros, revistas, boletines y periódicos. Se realizaron una serie de entrevistas con distintas personas involucradas en el tema las cuales enriquecieron los datos presentados, se participó en foros y se realizaron consultas vía Internet. Se visitaron bibliotecas (presenciales y virtuales).

La información recopilada se revisó y analizó exhaustivamente para lograr establecer desde distintas perspectivas la viabilidad del sistema alternativo de comercialización Comercio Justo. El Método deductivo brindó la oportunidad de disgregar la información partiendo de lo macro para culminar con un grupo de pequeños productores específicamente de la ciudad de Quetzaltenango. De tal manera que se obtuvo de distintas fuentes nacionales e internacionales información sobre las Organizaciones que promueven el Comercio Justo como Oxfam, Asociación de Importadores en Europa, EFTA (European Fair Trade Association por sus siglas en ingles), Red de Tiendas Solidarias NEWS, (Network of the European World Shops por sus siglas en ingles) y la principal por ser organización que aglutina a las más grandes redes de intercambio comercial alternativo de Comercio Justo FLO (Fair Labelling Organization por sus siglas en ingles).

La observancia permitió experimentar y validar en el campo la realidad del sistema alternativo Comercio Justo. La observación se torno de acuerdo a los objetivos planteados. Ello permitió que se describieran los logros y ventajas del comercio justo en Guatemala.

1.2 Consideraciones Teóricas

1.2.1 Teoría del Intercambio Desigual

“La teoría comercial predice que los pobres de los países en desarrollo se beneficiarán de la integración a través del comercio, pero la teoría se ve frustrada por la realidad”³.

Como consecuencia del comercio, existen diferencias marcadas sobre los medios y recursos con que cuenta cada país para producir un bien o un número determinado de bienes. Así mismo estas diferencias operan en la forma de producir de cada país y al haber este tipo de diferencias, en cuanto a recursos naturales, capital, tecnología etc, habrá diferente contenido de valor en cada bien producido, lo que hace que algunos bienes al ser importados o exportados lleven más o menos valor en sí mismos. Así se provoca un intercambio inequitativo entre países, a este tipo de transacción se le conoce como la teoría del Intercambio Desigual⁴.

Los términos de intercambio⁵ cada día son más desfavorables para las economías en desarrollo. Si se considera que un país en desarrollo exporta en su mayoría materias primas; mientras que los países desarrollados exportan a estos países productos manufacturados, ello hace una evidente desventaja en el intercambio ya que el precio de las materias primas cada vez se desvaloriza más,

³ Oxfam Internacional, Comercio con Justicia, Cambiar las Reglas, Comercio, Globalización y lucha contra la pobreza.

⁴ La desigualdad se refiere a una situación en la que no todas las personas y ciudadanos de una misma sociedad, comunidad o país, tienen iguales derechos y obligaciones.

⁵ Intercambio: la relación entre valor unitario de las exportaciones de los países subdesarrollados y el valor unitario medio de sus importaciones.

mientras que el precio de los productos terminados se incrementan constantemente.

Por otra parte se tienen aranceles que los países desarrollados imponen a la entrada, como lo describimos más adelante, lo que hace aún más difícil el intercambio equitativo, no permitiendo la competencia igualitaria entre países.

El porqué existe un intercambio desigual ha sido una pregunta sin una única respuesta, ya que existen diferentes teorías del porqué de las tendencias asimétricas de este comercio, mismas que se podrían considerar no justificables tomando en cuenta que el objetivo original del comercio⁶ es satisfacer de manera igualitaria las necesidades de cada país por medio del intercambio de productos.

Existen diferentes tipos de planteamientos que abordan esta problemática, a continuación abordaremos a un teórico que describe el por qué del surgimiento del intercambio desigual.

Arghiri Emmanuel, quien trata de demostrar que el intercambio desigual aparece no por la diferencia en el tipo de producto⁷ es decir él argumenta que las diferencias de valor contenido en cada bien producido, no son las que ocasionan un intercambio inequitativo, sino que este intercambio desigual depende del tipo de país que exporta, ya que la diferencia entre la relación de precios esta determinada por el lugar de procedencia de cada producto.

Para Emmanuel existen dos tipos de intercambio desigual: El intercambio desigual en sentido amplio; éste se lleva a cabo entre países que tienen una composición orgánica de capital diferente, pero con el mismo nivel de precios; y el Intercambio desigual en sentido estricto: en este caso existe una tasa media de ganancia mundial y tasas de plusvalor diferentes debido a las diferencias salariales.

⁶ Se denomina **comercio** a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor, <http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio>.

⁷ Arghiri Emmanuel, El Intercambio Desigual

De manera resumida Emmanuel plantea que la diferencia salarial trae como consecuencia un intercambio desigual ya que los obreros de los países desarrollados siempre tratarán de obtener mayores salarios contribuyendo de esta manera a la mayor explotación del tercer mundo. Para éste autor el salario es considerado como una variable independiente pero si fuera así, no tendría tanta influencia sobre el intercambio entre países.

Para que exista una influencia de esta magnitud es necesario que una variable como lo es el salario sea dependiente para poder mover de manera directa e indirecta todas las otras variables que se encuentran en torno al comercio entre países, pero finalmente el salario es sólo uno de los determinantes de la tasa de plus valor.

Si el planteamiento de Emmanuel fuera realmente cierto se podría acabar de manera rápida con el intercambio desigual y con sólo igualar un poco las tasas salariales entre países se solucionaría el problema, claro en la realidad una iniciativa prácticamente inviable, aunque para el teórico sería más fácil tratar de igualar diferencias salariales que diferencias en el intercambio de productos tan marcadas por otra serie de factores, como es la tecnología pues existen años de atraso tecnológico severamente marcados y difíciles de afrontar.

Entonces se puede decir que el intercambio desigual, sí implica mayor valor en unas mercancías que en otras, diferencia que hoy en día se encuentra marcada por la diferencia tecnológica innegable entre países.

1.2.2 Globalización

La globalización es una teoría cuyos fines se encuentran en la interpretación de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos del desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y las influencias culturales y políticas. La globalización es un conjunto de propuestas teóricas que subrayan

especialmente dos grandes tendencias: (a) los sistemas de comunicación mundial; y (b) las condiciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con la movilidad de los recursos financieros y comerciales.

Se llama globalización al proceso político, económico, social y ecológico que está teniendo lugar actualmente a nivel planetario, por el cual cada vez existe una mayor interrelación económica entre unos lugares y otros, bajo el control de las grandes empresas capitalistas, las multinacionales⁸.

A) Antecedentes Históricos de la Globalización

La Globalización no es un nuevo proceso, ha estado durante la historia con fines expansionistas o de conquista y tiene profundas raíces históricas, en la actualidad se ha desarrollado debido a los cambios en términos de espacio y tiempo, las revoluciones y principalmente por la transformación de las comunicaciones.

Cada una de las etapas históricas han contribuido a desarrollar la globalización, pero fue hasta el siglo XX cuando se consolidó, caracterizándose por la generalización del libre comercio, la creciente presencia en el escenario mundial de empresas transnacionales, la expansión y la considerable movilidad de los capitales, la que está unida a la persistencia de las restricciones del movimiento de mano de obra, y el acceso masivo a la información en “tiempo real”, gracias al desarrollo de tecnologías de información y comunicaciones.

A su vez, la globalización ha originado una creciente interdependencia y marcadas desigualdades entre los países. En contraste con un concepto ampliamente utilizado en los debates recientes, se podría decir que la economía mundial es un “campo de juego”, el cual se identifica por la concentración de capital, la generación de tecnología en los países desarrollados y su fuerte

⁸ Chakravarthi Raghavan, Globalización provoca desarrollo desigual, Tercer Mundo Económico

atracción al comercio de bienes y servicios. Estas asimetrías del orden global constituyen la base de las profundas desigualdades internacionales de distribución del ingreso.

En los últimos dos siglos, la economía mundial ha tenido como distintivo la ampliación de las diferencias entre regiones y países. En efecto, la tendencia de las desigualdades entre el producto por habitante de los países más y menos desarrollados, fue más acelerada durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, acentuándose aún más en los años noventa.

La elevada desigualdad en la distribución del ingreso es un factor importante, no sólo por los problemas éticos y políticos que plantea, sino también por sus repercusiones en el crecimiento económico⁹. Aunque las relaciones recíprocas entre crecimiento y equidad han sido objeto de una larga controversia histórica, en los últimos años se han publicado numerosos estudios en los que se destacan los efectos negativos de la desigualdad en el crecimiento económico, agrupados bajo el concepto de "Trampas de Desigualdad".¹⁰

En este sentido, las amplias desigualdades distributivas que caracterizan a varias regiones del mundo en desarrollo, en especial, a América Latina, pueden contribuir a explicar las divergencias internacionales en cuanto al grado de desarrollo o el bloqueo de los factores de convergencia.

B) Efectos de la Globalización

La globalización no implica sólo relaciones económicas abstractas entre los países, según algunos autores surge una serie de efectos negativos, tales como:

- *Perdida de capacidad de regulación:*

⁹ Solimano, 2001

¹⁰ véase CEPAL, 1992a; Ros, 2000, Cáp. 10, Stewart, 2000, y la reseña de trabajos recientes de Aghion, Caroli y García-Peñalosa, 1999.

Las economías occidentales tras la Segunda Guerra Mundial encontraron un equilibrio entre los espacios del mercado y del Estado, dando lugar a una era de relativa paz social y desarrollo generalizado, conocido como el “Estado del Bienestar”. Mientras que, la globalización rompe con este equilibrio y produce un desajuste entre el mercado que se globaliza y el Estado que permanece en la esfera nacional al no tener la capacidad para regular el espacio global.

Un ejemplo de éste desajuste son las Empresas Transnacionales (TNC), que operan en el mercado global con mayor ventaja y presionan así a los Estados para que desregularicen los mercados nacionales, resultando finalmente la pérdida de la capacidad reguladora tanto en el ámbito global como en el nacional.

- *Concentración del poder:*

Según datos del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)¹¹, existen 358 personas, quienes poseen individualmente activos valorados en más de mil millones de dólares, superando así el ingreso anual agregado de países donde vive el 45% de la población¹². A la vez que, las TNC controlan el 75% del comercio mundial.

Asimismo, la concentración del poder económico se puede traducir y observar en la mayor capacidad para llevar a cabo la explotación laboral, ecológica y en un incremento de las bolsas de pobreza.

¹¹ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo para la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas, celebrada en 2000, los líderes del mundo asignaron al desarrollo un papel central dentro del programa mundial mediante los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que establecen metas claras para reducir la pobreza, la enfermedad, el analfabetismo, la degradación del medio ambiente y la discriminación contra la mujer para el año 2015. Presente en 166 países, el PNUD utiliza su red mundial para ayudar al sistema de las Naciones Unidas y a sus asociados a despertar una mayor conciencia y verificar los progresos realizados, a la vez que conecta a los países con los conocimientos y los recursos necesarios para lograr estos objetivos.

¹² PNUD, Informe Sobre Desarrollo Humano, 2002

- *Aumento de la brecha Norte-Sur:*

De acuerdo a los indicadores de supervivencia humana (esperanza de vida, mortalidad infantil y acceso a agua potable) contenidos en el informe del Programa de Naciones Unidas (PNUD), en los últimos 30 años se ha reducido la disparidad Norte-Sur. En cambio, las variables de progreso humano reflejan una brecha creciente en lo que se refiere al ingreso, matrícula escolar terciaria, número de científicos y técnicos y gasto en investigación y desarrollo.

El aumento de la brecha en progreso humano pone en duda los avances en supervivencia humana, ya que hace más asimétrica la interdependencia entre los países del Norte y del Sur, comprometiendo la capacidad de éstos para reducir la brecha por sí mismos en el futuro.⁸

En el modelo vigente de globalización tecnológico-económica éstas variables conforman el núcleo del proyecto de desarrollo y son decisivas para determinar el modelo de inserción externa de una economía.

- *Surgimiento de un nuevo dualismo:*

Fruto de la globalización, la brecha Norte-Sur tiende a perder los contornos geográficos y desagregarse; es decir, cada vez hay más Nortes al interior del Sur y más Sures en el Norte. Surgen además, dualismos de nueva naturaleza, como son los existentes entre los sectores que se globalizan en una economía y los que no lo hacen¹³.

- *Aumento de los movimientos migratorios:*

Se han acelerado las presiones migratorias en el conjunto de los países del Norte, tanto en Estados Unidos y Europa.

¹³ Cardoso Fernando H y Faletto Edson 1969 Dependencia y Desarrollo de América Latina siglo XXI, México.

- *Aumento de los conflictos en el acceso a los recursos:*

La falta de regulación y control de los recursos comunes sienta las bases y condiciones necesarias para el estallido violento de los conflictos. El proceso encierra una contradicción: el surgimiento de nuevos problemas de naturaleza global, cuya solución escapa a actuaciones individuales, aumentando el grado de interdependencia entre los países y la necesidad de cooperación. Sin embargo, esta interdependencia es asimétrica y presenta una tendencia innata a profundizarse en los próximos años, de acuerdo al modelo dominante de globalización, que produce concentración del poder.

La desigualdad recorta el espacio para encontrar soluciones cooperativas, por lo se debe asumir el reequilibrio y el reparto del poder entre los países, instituciones y agentes que operan en el espacio global para poder superar así la desigualdad.

1.2.3 Estrategias comerciales para bloquear el Libre Mercado

Aún cuando la globalización trata de unir los mercados, los países siguen poniendo barreras que obstaculizan la entrada de los productos a su región. Entre estas estrategias se puede mencionar el Proteccionismo, Dumping, las Barreras Arancelarias y No Arancelarias que se describen a continuación.

- Proteccionismo

Los países industrializados han adoptado una serie de medidas proteccionistas, debido a que algunos de los países pobres se han convertido en exportadores de productos manufacturados y el Sur continúa siendo un proveedor de materias primas.

Los contingentes y los aranceles progresivos que se siguen aplicando en función del grado de transformación del producto, representan obstáculos

que deben vencer los países del Sur, pese a la existencia de diversas teorías sobre el mercado libre. Así, el café no tostado no es sometido a ningún tipo de arancel para entrar en la Unión Europea, pero el café tostado y el café soluble están gravados con un arancel del 7.5%¹⁴ según acuerdos sobre el comercio mundial. Es importante mencionar que los países en desarrollo son las primeras víctimas de estos aranceles y los productos deben cumplir con los estrictos y elevados estándares de calidad. En consecuencia, es posible que estas nuevas normas sean más discriminatorias para los productos del Sur que lo que serían los aranceles elevados o las restricciones cuantitativas a las importaciones como los contingentes.

- **Dumping**

Se entiende por Dumping una práctica comercial de vender a precios inferiores al costo, para adueñarse del mercado al que quieren dirigirse. El dumping provoca que las empresas o productores del país al que se dirigen no puedan competir con el precio y calidad, lo que genera una competencia desleal con los productores locales.

Los subsidios agrarios (el subsidio es un monto de recursos, normalmente financieros, entregados por una organización pública o privada en beneficio de otra con el fin de costear total o parcialmente los gastos en los que incurre esta última) están ocasionando un grave perjuicio a los productores de los países en desarrollo.

A los países en desarrollo se les exige no subsidiar a sus productores, mientras que esta práctica se sigue fomentando en los países desarrollados. Tal es el caso de los políticos europeos, quienes tienen responsabilidades con el desarrollo rural y el medio ambiente, pero como representantes de uno de los bloques comerciales más ricos y poderosos del mundo, también están comprometidos con los países en desarrollo.

¹⁴ Cardoso Fernando H y Faletto Edson 1969 Dependencia y Desarrollo de América Latina siglo XXI, México

En el caso de Europa, la Comisión Europea¹⁵ ha calculado que durante el 2000¹⁶, el 78% de los agricultores de la Unión Europea (UE) reciben menos de 5mil euros al año en ayudas directas. Además, estiman que menos de 2 mil de los 4.5 millones de agricultores europeos recaudan alrededor de mil millones de euros en ayudas directas de la PAC. Pero las ayudas varían radicalmente de unos países a otros.

Los subsidios agrarios de la UE no sólo socavan los medios de vida de los pequeños agricultores de los países en desarrollo, sino que también suponen un costo muy elevado para el medio ambiente y para los ciudadanos europeos, quienes contribuyen a través de sus impuestos y de su consumo.

Los países desarrollados se comprometieron en el marco del Acuerdo sobre Agricultura de la Organización Mundial de Comercio (OMC)¹⁷, a reducir sus subsidios agrarios. Sin embargo, la realidad evidencia lo contrario, ya que a finales de los noventa los subsidios de la UE aumentaron aproximadamente 5 mil millones de dólares en comparación a la década anterior¹⁸. Mientras que, Estados Unidos adoptó la Ley Agraria, con la que podrían aumentar en la próxima década un 80% los subsidios agrarios, alcanzando hasta los 82 mil millones de dólares.¹⁹

¹⁵ La Comisión Europea, institución políticamente independiente que representa y defiende los intereses de la Unión Europea (UE) en su conjunto, propone la legislación, políticas y programas de acción y es responsable de aplicar las decisiones del Parlamento Europeo (PE) y el Consejo de la Unión Europea (CUE).

¹⁶ CIAT, El Comercio Justo en Europa, 2000

¹⁷ La Organización Mundial del Comercio conocida como OMC fue establecida en 1995, la OMC administra los acuerdos comerciales negociados por sus miembros, en concreto el Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT en inglés), el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS en inglés) y el Acuerdo sobre Comercio de Propiedad Intelectual (TRIPS en inglés).

¹⁸ OCDE, Base de Datos, 2001.

¹⁹ Ver 'Cultivando Pobreza: El Impacto de los Subsidios al Algodón de EE.UU. en África', Oxfam, septiembre de 2002, para ver un análisis del impacto de estos subsidios en los productores de algodón de África Occidental.

- Las Barreras Arancelarias

Las barreras comerciales que enfrentan los países en desarrollo al exportar sus productos a países del Norte, son causa de pérdidas económicas considerables. Entre las principales barreras se encuentran: los aranceles, los aranceles escalonados, las barreras no arancelarias, las normas que deben cumplir los productos y las acciones antidumping, las cuales se describen a continuación:

a) Aranceles: Los aranceles son impuestos a las importaciones que entran en un país. Al incrementar el precio de los bienes importados en el mercado doméstico, protegen a los productores locales y a sus proveedores de la competencia extranjera.

Los países industrializados redujeron el nivel medio de su protección arancelaria de aproximadamente un 10% a comienzos de los años ochenta, a un 5% a finales de los noventa. Sin embargo, se imponen aranceles mucho más altos a productos de especial interés para los países en desarrollo, específicamente a los alimentos básicos, tabaco, algunas bebidas, frutas y verduras, productos de carne y productos de la industria alimentaria (incluyendo zumos de frutas y carne envasada), textil, ropa y calzado²⁰. Son los llamados picos arancelarios, que pueden exceder el cien por ciento o incluso más.

b) Aranceles Escalonados: Los aranceles que se incrementan en función del nivel de elaboración del producto, son fundamentalmente perjudiciales, ya que desincentivan la inversión orientada a conseguir un mayor valor a nivel local y desalientan la diversificación. Con éstos, se dejan sujetos a muchos países en desarrollo a los mercados de materias primas, caracterizados por la inestabilidad y precios mundiales bajos, lo

²⁰ Banco Mundial informe bianual 2001-2

que supone un camino garantizado a la marginación en el comercio mundial.

Uno de los ejemplos claros de protección, es la que realizan los Estados Unidos, Canadá y Japón, quienes protegen a su industria alimentaría al establecer elevados aranceles. En el caso de Canadá los aranceles sobre alimentos elaborados son 13 veces superiores a los de los productos sin procesar; afectando a los productos elaborados a base de azúcar, los cereales y la fruta envasada.²¹

- c) **Las barreras no arancelarias²² (BNA)**, constituyen con frecuencia un obstáculo más significativo para las exportaciones de los países en desarrollo que los aranceles, los cuales han descendido e incluso desaparecido gracias a la globalización. En las BNA se incluyen restricciones cuantitativas como las cuotas de importación, las restricciones estacionales, las normas de origen y una amplia gama de condiciones que deben cumplir los productos. Éstas pueden ser tan efectivas como los aranceles a la hora de restringir las exportaciones de los países en desarrollo, con la desventaja de ser menos transparentes.

El boicot consiste en negarse a comprar, vender, o practicar alguna otra forma de relación comercial o de otro tipo con un individuo o una empresa considerados, por los participantes en el boicot, como autores de algo moralmente reprobable. En ocasiones se ha utilizado internacionalmente el vocablo español “embargo”. El boicot de los consumidores pueden funcionar como efectivas barreras no oficiales, causando efectos devastadores en el comercio de los países.

²¹ UNCATAD 2000⁹.

²² Se entiende por barreras no arancelarias las "leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado". Por ende, incluyen tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en medidas explícitas, sino en directivas informales de instituciones y gobiernos.

d) **Normas que deben cumplir los productos:** Para poder exportar hacia los países industrializados, los países en desarrollo deben cumplir con rigurosas normas sanitarias, de calidad y de seguridad; especialmente cuando se trata de productos agrarios. La mayoría de estas normas, tienen como finalidad proteger la salud pública, pero se pueden aplicar de forma que reducen la capacidad de los países en desarrollo para exportar, dejándoles fuera de mercados importantes.

II. CAPITULO

EL COMERCIO JUSTO

El mercado no es neutral, es un instrumento económico que puede servir para construir o destruir. Aunque es un medio generador de grandes diferencias puede llegar a ser también un medio para el reparto de la riqueza. Lo mismo que la ciencia puede ser dirigida para la paz o para la guerra, dependerá de la voluntad humana, pero esa voluntad es, hoy, la de quienes controlan el mundo o de quienes controlan los mercados²³.

En el presente capítulo se describe qué es el Comercio Justo, sus antecedentes, definición y su funcionamiento. Así mismo se detallan sus componentes, actores y las organizaciones internacionales que lo promueven.

2.1 Antecedentes del Comercio Justo

Para comprender el desarrollo y desenvolvimiento del Comercio Justo es necesario remontarse a sus orígenes.

En Estados Unidos, durante la década de los años cuarenta, el Comité Menonita Central (el que después originó la ATO²⁴, Ten Thousan Villages), comercializaba con comunidades pobres del Sur con el propósito de generar fuentes de trabajos e ingresos. A su vez, en Inglaterra, Oxfam GB²⁵, en la década de los sesenta comenzaba a comercializar a escala pequeña.

²³Abarca, M. (1998) Fair Trade Perspectiva in Ductch Markets: implications for producers in less Developer countries. Tesis de Maestría. Instituto de Estudios Sociales, La Haya

²⁴ATO:s Alternative Trade Organization (Norte, Sur y Europea)

²⁵Oxfam Internacional es una confederación internacional, compuesta por 13 organizaciones no gubernamentales independientes dedicadas a paliar la pobreza e injusticia alrededor del mundo. Nuestra misión es construir un mundo sin pobreza y nuestra meta es permitir que las personas ejerzan sus derechos y manejen sus propias vidas

El comercio alternativo nació como respuesta a la pobreza y a los desastres ocurridos en los países del Sur, enfocándose principalmente al mercado de productos artesanales. Sus fundadores en su mayoría fueron grandes agencias de desarrollo y organizaciones religiosas de países europeos, donde se puede mencionar como ejemplo a Oxfam, Hivos, Pan para el Mundo y Caritas.

Adicionalmente, estas organizaciones ayudaron a establecer los ATOs²⁶ del Sur, los que tendrían como finalidad organizar tanto a los productores como a la producción, proveer servicios sociales a los productores y exportar al Norte.

A partir de los años sesenta el crecimiento del comercio alternativo se asoció con los movimientos políticos solidarios y uno de los pioneros fue Stichting Idéele Import en Holanda, al importar materias primas de países del Tercer Mundo, quienes estaban económica y políticamente marginados. Paralelamente, se lanzó una campaña a nivel mundial para comprar café en Nicaragua y apoyar así al Régimen Sandinista.

Por otra parte, en Bélgica, Oxfam Wereldwinkels, también crecía a partir de un movimiento de solidaridad política.

A inicios de la década de los setenta, el comercio alternativo estaba sumamente preocupado por encontrar nuevos mercados para los productos de países que estaban excluidos de los canales convencionales del comercio.

Durante estos años, las ATOs europeas se reunían con cierta periodicidad en encuentros informales y fue en los años ochenta, donde nace la inquietud de agruparse, surgiendo así la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA)²⁷ y la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT)²⁸.

²⁶ ATOs – Alternative Trade Organizations – Organizaciones del Comercio Alternativo

²⁷ EFTA, Asociación Europea importadora de productos de Comercio Justo

²⁸ IFAT, The Internacional Fair Trade Association, Asociación Internacional (paraguas) de organizaciones de Comercio Justo.

EFTA se caracterizó por agrupar a las 12 organizaciones importadoras europeas más grandes, con el fin de aumentar la eficacia y efectividad al máximo para evitar la duplicación de esfuerzos y costos. Mientras que, IFAT es una organización democrática global que para 1,999 aglutinaba a 150 organizaciones en 47 países y su finalidad es mejorar las condiciones de vida de la población en situación de desventaja por medio del comercio, teniendo como base el Código de Ética y convertirse así en un foro de discusión e intercambio de información.

Max Havellar, es la primera certificadora, fundada en Holanda en el año de 1998, cuyo interés inicial fue el café, ya que los productores de este producto estaban sujetos a las inestabilidades en los precios del mercado internacional.

Para llevar a cabo la certificación, Max Havellar pretendía crear un sello de Comercio Justo, (Fairtrade²⁹ por sus siglas en inglés), el que apareciera tanto en el empaque del café como en las góndolas o estantes de los supermercados, con la finalidad de indicarle al consumidor que ese café fue comprado a productores de los países del Sur, a un precio especial, garantizándoles ingresos justos.

Con el tiempo se popularizó el proceso de etiquetado, al punto que, otras organizaciones como Fairtrade Foundation en Gran Bretaña y Transfair, en Alemania, adoptaron este sistema.

Al finalizar la década de los noventa, varias entidades dedicadas al etiquetado justo, se unen bajo una organización sombrilla, denominada FLO³⁰ International (Fair Label Organization – Organización Internacional de Etiquetado Justo).

²⁹ Sello comercio justo, fairtrade por sus siglas en inglés pretende promocionar la certificación de productos de Comercio justo y su consumo y contribuir así a ampliar el impacto de este comercio alternativo. La certificación es un instrumento operativo que da mayor acceso al mercado a las organizaciones productoras de comercio justo, da garantías al consumidor, y facilita el acceso de agentes comerciales a productos de comercio justo con Sello de Garantía.

³⁰ Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), establecida en 1997, es una asociación sin fines de lucro de 20 Iniciativas del Sello de Comercio Justo FAIRTRADE presentes en 21 países y las Redes de Productores que representan Organizaciones de Productores Certificadas FAIRTRADE en Latinoamérica, África y Asia.

Desde hace cuarenta años, las organizaciones han puesto en marcha canales de producción-distribución, los que permiten tener una relación más directa con los productores y ofrecerles mejores condiciones. Este movimiento está orientado hacia los países del Sur, pero que se diferencia de las relaciones de asistencia (comunes en el ámbito de la cooperación), por el lema “Trade Not Aid”, “Comercio no ayuda”³¹.

2.2 Concepto del Comercio Justo

El Comercio Justo constituye un enfoque alternativo al comercio internacional convencional, construido por organizaciones no gubernamentales y grupos de productores.

Este comercio se define como “una asociación comercial que apunta a un desarrollo sustentable para los productores excluidos o con desventajas”. Busca realizar esto proponiendo mejores condiciones comerciales (para los productores), educando (a los consumidores) para provocar una toma de conciencia en torno al tema y llevando campañas”³².

El Comercio Justo nació de la toma de conciencia del carácter desigual de los intercambios comerciales entre los países del Norte y el Sur. En la práctica ha tomado diferentes nombres que se usan como sinónimos, entre ellos se puede nombrar: Comercio Justo, Comercio Solidario y Comercio Alternativo, los cuales se detallan a continuación:

- **Alternativo**, porque pretende ser una alternativa real al sistema económico predominante; una emprendedora empresarial y profesional respaldada por empresas “atípicas”³³.
- **Justo**, porque establece una red económica comercial equitativa sin matices colonialistas, capitalistas o paternalistas.

³¹ Oxfam América, Reporte Anual 1999.

³² Definición EFTA (European Fair Trade Association) Asociación de importadores en Europa.

³³ European Fair Trade Association , EFTA, Anuario de Comercio Justo, 1998 – 2000.

-
- **Solidario**³⁴, porque desenmascara el mito de la “Economía Libre” como una economía de la Ley del Fuerte (“Ley de la Selva”). Además, es interna al incorporar justamente a las capas sociales que son dejadas fuera de la red social, por lo que son marginadas o explotadas en el afán de “maximizar la rentabilidad.”³⁵

2.3 Objetivos Del Comercio Justo

Entre los objetivos³⁶ del Comercio Justo, se pueden mencionar los siguientes:

- Mejorar las condiciones de vida y bienestar de los productores a través de mejorar su acceso al mercado, fortaleciendo la organización de los productores al pagar un mejor precio manteniendo continuidad de la relación comercial.
- Promover oportunidades de desarrollo para productores en desventaja, especialmente mujeres y comunidades indígenas y proteger a los niños de la explotación en los procesos productivos.
- Fortalecer la conciencia de los consumidores(as) sobre los efectos negativos del comercio internacional convencional sobre los productores, para que hagan uso positivo de su poder de compra.
- Antecedentes de un ejemplo de cooperación en el comercio con ayuda del diálogo, transparencia y respeto.
- Realizar campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.
- Proteger los derechos humanos a través de la promoción de la justicia social, de prácticas ambientales sostenibles y seguridad económica.

³⁴ Texto de problemática para el foro Comercio Justo, Alianza para un mundo responsable, plural y solidario, *Enero 2007*. Taller Comercio Justo

³⁵ Ayuda No, Comercio Sí. Comercio Justo por Jesús María Arístin Seco www.euskalnet.net

³⁶ FLO Internacional, Una alternativa para pequeños productores, antecedentes de las Iniciativas de Comercio Equitativo.

2.4 Criterios Básicos y Condicionantes del Comercio Justo³⁷

Para que una organización pueda incorporarse dentro del proceso para la certificación del sello comercio justo debe conocer y cumplir con ciertos criterios básicos los cuales se dividen en genéricos y por productos. A continuación mencionaremos algunos criterios³⁸ básicos del Comercio Justo:

- Establecer una relación directa entre productores y consumidores, evitando lo más posible los intermediarios y especuladores.
- Practicar un precio justo que permita al productor y su familia vivir dignamente: “Cada persona debe poder vivir dignamente de su trabajo”.
- En el caso que los productores sean asalariados, se debe respetar las condiciones mínimas de trabajo, como lo norma la Oficina Internacional del Trabajo en cada país.
- Autorizar un financiamiento parcial antes de la cosecha (en el movimiento del Comercio Justo, la tasa mínima es de 60%), si los productores así lo piden.
- Establecer relaciones y contratos a largo plazo, basados en el respeto mutuo y el respeto de los valores éticos, Estas relaciones deben establecer un precio justo y crean las condiciones para un desarrollo sustentable de los grupos de productores o salarizados.

Las organizaciones del Comercio Justo aseguran el respeto del conjunto de estos criterios. Por su parte, las agencias de certificación efectúan un control con los socios y las centrales de compras y tiendas alternativas se comprometen a trabajar en el marco de condiciones definidas y colocar la información a la disposición de sus clientes o consumidores.

³⁷ FLO Internacional, Informe Anual 2000 (Annual Review 2000).

³⁸ El marco de referencia para la certificación de FLO son los Criterios de Comercio Justo. Estos Criterios son desarrollados por el Comité de Criterios de FLO, en el que participan los grupos de interés de FLO, las asociaciones miembro (Iniciativas del Sello), organizaciones de productores, comerciantes y expertos externos.

2.5 Principios del Comercio Justo

El Comercio Justo se basa en los principios de comercialización de productos y condiciones de producción justas para los países del Sur.

También contempla dentro de sus objetivos los tres pilares de la sostenibilidad tanto económica, social y ambiental, calificados sobre la base de:

- Aspectos de género³⁹
- Respeto a la niñez
- Respeto a las culturas y sus diversidades.

Se puede considerar al Comercio Justo, como una estrategia de desarrollo integral de la sociedad y no solamente como una forma de comercializar diferente.

Asimismo, busca responsabilizar a los productores quienes a su vez deben practicar una actividad sustentable y transparente. Las organizaciones beneficiarias deben poseer un funcionamiento interno democrático y ser independientes de todo partido político o iglesia. También deben buscar el equilibrio entre el mercado local y el mercado de exportación, preservando la seguridad alimentaría.

En el Comercio Justo se establece que los beneficios recibidos deben ser distribuidos colectivamente, en pro del desarrollo local, es decir, en empleo, salud y transporte, entre otros aspectos.

A partir de los principios generales que garantizan relaciones comerciales y condiciones de producción justas, las organizaciones de Comercio Justo han desarrollado criterios específicos para los canales de producción-distribución en los que se encuentran comprometidas: las artesanías, el café, el cacao, el azúcar, el plátano, la miel y los textiles.

³⁹ Género: es el conjunto de características psicológicas, sociales y culturales, socialmente asignadas a las personas. Estas características son históricas, se van transformando con y en el tiempo y, por tanto, son modificables.

2.6 Actores del Comercio Justo

Hay diferentes tipos de actores que participan en la cadena del Comercio Justo, por lo que se considera necesario identificarlos y definirlos, para conocer mejor el rol que cumplen y su aporte al sistema del comercio.

- **Productores:** Organizaciones de pequeños productores.
- **Importadoras:** Compran productos a las organizaciones, pagándoles un precio establecido de común acuerdo que les permite vivir en condiciones dignas y acceder a nuevas oportunidades.
- **Tiendas:** Son las que hacen llegar el producto de comercio justo hasta los consumidores finales.
- **Clientes / Consumidores:** Compradores, ejercen un consumo responsable.
- **Organizaciones Internacionales:** Garantizan el cumplimiento de los criterios del sistema de Comercio Justo.

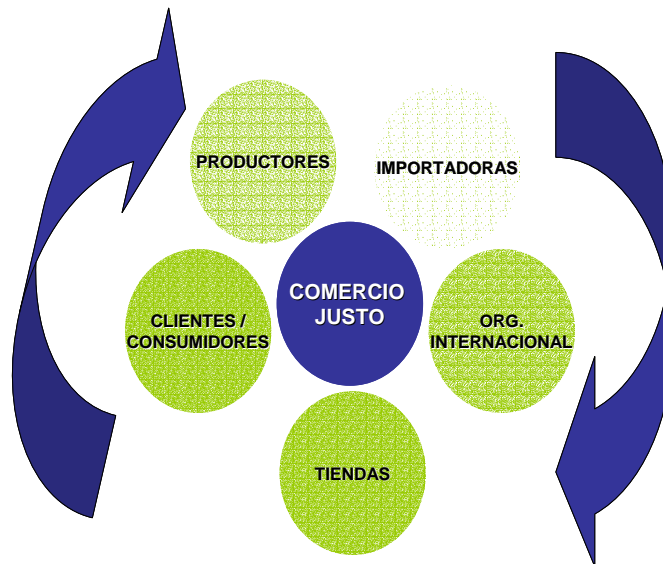


Figura 1: Actores del Comercio Justo

2.7 Organizaciones que promueven el Comercio Justo

2.7.1 Cooperativas o Asociaciones de Consumidores

Las Cooperativas o Asociaciones de Consumidores, tienen un papel innovador en la promoción del Comercio Justo. Además, ayudan a la toma de conciencia del consumidor frente a los desafíos de un consumo ciudadano y responsable.

Algunas de las Asociaciones de Consumidores han implementado sistemas originales de distribución de productos regionales o importación en condiciones justas.

2.7.2 ATOS (Alternative Trade Organizations) Del Sur

Son organizaciones comerciales alternativas creadas específicamente para cumplir un rol dentro de la cadena del Comercio Justo. Cumplen la función de nexo entre los productores (individuales y/o organizados) y los importadores, sin su participación sería muy difícil concretar operaciones internacionales de muchos productores.

Muchas de las ATOs del Sur tienen experiencias organizativas participativas reales, manteniendo una estrecha relación con los productores de base.

El rol que cumplen estas organizaciones, se describen en los ejemplos que se citan a continuación:

- Apoyan financieramente a los productores en sus necesidades de adelantos para procesar los pedidos.
- Canalizan los pedidos de los importadores haciéndose responsables de la calidad, estándares, cantidad y envío oportuno de los pedidos.

-
- Son los encargados de ofrecer los nuevos productos y/o diseños a los clientes potenciales, así como estimular el desarrollo de nuevos productos entre los productores; lo que implica compartir con los productores la búsqueda del desarrollo tecnológico de los procesos en busca de mejoras en la calidad y/o ahorro en los costos de producción u economías de escala.
 - Mantienen informados a los productores sobre las tendencias e información de mercado y ofrecen oportunidades de capacitación.
 - Son responsables de la logística y el papeleo de las exportaciones (incluyendo el empaque final).
 - Generan e implementan oportunidades de capacitación y fortalecimiento organizacional y de desarrollo de capacidades locales de los productores con quienes trabajan.

Adicionalmente, las ATOs del Sur realizan una gama de actividades de mercadeo fuera del ámbito del Libre Comercio, con la finalidad de colocar la oferta de los volúmenes excedentes de los productores del Sur, que el mercado alternativo no está en capacidad de comercializar. Estas organizaciones también tienden a especializarse en sectores productivos específicos, que les permiten una profesionalización de su trabajo.

Si embargo, el nivel de desarrollo profesional de las ATOs del Sur todavía se encuentra en un proceso de aprendizaje de las exigencias del mercado internacional.

2.7.3 ATOS (Allternative Trade Organizations) Del Norte

Son organizaciones establecidas en los países desarrollados, los cuales son importadores/distribuidoras mayoristas de productos del Sur (artesanías y/o alimentos) para colocarlos en el mercado a través de las redes de tiendas de los World Shops y de tiendas de comercio convencional. Adicionalmente, algunas actúan como vendedoras minoristas a través de redes de tiendas propias y/o venta a través de catálogo.

Las ATOs del Norte, son organizaciones de comercio, que cuentan con una capacidad financiera y de gestión, la que les permite trabajar con una cantidad limitada de contrapartes del tercer mundo. Por medio de ellas, se desarrolla una diversidad de acciones bilaterales que pretenden plasmar una práctica comercial donde se evidencie la implementación del Código de Ética de la Federación.

Entre las principales actividades que llevan a cabo estas organizaciones están la compra y la colocación dentro del mercado de su país, los productos provenientes de sus contrapartes. Esta práctica busca respetar un precio justo acordado con los productores, adelantados de dinero facilitando la producción de bienes, un nivel de acompañamiento y comunicación adecuados entre las partes.

La comunicación y la relación entre las contrapartes, dan la pauta a gestiones posteriores, éstas pueden limitarse a ser estrictamente acciones comerciales o alcanzar un nivel de cooperación e involucramiento mayor, en el que se establecen proyectos de desarrollo integral de manera conjunta.

2.8 Organizaciones internacionales que Promueven el Comercio Justo

Como resultado del vigoroso crecimiento de las organizaciones importadoras y el aumento significativo de la red, los puntos y los volúmenes de venta; durante la década de los noventa nacieron organizaciones de coordinación del Comercio Justo en Europa. Con esto, se ha dado respuesta a problemáticas relacionadas con el ágil intercambio de información, la generación de economías de escala y la realización de acciones de cabildeo ante distintos actores públicos y privados procurando una mayor y más eficiente cadena de comercialización de los productos del Comercio Justo.

Como se expuso anteriormente, existe una diversidad de actores que participan del movimiento del comercio alternativo, los cuales toman diversas formas de asociación para lograr una mayor colaboración, eficacia en sus acciones y presencia como movimiento de la sociedad civil. Por ello existen organizaciones internacionales (sombrija) de distinto nivel que reúnen tanto a organizaciones de Comercio Justo como apoyo. Entre las más importantes podemos mencionar:

- Las que realizan operaciones de importación y distribución mayorista, en su mayoría están afiliadas a Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA).
- Las tiendas del mundo que realizan distribución al detalle, agrupadas en la red Europea de Tiendas del Mundo (NEWS⁴⁰).
- Organizaciones certificadoras del Comercio Justo, agrupadas en la Organización Certificadora del Comercio Justo (Fair Labelling Organization FLO).

⁴⁰ NEWS, Network of the European World Shops, red de tiendas solidarias en Europa

-
- Además, algunas de las organizaciones pertenecen a la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT).

Para conocer más sobre las distintas organizaciones que promueven el Comercio Justo, a continuación se amplían cada una de ellas:

- a) Federación Internacional del Comercio Alternativo (Fair Trade Organization) - IFTA⁴¹

La Federación Internacional del Comercio Alternativo, IFTA, fue fundada en 1,989 en Reino Unido, es una organización paraguas que agrupa a organizaciones de comercio Justo de 60 países en África, Asia, Europa y América. La mayoría de los aproximadamente 200 miembros son organizaciones productoras e importadoras. El logo de IFAT esta a disposición de las organizaciones miembros, siempre que hayan aprobado el sistema de auto-evaluación, revisión mutua, verificación externa. El logo de IFAT no es para productos, sino califica los receptores de organizaciones que se comprometen activa y exclusivamente a favor del Comercio Justo.

Algunos de los roles más importantes son la promoción del Comercio Justo y el intercambio de información entre sus miembros, son algunos de sus objetivos primordiales. Para defender los derechos de los productores, IFAT, se involucra en la implementación de estándares más justos para el comercio internacional.

- b) EFTA⁴² – Asociación Europea del Comercio Justo

La Asociación Europea del Comercio Justo, (EFTA), tiene sus oficinas en Holanda y surgió como una respuesta del movimiento ATO`s a la creciente concentración en la toma de decisiones de la producción en el ámbito europeo

⁴¹ Por sus siglas en ingles: IFAT, International Federation for Alternative Trade

⁴² Por sus siglas en ingles: EFTA European Fair Trade Association

y de la fuerte competencia en el mercado detallista. Desde 1,990, agrupa 13 organizaciones importadas, las cuales están ubicadas en 9 países de Europa y representan alrededor del 60% de las importaciones de la región⁴³.

En el caso de productos alimenticios los miembros de EFTA comparten el monitoreo de la producción y la calidad. Adicionalmente, se manejan campañas de información y cabildeo, las cuales están dirigidas a los actores políticos con el propósito de lograr la adopción de principios del Comercio Justo en Europa y también promueven el acceso de productos del Sur en el mercado de la Comunidad Europea.⁴⁴

c) Red Europea de Tiendas del Mundo, NEWS⁴⁵

La Red Europea de Tiendas del Mundo (NEWS), es una red de tiendas solidarias de Europa que facilita la cooperación y la unión entre sus miembros. Se estableció en 1,994, representando a 15 organizaciones nacionales y regionales de 13 países, representa aproximadamente a un total de 2,700 tiendas de comercio justo. Sus objetivos son armonizar los criterios de mercado justo, apoyar la creación de instituciones nacionales de coordinación en los países en los que no existen aún y organizar las campañas de concientización al público europeo.

Asimismo, es la reguladora de tiendas de Comercio Justo en Europa, de la cual forma parte la coordinadora Estatal de Organizaciones de Comercio Justo, la que agrupo a 31 organizaciones españolas, entre las que están INTERMON OXFAM.

⁴³ European Fair Trade Association , EFTA, Anuario de Comercio Justo 2000 - 2002.

⁴⁴ Centro Internacional de Agricultura Tropical Proyecto de Desarrollo de Agroempresas Rurales, CIAT
<http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/espanol/inicio.htm>

⁴⁵ Por sus siglas en Ingles: NEWS Network of European World Shops

NEWS posibilita la comunicación directa entre sus miembros y organiza campañas en los ámbitos nacional e internacional. Desde 1996 coordina la celebración anual del día de las Tiendas del Mundo de Europa.

d) Organización Certificadora del Comercio Justo, FLO⁴⁶

Es la organización internacional responsable de la Definición y de la Certificación de los Estándares del Comercio Justo, permitiendo que más de 8 mil ⁴⁷ productores y personas que dependen de ella, en más de 45 países, se beneficien del comercio alternativo con el sello.

FLO también garantiza que los productos que tienen el sello de Comercio Justo, se venda en cualquier parte del mundo y que se comercialicen por iniciativa nacional. También todos los productos que se vendan con el sello de Comercio Justo están garantizados por FLO, la cual garantiza que todos los productos que se vendan con el sello de Comercio Justo, en cualquier parte del mundo, y que se comercialicen por una iniciativa nacional, sean producidos conforme a los Estándares de Comercio Justo y que contribuyan al desarrollo de productores desfavorecidos.

Como una organización de certificación para el comercio justo. La esencia de FLO Internacional consiste en dictar las normas de Comercio Justo y la certificación de organizaciones de acuerdo a dichas normas.

Las normas de FLO Comercio Justo son desarrolladas por el grupo de trabajo de Estándares y Políticas, conformado por representantes de organizaciones miembro de FLO, organizaciones de productores, comerciantes y expertos externos.

⁴⁶ Por sus siglas en inglés: FLO Fair Trade Labelling Organization International

⁴⁷ FLO Fairtrade Labelling Organizations Internacional, www.flointernational.org

Es la más reciente (1997) de las organizaciones de coordinación del Comercio Justo en el ámbito internacional. Establecida en Alemania, cuenta con 18 organizaciones nacionales de certificación afiliadas.

Los más importantes sellos de Comercio Justo dentro de la sombrilla FLO son: **Max Havelaar**⁴⁸ en Holanda, Bélgica, Francia, Dinamarca y Suiza; **Transfair**⁴⁹ en Austria, Alemania, Italia y Luxemburgo así como en Canadá, los Estados Unidos y Japón; **Fairtrade** en Irlanda y el Reino Unido y **Rattvisemarkt** en Suecia.

Hasta ahora unas 300 organizaciones de productores en 29 países están inscritas en sus registros con el monitoreo y administración dividida entre sus miembros.

El mecanismo FLO (Fairtrade Labeling Organization) busca articular a las organizaciones de productores previamente identificados y registrados al mercado convencional diferenciándolos a través del sello Fair Trade (FT).

FUNCIONES	Definir los criterios Internacionales de Comercio Justo FAIRTRADE
	Facilitar y desarrollar el lado comercial del Comercio Justo FAIRTRADE
	Promocionar un comercio con justicia

Figura 2: Funciones del Comercio Justo. Fuente: FLO Internacional

⁴⁸ Max Havelaar: es una asociación sin fines lucrativos, fundada en el 1993, que otorga un sello a los productos que responden a las normas internacionales del comercio justo. Su objetivo consiste en permitir a los productores y a los trabajadores desfavorecidos del Sur vivir dignamente de su trabajo instaurando normas comerciales más justas. http://www.avsf.org/es/article.php?rub_id=179&art_id=158

⁴⁹ Transfair:: facilita relaciones entre los productores y la industria y hace posible oportunidades de negocios entre las partes, con el fin de asegurar el crecimiento del Mercado Justo. http://transfairusa.org/content/certification/producer_services_sp.php

Los productos con el sello FLO representan, para los productores, un mejor precio para su producto así como un instrumento eficaz para el desarrollo autónomo y; para los consumidores, una posibilidad de mostrar su responsabilidad social y una elección en un mercado globalizado.



Figura 3: Sistema Fairtrade. Fuente: Flo International

2.9 Extensión Geográfica del Comercio Justo

El comercio justo sigue entendiéndose principalmente como un movimiento de solidaridad Norte - Sur que apunta a limitar los impactos negativos del comercio internacional. Las desigualdades se han incrementado al interior de los países del Norte y del Sur. La especialización de los países del Norte en producción industrial ha significado que su producción agrícola ha perdido gran parte de su diversidad y de sus funciones en sus territorios rurales en los últimos 50 años. En

los países del Sur, la apertura comercial obligada ha tenido como consecuencia un retroceso dramático de los productos regionales y nacionales en los mercados internos. El campo de acción del “movimiento comercio justo” por su parte, se sitúa casi exclusivamente en el plano en las áreas rurales de los países con capacidad de producción en el Sur y en la distribución al consumidor final en los países del Norte, aunque existen algunos países del Norte que requieren de apoyo en la compra de materia primas, siempre en el área rural. La articulación y las sinergias entre las diferentes escalas de acción no se han traducido aún en la formulación de estrategias precisas de Comercio Justo a nivel nacional o regional.

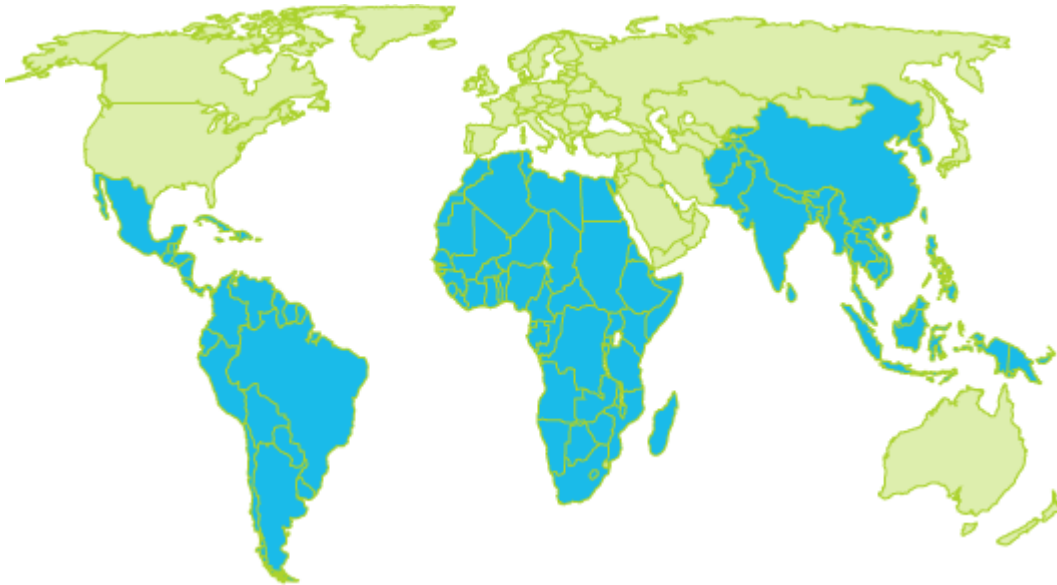


Figura 4: Fuente: FLO Internacional (Fairtrade Labelling Organizations Internacional)⁵⁰

2.10 Las regiones y países prioritarios en el Comercio Justo

De acuerdo a la información obtenida de las 63 organizaciones incluidas en la base de datos, las ATO's en Europa mantienen más contactos con agrupaciones de productores de América Latina, seguido de cerca por África y luego Asia.

⁵⁰ Fairtrade Labelling Organizations Internacional, <http://www.fairtrade.net/introduction.html?&L=1>

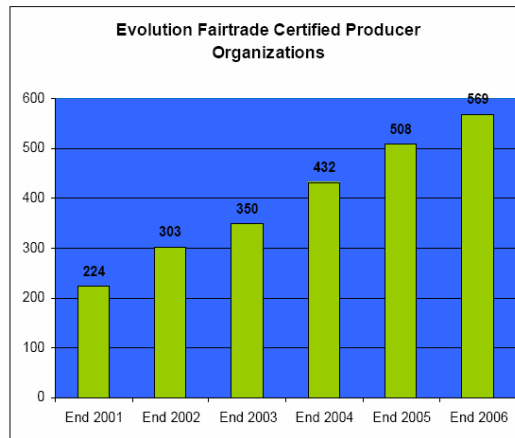


Figura 5: Fuente: FLO Internacional (Fairtrade Labelling Organizations Internacional)⁵¹

A finales de diciembre de 2006, Flo trabaja con:

- 569 Organizaciones de Productores Certificadas de Comercio Justo FAIRTRADE⁵². Esto representa a más de un millón de productores y trabajadores procedentes de más de 50 países en África, Asia y América latina. Si incluimos a las personas que dependen de ellos, un total de cinco millones de personas se benefician.
- 469 Comerciantes Certificados por FLO que incluyen exportadores, importadores, procesadores y fabricantes, procedentes de más de 50 países en todo el mundo.
- Entre 2004 y 2005, las ventas de productos con el Sello de Comercio Justo Fairtrade en todo el mundo incrementaron en un 32% superando las 168,863 Toneladas Métricas TM, lo que representa un crecimiento espectacular.

⁵¹ Fairtrade Labelling Organizations Internacional, <http://www.fairtrade.net/introduction.html?&L=1>

⁵² Fairtrade, www.fairtradelabelling.org

III. CAPITULO

COMERCIO JUSTO EN GUATEMALA

El objetivo central de este capítulo es dar a conocer como se desarrolla el Comercio Justo en Guatemala, para ello se investigó una Organización denominada Manos Campesinas, ubicada en el Departamento de Quetzaltenango, quienes aglutinan a un grupo de siete organizaciones de pequeños productores que comercializan café a través del sistema Fairtrade o Comercio Justo, previo a ello se describe la historia del Café en Guatemala, la crisis vivida a finales de los '90 y en donde se palpó la necesidad de incursionar en otros mercados.

3.1 Historia del Café en Guatemala

Desde la conquista española, Guatemala ha tenido diversos cultivos de exportación que han constituido una importante fuente de ingresos para el país: cacao en el siglo XVI, añil en el siglo XVII y, sobre todo, en el XVIII, y grana o cochinilla después de 1821. A partir de la Revolución Liberal de 1871, el café se ha situado en el primer lugar de las exportaciones⁵³.

La decadencia de cada uno de estos cultivos significó, en su momento, la búsqueda de un sustituto capaz de darle continuidad a la economía agrícola de exportación. Así, cuando por la invención de los colorantes artificiales en Inglaterra empezó a decaer la demanda de la cochinilla alrededor de 1860, el crecimiento de la producción industrial europea estaba generando una expansión general de las exportaciones que, simultáneamente, incrementaba la demanda de productos de consumo procedentes de países tropicales, como el café.

⁵³ Extracto, libro Regina Wagner, autora de Historia del Café en Guatemala.

Ese pequeño grano que germina en un almácigo ha sido consumido por la humanidad durante más de mil años y es el principio de una industria que involucra a miles de personas.

La fecha exacta y cómo se introdujo el café en Guatemala son desconocidos. La primera noticia de su degustación se encuentra en una obra de Antonio Paz y Salgado, *Las luces del cielo de la Iglesia* (1747)⁵⁴, que relata cómo se celebró la exaltación de la catedral de La Antigua Guatemala a la categoría de arquidiócesis, el 14 de noviembre de 1743, y que al final del banquete con “tan deliciosos manjares” y “armoniosas músicas” al cual convidó el ilustrísimo Arzobispo Fray Pedro Pardo de Figueroa en su Palacio, se sirvió “a su debida hora a los convidados el Caffé”.

Según algunos autores, el café se introdujo en Guatemala en la época de Carlos III (1759-1788), uno de los escritores Juan J. Rodríguez afirma, que fue a fines del siglo XVIII y que las semillas o algunos arbolitos se trajeron de Las Antillas. Guillermo Echeverría Morales ubica la introducción de la planta de café en Guatemala hacia 1750, William Ukers entre 1750-1760 y Manuel Rubio alrededor de 1760⁵⁵.

Otra versión señala que el cultivo del café se inició durante la segunda mitad del siglo XVIII, en los jardines de la Compañía de Jesús en La Antigua Guatemala y que algunas personas tomaron sus semillas y las sembraron en diversas partes del país —Guatemala, Villa Nueva, Petapa, Amatitlán, Santa Rosa y Jutiapa— con lo cual el cultivo se extendió. Su aclimatación fue asombrosa aunque como industria progresó lentamente, pues hasta mediados del siglo XIX el café se usaba en Guatemala más como medicina que como bebida.

⁵⁴ Libro que recoge dos obras del ilustre abogado hondureño de la Audiencia de Guatemala Antonio de Paz y Salgado (S. XVIII). http://afehc-historia-centroamericana.org/index.php?action=fi_aff&id=1502

⁵⁵ Extracto, libro Regina Wagner, *Historia del Café en Guatemala*.

Los gobiernos liberales impulsaron el cultivo del café. Para ello confiscaron las propiedades de la Iglesia y muchas tierras comunales. Además se obligó a los indígenas a trabajar en las fincas cafetaleras al crear la figura de los mozos colonos, la cual fue eliminada en el gobierno de Jorge Ubico, según señala la Historia de Guatemala de Francis Polo Sifontes.

3.2 Efecto de la Crisis del Café en Guatemala

La crisis enfrentada en 2001 y 2002 como resultado de la volatilidad en los precios mundiales del café impactó fuertemente a los productores de café y en especial a los pequeños productores de café de la región centroamericana, quienes no habían sufrido una caída tan fuerte en los precios en medio siglo. La caída obedeció a una sobreproducción de grano a principios de la década, lo cuál se reflejó en una caída fuerte en el precio mundial del café que afectó dramáticamente a los países productores.

Centroamérica sintió fuertemente la crisis del café con un desempleo que afectó a más de 1,5 millones de personas⁵⁶. Casi la mitad de la población dedicada al cultivo de los cafetales en Guatemala tuvo que cambiar de trabajo o marchar a la ciudad.

Una taza de café en cualquier barrio de Nueva York o París puede llegar a alcanzar el precio de 3.60 dólares. Por esa misma taza de café, un caficultor de la región andina sudamericana o del sudeste asiático recibe tan sólo 24 centavos de dólar, un mezquino 7% que, por supuesto, ni cubre el coste de producción ni las necesidades básicas de los recolectores. Son las consecuencias más directas de una crisis, que afrontaron los caficultores a principios de este decenio. Crisis, que arrojó a la pobreza a más de 25 millones de personas, sin que por ello, el comercio de café de las cuatro grandes

⁵⁶ Centroamérica en el 2002: crisis del café; las remesas al rescate, Norman Girvan

transnacionales (Nestle, Kraft Foods, Procter & Gamble y Sara Lee) haya detenido su crecimiento económico⁵⁷.

Para algunos analistas, el 2002 fue considerado como el más devastador en la historia del grano; productores abandonaron sus cosechas, dejaron de limpiar y fertilizar y en algunas regiones vendieron sus terrenos. Sin embargo, para otros productores fue motivo para buscar alternativas de mercado, a subir la calidad, a asociarse en cooperativas. Los más afectados fueron los pequeños y medianos productores de café y productores de café de baja calidad.

Cuadro No. 1. Centroamérica Evolución de las exportaciones de café y de las exportaciones totales en Guatemala en el período 1995-2002

Año	Exportaciones de café (miles de quintales)	Exportaciones de café (miles de USD)	Exportaciones totales (miles de USD)	Exportaciones de café/total (%)
1995	4586	538 687,1	1 935 517,1	27,8
1996	5356	472 428,0	2 030 733,8	23,3
1997	5538	588 308,7	2 344 083,7	25,1
1998	4727	586 292,4	2 581 675,2	22,7
1999	5956	561 169,3	2 460 441,1	22,8
2000	6448	573 688,8	2 699 034,0	21,3
2001	5477	306 397,8	2 411 677,7	12,7
2002	4604	261 725,7	2 227 517,6	11,7
Media anual 1995-2000	5435	553 429,1	2 341 914,2	23,6
Media anual 2001-2002	5041	284 061,7	2 319 597,6	12,2

Fuente: Crisis de precios y estrategias exitosas de pequeños productores de café en Guatemala, Octavio Damián (elaborado con datos del Banco de Guatemala).

Es así como la crisis llevó a algunos productores a adoptar nuevas estrategias como el comercio justo, el uso de fertilizantes orgánicos y además, fomentó el trabajo en asociaciones.

⁵⁷ Oxfam Internacional, Comercio con Justicia, Cambiar las Reglas, Comercio, Globalización y lucha contra la pobreza

3.3 Organización de Pequeños Productores

Las víctimas principales de la caída de precios en el mercado internacional son los cientos de miles de pequeños productores de los países en desarrollo, como Guatemala que no disponen de capital suficiente para sobrevivir económicamente, al no contar con acceso directo al mercado, por lo que dependen de intermediarios para vender su producto.

Las organizaciones que promueven el Comercio Justo, desde hace muchos años han identificado la situación injusta y desigual de los pequeños productores, por lo que han tratado de contribuir a la solución de este problema al darles los instrumentos necesarios para realizar su propio desarrollo y vivir una vida digna, como productor independiente.

3.3.1 Guatemala Pionera

De acuerdo con la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA), en Centroamérica este tipo de intercambio supone del 15 al 20 por ciento del volumen de exportación disponible y la cuota continúa creciendo.

Guatemala fue pionera a la hora de poner sus productos en el mercado alternativo. En 1973, tres organizaciones de la Federación de Cooperativas Agrícolas de Productores de Café de Guatemala (Fedecocagua), la San Juan Bautista, de Jutiapa, y la Tajumulco y la San Antonio Huista, de Huhuetenango, exportaron por primera vez café bajo condiciones de mercado justo, logrando abrir un camino que sirvió de referente para el mundo en desarrollo.

Según una entrevista realizada por un medio de comunicación local a un campesino, el señor Jorge Martínez quien menciona “que aún recuerda aquel año en la que San Juan Bautista, aún activa, envió parte de su producción a Holanda con el nombre de Indio Kaffee. A sus 94 años, sigue visitando cada día la finca Mis Ilusiones donde aún cultiva café.”

Guatemala actualmente aporta 15 por ciento del volumen mundial de café vendido como Comercio Justo⁵⁸ un café para que pueda ser considerado como tal debe tener un sello e garantía internacional.

El incremento del número de certificaciones se dio a finales de los años ochentas, para garantizar que el Comercio Justo cumplía con sus objetivos y lograr así la confianza de los consumidores.

3.3.2 Organización de Pequeños Productores Certificados con El Sello Comercio Justo – Flo en Guatemala

En la actualidad, el café continúa siendo el principal producto de exportación, pero la mayoría de organizaciones de pequeños productores guatemaltecos, no tienen acceso a un mercado directo para su producto, por lo que deben venderlo a intermediarios, quienes pagan precios muy distantes a los precios reales del mercado. Guatemala al igual que los demás países del istmo, cuentan ya con experiencias de comercialización, las cuales están certificadas con el sello comercio justo a continuación mencionaremos algunas de ellas:

Cuadro No. 2. Número de Organizaciones de Pequeños Productores Certificados con El Sello Comercio Justo – FLO en Centroamérica 2004

PAIS	NÚMERO DE ORGANIZACIONES
Guatemala	26
El Salvador	7
Honduras	19
Nicaragua	20
Costa Rica	13

Fuente: FLO Internacional

⁵⁸ Informe elaborado por Pierre W. Johnson para el PNUD, Guatemala

Cuadro No. 3 Cuadro de Organizaciones de Pequeños Productores
Guatemaltecos Certificados FLO - Comercio Justo

ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES GUATEMALTECOS CERTIFICADOS FLO - COMERCIO JUSTO									
COOPERATIVA CECAPRO (CAFÉ)									
No.	AÑO DE FUNDACIÓN	NO. DE SOCIOS			CALIDAD	ALTURA	VARIEDAD	CERTIFICACIÓN FLO AÑO	CAPACIDAD DE EXPORTACION
		H	M	Total					
1	1991	112	28	140	Estrictamente duro y duro	1000 to 1300 m	catuai bourbon catimor arabiga pache	1994	4 CONTENEDORES
COOPERATIVA LA CUNA CHORTÍ (CAFÉ)									
No.	AÑO DE FUNDACIÓN	NO. DE SOCIOS			CALIDAD	ALTURA	VARIEDAD	CERTIFICACIÓN FLO AÑO	CAPACIDAD DE EXPORTACION
		H	M	Total					
2	2001			42	Estrictamente duro	5000pies	Catimor Pache Arabigo		1 CONTENEDOR
COOPERATIVA GUAYA B (CAFÉ)									
No.	AÑO DE FUNDACIÓN	NO. DE SOCIOS			CALIDAD	ALTURA	VARIEDAD	CERTIFICACIÓN FLO AÑO	CAPACIDAD DE EXPORTACION
		H	M	Total					
3	1987 (1999)Legal			281	Estrictamente duro	1,430m	cataui caturra bourbon criollo villobos pache catuor mundo novo		6 CONTENEDORES
COOPERATIVA MANOS CAMPESINAS (CAFÉ)									
No.	AÑO DE FUNDACIÓN	NO. DE SOCIOS			CALIDAD	ALTURA	VARIEDAD	CERTIFICACIÓN FLO AÑO	CAPACIDAD DE EXPORTACION
		H	M	Total					
4	1997			1,072	Estrictamente Duro, Duro	1,200 - 1500 m	Bourbon Caturra Catuai	1999	5 CONTENEDORES

Fuente: Flo Centroamérica 2002

Cuadro No. 4. Total de Ventas en Millones de Toneladas de Café Generado por el Sello de Comercio Justo 1997 – 2002.

AÑO	TONELADAS
1997	25.972
1998	28.913
1999	33.495
2000	39.750
2001	48.506
2002	58.813

Fuente: FLO Centroamérica, 2002

De acuerdo a investigaciones realizadas, se determinó que gran parte de los pequeños productores certificados por Comercio Justo en Guatemala son propietarios de pequeños espacios de tierra (minifundistas) y han sido considerados como trabajadores pobres.

3.4 El Comercio Justo en Manos Campesinas

A partir del planteamiento del sistema de Comercio Justo y de las organizaciones de pequeños productores guatemaltecos que trabajan bajo el sello, podemos mencionar los beneficios reales que estos obtienen al estar certificados. Debido a la cantidad de información, se delimitó en el caso específico de la organización Manos Campesinas, quien agrupa a siete organizaciones de pequeños productores y están certificados con el sello comercio justo desde hace algunos años.

Dentro de todo el panorama sombrío: crisis del café, irregularidades medioambientales, entre otros, existen organizaciones de pequeños productores, que han logrado sobrevivir, y son los que han realizado esfuerzos por certificarse con el sello Comercio Justo, tal es el caso de Manos Campesinas. Para la presente investigación se tomó como muestra la

experiencia del proceso de conformación e inserción al Comercio Justo de la organización Manos Campesinas.

3.4.1 Historia de la Organización Manos Campesinas⁵⁹

La Organización Manos Campesinos surge en el año de 1977, contando con el acompañamiento de la Pastoral Social de Quetzaltenango, el cual se orienta hacia el mejoramiento de la producción y de la organización de base. Este apoyo generó expectativas y alternativas para los caficultores de la zona, quienes buscaban mejorar su situación. A raíz de esto, se inició la necesidad de dialogar sobre la comercialización, como uno de los elementos básicos del proceso de Comercio Justo.

La Sociedad Civil de Pequeños Productores de Café Manos Campesinas es una entidad civil privada, de promoción económico-social, ajena a toda actividad política. Se constituye como una organización de segundo grado y al inicio, fue conformada por 7 organizaciones, las cuales son:

1. Asociación de Pequeños Agricultores para el Desarrollo Integral de Mercedes, Colomba (APADIMEC).
2. Asociación De Pequeños Caficultores Orgánicos Mayas Mames (APECAFORMM)
3. Cooperativa Agrícola Integral “Loma Linda” (LOMA LINDA).
4. Empresa Campesina Asociativa “ECA Candelaria Xolhuitz” (CANDELARIA XOLHUITZ)
5. Sociedad Civil para el Desarrollo de Colomba (SCIDECO)
6. Sociedad Civil “Proyecto San José”
7. Asociación de Productores Orgánicos de Café de Sololá (APOCS) en el año 2000, se añadió dicha organización a Manos Campesinas.

⁵⁹ Documento de Apoyo a Organizaciones Asociadas a Manos Campesinas

Estas organizaciones radican en 39 comunidades de los departamentos de Retalhuleu, Quetzaltenango, San Marcos y Sololá. Al unirse cada una de estas entidades conformaron una Junta Directiva Provisional, donde participaba un delegado de cada asociación. Se constituye legalmente como Sociedad Civil de Pequeños Productores de Café, el 6 de noviembre de 1997 y una de sus metas iniciales fue la búsqueda de la inscripción al mercado justo, lográndolo en septiembre de 1997 a través de FLO Internacional.

Para el funcionamiento y crecimiento de Manos Campesinas cuentan desde 1998 con el apoyo de entidades financieras como la Organización Ecuménica Solidaridad. Posteriormente en 1999 se adhiere la agencia humanística Hivos⁶⁰ y Oxfam⁶¹-América en el 2001.

Para obtener el sello de certificación Manos Campesinas, han tenido que fortalecer y mantener ciertos valores, los cuales se mencionan a continuación:

- a) **Responsabilidad:** Cumplir con compromisos y obligaciones, hacia dentro y hacia fuera de la organización.

- b) **Calidad de Productos y Servicios:** Es muy importante brindar servicios y productos de calidad que satisfagan la expectativas de clientes, socios, socias, empleados y empleadas.

Protección del medio ambiente: Asumimos el compromiso de promover la protección del medio ambiente, a través de la promoción e implementación de procesos limpios que no pongan en riesgo la salud humana, la vida silvestre y las fuentes de agua.

⁶⁰ Instituto Humanista para la Cooperación con los Países en Desarrollo, Países Bajos.

⁶¹ Reporte Anual 2002, Oxfam

-
- c) **Sostenibilidad Financiera:** La autosostenibilidad financiera se obtendrá a través de la generación de ingresos y la prestación de servicios relacionados con la comercialización de café de los socios y socias.
- d) **Sostenibilidad Organizativa:** Promover mecanismos eficientes y eficaces de comunicación, para mantener un alto nivel de información y participación en todas las organizaciones afiliadas. El objetivo es mejorar la identificación, compromiso y lealtad de los socios y socias ante la organización.
- e) **Equidad de Género:** Es fundamental la incorporación y valoración de la participación activa de la mujer, a través de políticas y procedimientos que fomenten un desarrollo con equidad de género.
- f) **Mejora Continua:** Para mejorar la competitividad en los mercados globales es necesario fomentar la innovación en los procedimientos que permitan ofrecer mejoras en los servicios y productos, disminuyendo costos y rebasando expectativas de clientes.

Para la sostenibilidad de la asociación y el beneficio de socias y socios, Manos Campesinas contempla los siguientes objetivos⁶²:

- Lograr la credibilidad de la organización en el ámbito nacional e internacional.
- Comercializar café de buena calidad de las organizaciones socias, a un precio justo y contando con un prefinanciamiento crédito comercial.

⁶² Manos Campesinas Bollen Jerónimo, Manos Campesinas, Documento de apoyo a organizaciones asociadas a Manos Campesinas, 2003

-
- Fortalecer la organización empresarial en las áreas de producción, procesamiento y comercialización de productos.
 - Apoyar y asesorar el proceso de autogestión organizativa, administrativa y de infraestructura de las organizaciones afiliadas, tanto de productores como grupos de mujeres, para mejorar las condiciones económicas y sociales de los socios.

3.4.2 Líneas de Acción

- Entre las líneas de acción que lleva a cabo la Organización Manos Campesinas, se pueden mencionar:
- Comercialización: Dirige su principal atención a la búsqueda de mercados para mejorar los precios de café, realiza contactos con nuevos compradores y gestiones para la firma de convenios de exportación y de prefinanciamiento.
- Producción: Se orienta al mejoramiento de la producción de café orgánico, la diversificación de productos en asocio con café y la formación de promotores.
- Vida Asociativa: Realiza apoyo organizativo a los cuadros directivos y asociados en general, identifica el aumento de socios en la organización e incorpora el enfoque de equidad de género.
- Estructura: Se cuenta con un total de 1,073 socios, de los cuales 35 personas integran la Asamblea General Representativa (5 representantes por cada organización afiliada). Adicionalmente, existe una Junta Directiva electa por esta Asamblea General, la cual está compuesta por 7 representantes de las organizaciones asociadas; y se tiene contemplada la creación de una Junta de Vigilancia, la cual estará integrada por 3 personas electas en Asamblea General.

Dentro de la estructura se menciona un Equipo Técnico, el que esta integrado por 5 personas: Gerente General, Asistente de Gerente, Técnico en Producción y 2 Técnicos en Vida Asociativa.

Por muchos años, el control del comercio de los productos agrícolas a nivel internacional estuvo en manos de países desarrollados e industrializados, provocando que los productores de los países menos desarrollados como Guatemala dependan de ellos para sobrevivir; puesto que lo visualizan como una oportunidad para exportar materia prima.

El proceso de comercialización se ha venido desarrollando sobre relaciones de intercambio cuyo modelo promueve la injusticia, desigualdad y marginación.

3.4.3 Ventajas

Entre las ventajas con las que se beneficia la organización Manos Campesinas, se pueden mencionar las siguientes:

- Acceso directo a un mercado por medio del Comercio Justo, el que le permite a los productores la exposición de sus productos en ferias.
- Se garantiza un precio justo a los productores, que deciden cómo repartir la prima pagada por el Comercio Justo en función de los intereses de la comunidad, la cual es empleada por algunos de ellos en mejoras en la capacidad financiera, técnica o administrativa o lo invierten en proyectos de educación, salud, vivienda y asuntos sociales.
- Las organizaciones de Comercio Justo aseguran a los pequeños productores una prefinanciación, la cual les permite comprar los materiales necesarios para la producción y sobrevivir hasta la cosecha

sin tener que acudir a un usurero y caer en el círculo vicioso del endeudamiento.

- El Comercio Justo ofrece garantías como una relación a largo plazo, la estabilidad de la producción y de ingresos que les brinda a los productores planificar algo su porvenir. Al mismo tiempo, logra que los trabajadores permanezcan fieles a su cooperativa aún cuando los precios suben o no son estables.
- Apoyo técnico, el que consiste en capacitar a los productores en métodos de producción, investigación para desarrollar alimentos orgánicos o usar textiles y otros materiales que preservan el medio ambiente, asesoramiento en materias financieras o administrativa.
- Organizaciones de Comercio Justo conceden préstamos a los productores para que aumenten su producción.
- La relación personal a largo plazo reduce los riesgos de falta de pago y la posibilidad de devolución con productos hace el préstamo atractivo para ambas partes. Al mismo tiempo que, les infunde seguridad a los productores para utilizar el sistema comercial.

3.4.4 Logros

Para las organizaciones de Pequeños Productores que integran Manos Campesinas es un logro la inscripción en el Mercado Justo a través de FLO-Internacional y la exportación de un total de 33 contenedores de café al mercado justo, durante 5 años consecutivos, logrando mejores precios para los productores.

Adicionalmente, se pueden enumerar los siguientes logros:

- Construcción de 4 beneficios húmedos ecológicos en igual número de organizaciones asociadas, gestionados en el Ministerio de Agricultura.

-
- La inversión de \$5.00 dólares al fondo social, para los proyectos sociales infraestructuras, los que provienen del rubro específico de Comercio Justo, donde se estipula un porcentaje de ahorro procedente de la venta de sus productos.
 - Ingreso familiar individual, y el nivel de vida para minimizar la pobreza.
 - Constitución formal como Asociación Civil, lo cual facilitará obtener una licencia de exportación para Manos Campesinas.
 - Impulso de la agricultura orgánica con la renovación de cafetales, diversificación de la producción y la capacitación de promotores, resultando en la certificación orgánica de Apecaform y la precertificación de 3 organizaciones más (Loma Linda, Scideco y Apocs).
 - Fortalecimiento de Manos Campesinas y sus organizaciones asociadas a través de eventos de motivación, capacitación y formación.



“Desde que estamos asociados como Manos Campesinas con sello Comercio Justo se nos ha facilitado la venta de nuestro café” Presidente de la Asociación para el Desarrollo de Las Mercedes” Manos Campesinas

3.5 Caracterización de las organizaciones miembros⁶³

Las organizaciones de pequeños productores que aglutinan Manos Campesinas están:

a) Cooperativa Loma Linda

La cooperativa está ubicada en la Aldea Loma Linda, del municipio de El Palmar, departamento de Quetzaltenango y fue fundada en 1977 por trabajadores agrícolas de las fincas de café con el apoyo de la Parroquia de El Palmar que gestionó los fondos para la compra de la finca.

En 1980 se constituyó formalmente la Cooperativa Loma Linda, la cual está conformada por 84 socios y aglutina a todos los miembros de la comunidad. El sistema de producción que emplean es el de la agricultura ecológica, en el que no se utiliza ningún insumo agroquímico para la producción.

La forma de organización es comunal, para lo cual procesan y comercializan su café en conjunto. La tenencia de la tierra está distribuida por trabajadores y es dado en usufructo; mientras que, la cooperativa cuenta con un terreno comunal para agenciarse de fondos.

En 1990 la Cooperativa se inscribió en el Mercado Equitativo a través de la Fundación Max Havelaar de Holanda e inició procesos de exportación de café. Adicionalmente, los socios también producen banano, hoja de pacaya y frijol productos que autoconsumen y comercializan individualmente.

Desde hace 5 años se conformó un grupo de 17 mujeres (esposas de los socios) con el fin de obtener alternativas de desarrollo para la mujer

⁶³ Lic. Jerónimo Bollen, Historial y Sistematización Manos Campesinas, 1990 – 2003

campesina a través del procesamiento del café tostado y molido, el que se vende en la ciudad capital Quetzaltenango, gracias al apoyo del Centro de Capacitación e Investigación Campesina.

Asimismo, esta organización de mujeres cuenta con una Junta Directiva, sede propia e infraestructura de procesamiento de café.

b) Sociedad Civil Proyecto San José

El proyecto San José fue fundado en 1992 en El Palmar, Quetzaltenango y contó con el apoyo de la Parroquia local, la cual compró la finca donde están establecidos. La comunidad está conformada por trabajadores agrícolas de las fincas de café de la región y cuenta con 27 socios, quienes participan en procesos productivos y organizativos, procesando y comercializando su producción en conjunto.

Adicionalmente los productores también produce banano, producto que comercializan en localmente y en forma individual.

El sistema de tenencia de tierra es comunal, otorgando parcelas en usufructo para cada trabajador y el proceso de producción es ecológico, aprovechando los materiales locales, la renovación de áreas productivas y la producción de compost; evitando la utilización de agroquímicos.

c) Empresa Campesina Asociativa Candelaria Xolhuitz

Está ubicado en el Patrimonio Agrario Colectivo Candelaria Xolhuitz, Nuevo San Carlos, Retalhuleu. Su fundación es el resultado de la indemnización a mozos colonos de la Finca Nacional Candelaria Xolhuit en 1981.

A partir de 1994, se organizó un grupo de productores para conformar una Empresa Campesina Asociativa, con la finalidad de promover el desarrollo comunitario, el procesamiento y la comercialización del café.

Actualmente, de los 420 productores de la comunidad, 145 están asociados a esta empresa campesina, quienes procesan y comercializan el café al contar con un beneficio comunitario.

Cada uno de los socios cuenta con una parcela, donde también se dedican a la producción del banano, el que venden individualmente en el mercado local.

d) Sociedad Civil para el Desarrollo de Colomba, -SCIDECO-

La Sociedad Civil para el Desarrollo de Colomba (Quetzaltenango), fue fundada en 1992 por trabajadores agrícolas despedidos de las fincas cafetaleras de la región, con el fin de buscar alternativas de defensa, organización y búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo. La compra de la pequeña finca de café fue gestionada por la Parroquia de Colomba, denominándose posteriormente Proyecto Finca 3 de Mayo.

Desde el inicio, se implementó en la finca un sistema de producción ecológica y se han realizado ensayos para diversificar la producción de la finca, contándose actualmente con plantaciones de aguacate, banano y pacaya.

El proyecto colectivo esta conformado por 77 socios, el que les permite generar fuentes de trabajo y por ende, recursos económicos para los socios despedidos de las fincas a través de la producción de café.

Asimismo, es administrado por una Junta Coordinadora electa en Asamblea General de Socios, la cual se encarga de ejecutar los procesos productivos, comerciales y organizativos.

En 1993 se organizó un grupo de mujeres (viudas, esposas y jóvenes campesinas) del municipio con el objetivo de buscar alternativas de trabajo, por lo que se implementó un Proyecto de Café Tostado y Molido.

Actualmente, participan veintidós mujeres, las cuales establecieron una Junta Directiva y entre sus logros están la obtención un financiamiento para construcción de un local y compra de maquinaria para procesar café, el que se comercializa en la ciudad capital y Quetzaltenango, con el apoyo del Centro de Capacitación e Investigación Campesina.

e) Asociación Para el Desarrollo de Mercedes Colomba, -APADIMEC-

Está ubicada en el la Comunidad Agraria Las Mercedes, Colomba, Quetzaltenango. La comunidad fue fundada en 1981 como fruto de la indemnización de los mozos colonos de la Finca Nacional Las Mercedes.

En 1992 se estableció APADIMEC como una alternativa de organización de los productores de café. De los 520 productores que conforman la comunidad, 62 están asociados.

Los objetivos de la asociación son generar procesos de desarrollo organizativo, administrativo y económico a través de la gestión de proyectos en aspectos de salud, educación, producción y comercialización de café.

El sistema de producción es natural con pocas aplicaciones de fertilizantes, principalmente por la falta de recursos económicos y de un plan de manejo de la producción. Además del café, también se produce banano, el cual se comercializa individualmente.

La tenencia de la tierra es individual, contando cada socio con una parcela para la producción. El procesamiento y la comercialización se realizan en

forma conjunta, en la actualidad, se está gestionando la instalación de un beneficio húmedo propio y resolver así el problema de utilización de la infraestructura existente.

La asociación también cuenta con un grupo de mujeres socias, las cuales participan en cargos directivos y en proyectos educativos y productivos propios.

f) Asociación de Pequeños Caficultores Orgánicos Mayas Mames, - APECAFORM-

La organización está conformada por pequeños productores de café de 24 comunidades del municipio de Tajumulco, departamento de San Marcos. La organización se formó en 1992 como una necesidad de alternativas de desarrollo para la comunidad, la cual estaba militarizada, vivían en pobreza extrema y con un ausentismo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

La organización cuenta actualmente con 366 socios que conforman la Asamblea General de Socios y es administrada por una Junta Directiva y varias Comisiones, contando con el apoyo del Programa de Capacitación Campesina de la Diócesis de San Marcos.

El sistema de producción utilizado es el de la agricultura ecológica al usarse insumos locales como la elaboración de compuestos, extractos vegetales y un programa de renovación de las plantaciones y prácticas de conservación de suelos; dejando de utilizarse desde hace cinco años algún tipo de agroquímicos.

La transformación del café se hace en forma individual, mientras que la comercialización se hace en forma colectiva. Actualmente, se está

gestionando la instalación de dos beneficios húmedos para homogeneizar el proceso de transformación.

Además del café, la asociación produce maíz, frijol y tomate, los cuales lo consumen y comercializan en forma individual.

La organización también cuenta con un Grupo de Mujeres con su propia Junta Directiva, las cuales procesan el café tostado y molido; lo comercializan con el apoyo del Programa de Capacitación Campesina de San Marcos.

g) Asociación de Productores Orgánicos de Café de Sololá -APOCS-

La Asociación de Productores Orgánicos de Café de Sololá, fue admitida como socio en Manos Campesinas en septiembre de 2000. Está conformada por 312 asociados, ubicados en las comunidades al sur del Lago de Atitlán, desde San Lucas Tolimán (este) y Santiago Atitlán (sur) hasta Santa María Visitación (oeste).

Desde hace 10 años, la mayoría de las comunidades se organizaron, recibiendo apoyo financiero y asistencia técnica de parte de ONG's nacionales e internacionales, como Asies y Vivamos Mejor.

Los productores se dedican a la producción de banano y de café (el que podría ser certificado orgánicamente durante las próximas cosechas). Al mismo tiempo, se han adquirido 4 beneficios húmedos ecológicos, por lo cual la organización tendrá la capacidad de procesar el café a pergamino.

Anteriormente, sólo se comercializaba café en uva y a partir de la cosecha 2000-2001, se principio a exportar café de Apocs a Holanda y para el 2003 llegó al mercado estadounidense.

h) Unión de Cooperativas y Asociaciones de Productores Ecológicos Marquenses –UCAPEM-

Manos Campesinas admitió como socio a la Unión de Cooperativas y Asociaciones de Productores Ecológicos Marquenses, (UCAPEM), en mayo de 2003. Esta organización esta integrada por 140 asociados, ubicados en varias comunidades de los municipios de San Pablo y San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos.

Las cuatro cooperativas que conforman Ucapem, está conformada por organizaciones de jóvenes y cuentan con el respaldo de apoyo de la empresa consultora Copader/Conser.

La altura de las parcelas se encuentra entre 1,000 y 1,500 m.s.n.m y una buena parte del café es certificado por Mayacert.

3.6 Proceso para Obtención del Sello El Comercio Justo en Manos Campesinas

Para la obtención de la certificación sello Comercio Justo, las organizaciones de pequeños productores cumplieron con los criterios solicitados por FLO Internacional. A continuación se describen los criterios, los procesos y las obligaciones para la certificación.

Cuadro No. 5. Criterios, procesos, beneficios y obligaciones de la certificación

Criterio de ingreso	Procedimiento de ingreso	Beneficios	Obligaciones
Pequeños Productores Organización democráticamente controlada por sus miembros Transparencia administrativa Posibilidad de Exportación No Discriminación Transparencia en uso del premio FLO Desarrollo Sostenible	Solicitud Cuestionario Visita monitor Información adicional Reunión FLO Registro provisional 2 años Registro formal	Precio mínimo US\$1.21/lb US\$1.36/lb Premio Social US\$0.05/lb Prestinanciamiento Contacto y negociación directos con compradores = mayor transparencia en sus negocios Relaciones directas con compradores	Rendir informes anuales Garantizar transparencia en sus negocios Recibir personeros de FLO Cumplir Criterios

Fuente: Organización Manos Campesinas

Cuadro No. 6. Distribución de las Ventas

Tipo/Año:	1997/1998	1998/1999	1999/2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003
Convencional-Fairtrade:	375qq	1,500 Qq	1,125 qq.	1,500 qq.	2,655 qq.	2,655 qq.
Organic-Fair-trade:		qq.	1,125 qq.	1,965 qq.	2,280 qq.	3,375 qq.
Total:	375qq	1,500 qq.	2,250 qq.	3,465 qq.	4,867 qq.	6,030 qq

Fuente: Organización Manos Campesinas

Cuadro No. 7. Calculo Precio Exportación vrs Productor

	FLO Convencional (\$)	FLO Orgánico (\$)	Bolsa Nueva York (\$)
Precio	126.00	141.00	65.00
Costo exportación	(17.00)	(17.00)	(12.00)
	109.00	124.00	53.00
Conversión oro / pergamino			
1.28	85.16	96.88	41.41
Tipo de cambio			
8.00	681.25	775.00	331.25
Gastos internos			
Interés prefinanciamiento	(19.56)	(19.56)	
Flete	(25.20)	(25.20)	
	636.49	730.24	
Capitalización M.C.			
6.00%	(60.48)	(67.68)	
RECIBE ORGANIZACIÓN	576.01	662.56	331.25
Premio FLO (US\$ 5.00)	(31.25)	(31.25)	
Costos de beneficiado	(25.00)	(25.00)	(25.00)
RECIBE PRODUCTOR	519.76	606.31	306.25

Fuente: Organización de Manos Campesinas

IV. CONCLUSIONES

El Comercio Justo se plantea el reto de enfrentar y trabajar para cambiar las reglas, prácticas y políticas en torno al comercio internacional convencional.

Se puede mencionar que uno de los principales resultados de la presente investigación, es bajo la óptica que se vea que existe una debilidad marcada de las reglas del juego en la comercialización de países de norte frente a países del sur. No se pueden negar los intereses de los países desarrollados, quienes mediante políticas neoliberales están provocando sucesivas crisis y un desarrollo desigual e injusto fruto de unas relaciones de intercambio diseñadas a la medida de sus propios intereses, que se protege con barreras arancelarias a la vez que se dedica a extraer materias primas del Sur a bajo precio.

Por esas medidas desiguales surgen movimientos sociales que buscan equidad en derechos y obligaciones en el ámbito comercial, fomentando el Comercio Justo. Dichos movimientos han evolucionado, de tal manera que han podido establecerse como redes de organizaciones internacionales que certifican, compran y distribuyen productos producidos por pequeños productores campesinos de países en desarrollo; bajo criterios previamente establecidos de control de calidad y condiciones sociales. Ello brindará beneficios económicos a las poblaciones de las regiones que son parte de la red.

Por más de 40 años el movimiento Comercio Justo ha demostrado que el comercio puede contribuir en forma significativa y sostenible al mejoramiento de las vidas de los productores y trabajadores, al mismo tiempo que protege los recursos naturales y el medio ambiente, porque implica pagar un precio más alto por los productos agrícolas, como el café, banano, miel y cacao, en relación con los precios de la bolsa de Nueva Cork, con el requisito de que los productores, por su parte, paguen precios y salarios más justos, para ser equitativos con los pequeños productores.

De esa manera salen favorecidos cientos de miles de productores de pequeña escala y trabajadores de plantaciones y fábricas, así como miles de compañías de minoristas.

Se confirmó que el Comercio Justo si puede ser un sistema de intercambio comercial que facilite al pequeño productor de los países en desarrollo obtener mayores ingresos. Como se describió anteriormente, las organizaciones internacionales que promueven el Comercio Justo (fairtrade) sustentan su filosofía mejorar las condiciones de vida y bienestar de los pequeños productores a través de mejorar su acceso al mercado, fortalecer su organización y pagar un mejor precio garantizando continuidad de la relación comercial.

Se determinó que el Comercio Justo va en crecimiento. En Guatemala existen veintitrés organizaciones certificadas con el sello Fair Labelling Organization (FLO) Comercio Justo, que han recibido beneficios directos. La asociación Manos Campesinas que aglomera a aproximadamente ocho organizaciones de pequeños productores, brindó información para la presente investigación con lo cual se pudo determinar que es posible una recuperación económica buscando medidas alternativas al comercio tradicional.

El Comercio Justo controla la relación comercial eso contribuye a que se cumplan con las reglas, tanto productores como compradores. Se confirma que el Comercio Justo es accesible para pequeños productores.

Se identificó el sistema de Comercio Justo como un sistema que puede contribuir a minimizar la brecha de desigualdad comercial imperante en el mundo, bajo medidas comerciales justas que otorguen al campesino el pago que se merece por la calidad del producto y las condiciones del proceso.

El Comercio Justo apoya a las organizaciones de pequeños productores en el fortalecimiento organizacional, democracia interna y la transparencia.

Adicionalmente, se validó que el sistema de comercialización mediante el sistema de Comercio Justo brinda oportunidad a los pequeños productores acceder al mercado colocándolo directamente con el comprador final.

Como cualquier economía nacional, la integración económica global puede ser fuente de prosperidad compartida y reducción de la pobreza, o fuente de exclusión y desigualdad creciente. Bien manejado, el sistema internacional de comercio puede liberar a millones de personas de la pobreza. Mal manejado, dejará economías enteras en una marginación aún mayor. Igual ocurre en los contextos nacionales. Un buen gobierno puede hacer que el comercio genere beneficios para los pobres. Un mal gobierno puede hacer que les perjudique

La mayor parte de los pequeños productores ha tenido malas experiencias con intermediarios que hacen pedidos y nunca compran el producto acabado o que se niegan a pagar el precio convenido. La estabilidad de la producción y, por tanto, de los ingresos y la garantía de una relación a largo plazo es la mayor ventaja para los productores y les permite planificar algo su porvenir. Estas garantías adicionales de Comercio Justo hacen que muchos productores permanezcan fieles a su cooperativa aún cuando los precios suben y los intermediarios les ofrecen precios más altos que ésta. Saben que, cuando el café vuelva a caer, no podrán contar con que los intermediarios o los especuladores les echen una mano.

Es un sector clave para el desarrollo de oportunidades para mujeres rurales y para que los niños tengan la oportunidad de ir a la escuela y no trabajar a temprana edad con los padres en el campo.

Es indudable que las ventajas para los productores son muchas y de diversa índole. En primer lugar, tienen un acceso directo a un mercado que no habría sido posible en otras circunstancias. Al tener acceso directo al mercado europeo de Comercio Justo, los productores suelen también encontrar salidas en el comercio tradicional gracias a las ferias donde exponen o a visitas a los negociantes tradicionales. El Comercio Justo fomenta mucho esta práctica para evitar que los productores dependan demasiado de su sistema. Se garantiza un precio justo a los productores, que deciden cómo repartir la prima pagada por el Comercio Justo en función de los intereses de la comunidad. Muchos invierten para mejorar el producto, para mejorar la capacidad financiera, técnica o administrativa de su organización, para mejorar explotaciones o edificios. Otros dedican la prima a la educación, salud, vivienda, asuntos sociales, etc. A veces, cuando los precios son especialmente bajos, la prima es el elemento que permite a la familia del productor evitar el hambre o el éxodo rural. La mayor parte de los productores venden tan sólo una pequeña parte de su producción al Comercio Justo. El resto se vende en el mercado tradicional según las condiciones de éste. Sin embargo, el simple hecho de que una parte de la producción, por pequeña que sea, se pague a un precio más alto, tiene frecuentemente un efecto dominó en el resto de la producción. La parte comprada a buen precio por las organizaciones de Comercio Justo reduce el volumen de productos disponibles y obliga a los intermediarios a ofrecer precios más altos para obtener las cantidades que quieren. Este efecto se ha verificado con la miel en el estado de Chiapas (México), las nueces de Brasil en Perú, el cacao en Bolivia, el té en Zimbabwe, etc. Esto quiere decir que no sólo los productores que tienen la suerte de vender su producción al Comercio Justo obtienen precios más altos sino que los demás, igual de marginados, también se benefician de la existencia del Comercio Justo.

Producir para el Comercio Justo supone también otras ventajas. Así, muchas organizaciones de Comercio Justo ofrecen ayuda a los productores en formación en métodos de producción, investigación para desarrollar alimentos orgánicos o

textiles y artesanías que preservan el medio ambiente o, finalmente, asesoramiento en materia financiera o administrativa, etc.

En Guatemala, las organizaciones de pequeños productores certificados han experimentado el aporte tanto financiero como de asesoría técnica que se brinda para mejorar la producción y cumplir con los compromisos de cosecha. Uno de los ejemplos de apertura a oportunidades es Manos Campesinas quienes lograron una donación en asesoría técnica del Banco Interamericano de Desarrollo – BID en el 2004, esos fondos apoyan la capacitación para mejorar y mantener la calidad del café producido por los socios así como aumentar el volumen de café con certificación de comercio justo.

A través de las exportaciones al Comercio Justo en los últimos años, los asociados de Manos Campesinas han obtenido varios beneficios. Entre ellos se pueden mencionar la disminución de la emigración hacia México y Estados Unidos, la introducción de energía eléctrica y/o agua entubada en algunas comunidades, la compra de terrenos para la construcción de beneficios húmedos, el mejoramiento y reparación de beneficios húmedos, el mejoramiento y el pago de la red de promotores agrícolas internos de las organizaciones afiliadas. Beneficios adicionales como fortalecimiento al tema de educación para los niños y la oportunidad de acceso al trabajo por parte de las mujeres de las comunidades.

El comercio mundial podría ser un poderoso instrumento de reducción de la pobreza, muchas personas pobres mejorarían su situación si pudieran vender sus productos a los países ricos a precios justos.

V. RECOMENDACIONES

- Es urgente propiciar **estrategias sociales** que busquen brindar a la población guatemalteca educación, empleo y protección social. En Guatemala intervienen organizaciones internacionales de cooperación a donde las organizaciones de pequeños productores pueden avocarse para requerir **información sobre financiamientos** con el propósito de incrementar sus cultivos y realizar los procesos para la certificación. Además, de requerir apoyo técnico y financiero para fomentar programas productivos.
- Se requiere de una **estrategia diferenciada y de diversificación**, con ello proponer una política pública de apoyo a las organizaciones de pequeños productores con el fin de que puedan diversificar e incursionar en otros mercados.
- Crear un entorno institucional favorable al desarrollo de mercados justos en el país. Creando las condiciones para una integración justa y dinámica. Invertir en el **desarrollo de la producción socialmente sustentable**.
- Guatemala tiene un potencial en la agricultura, es necesario que tanto el gobierno y sector privado **doten de las herramientas necesarias** a los pequeños productores del país a insertarse en el sistema comercial y al proceso de certificación de Comercio Justo y orgánico con el fin de que puedan posteriormente comercializar sus productos directamente con el comprador y no mediante intermediarios quienes se quedan con la mayor parte de las ganancias.

-
- La transformación de las estructuras productivas debe ser una prioridad para el país. Fomentar estrategias de diversificación, la provisión de servicios de **infraestructura de calidad y capacidad tecnológica**.
 - Es necesario un amplio esfuerzo de **información y capacitación** sobre el comercio justo y sus requerimientos. Este esfuerzo debería ser dirigido principalmente a las organizaciones de productores, pero instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales podrían también beneficiarse de esta información, pero crear las mejores sinergias posibles.
 - **Divulgar el sistema de Comercio Justo** a nivel nacional que informen los beneficios y las responsabilidades para que muchas organizaciones puedan gozar al formar parte del mercado alternativo. Creando una **campaña de información** sobre qué es, cómo funciona, qué organizaciones participan y cuáles son los requisitos y beneficios.
 - Implementar programas de crédito favoreciendo los mercados justos.
 - Asegurar a los pequeños productores el **acceso a la tierra**, como medio de producción.
 - Las instituciones que proporcionan **asistencia técnica, capacitación y asesoría** deberían informarse y luego informar a los pequeños productores sobre las realidades y las exigencias del comercio justo.
 - Hay sin embargo un hecho sorprendente: para muchos productores, el aspecto más importante del Comercio Justo no es el precio justo, sino la prefinanciación, si fuera necesario, de los pedidos que les aseguran las organizaciones de Comercio Justo. Esta ventaja es crucial para los pequeños productores porque así pueden comprar los materiales

necesarios para la producción y sobrevivir hasta la cosecha sin tener que acudir a un usurero y caer en el círculo vicioso del endeudamiento. Del mismo modo, el pago garantizado es muy importante que se haga por adelantado o inmediatamente a la entrega del producto. La mayor parte de los pequeños productores ha tenido malas experiencias con intermediarios que hacen pedidos y nunca compran el producto acabado o que se niegan a pagar el precio convenido. La estabilidad de la producción y, por tanto, de los ingresos y la garantía de una relación a largo plazo es la mayor ventaja para los productores y les permite planificar algo su porvenir. Estas garantías adicionales de Comercio Justo hacen que muchos productores permanezcan fieles a su cooperativa aun cuando los precios suben y los intermediarios les ofrecen precios más altos que ésta. Saben que, cuando el café vuelva a caer, no podrán contar con que los intermediarios o los especuladores les echen una mano.

- Producir para el Comercio Justo supone también otras ventajas. Así, muchas organizaciones de Comercio Justo ofrecen ayuda a los productores. Este **apoyo puede ser técnico**, como es el caso de los especialistas en moda que ayudan a los productores para que puedan seguir las modas europeas. También puede tratarse de formación en **métodos de producción**, investigación para desarrollar alimentos orgánicos o textiles y artesanías que preservan el medio ambiente o, finalmente, asesoramiento en materia financiera o administrativa, etc. Además, muchas organizaciones de Comercio Justo también conceden préstamos (en lugar de donaciones, para no desvirtuar la relación comercial) para que los productores puedan aumentar su producción. Con este aumento, hace falta **más inversión y más circulante**. Como los pagos adelantados no suelen bastar para esto y puesto que los bancos no quieren dejar dinero a los productores marginados que son “malos riesgos”, las organizaciones de Comercio Justo prestan su apoyo. La

relación personal a largo plazo reduce los riesgos de falta de pago y la posibilidad de devolución con productos hace el préstamo atractivo para ambas partes.

- Como parte de las recomendaciones finales se propone que las organizaciones internacionales que promueven el Comercio Justo y las organizaciones de pequeños productores divulguen las ventajas de comercializar por esta vía alternativa. Mediante de la elaboración de un Plan de comunicación estratégica que se dirija a dar a conocer el funcionamiento y beneficios del sistema.
- Fomentar un mercado que favorezca las relaciones justas y equilibradas entre productores y empresas. Apoyar las iniciativas no gubernamentales para un mercado justo, reconocimiento institucional de criterios y principios del comercio justo, investigación y circulación de la información y un entorno jurídico institucional favorable.

GLOSARIO DE SIGLAS

- ATO - Alternative Trade Organization
- CJ – Comercio Justo
- EFTA – European Fair Trade Association
- FINE – Flo, Ifat, News, Elta
- FLO – Fairtrade Labelling Organization
- FT – Fair Trade
- IFAT – International Federation for Alternative Trade
- IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements
- MC – Manos Campesinas
- MERCOSUR – Mercado Común del Sur: organización regional del espacio sudamericano constituida en virtud del Tratado de Asunción. Fue éste firmado el 26 de marzo de 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.
- NEWS – Network of European World Shops
- OCDE – Organización de cooperación y desarrollo económico
- OMC – Organización Mundial de Comercio
- PNUD – Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
- TLC – Tratado de Libre Comercio: acuerdo económico que establece la supresión gradual de aranceles, y de otras barreras al librecambio, en la mayoría de los productos fabricados o vendidos en América del Norte, así como la eliminación de barreras a la inversión internacional y la protección de los derechos de propiedad intelectual en dicho subcontinente, firmado principalmente por Estados Unidos de América, Canadá y México el 17 de diciembre de 1992
- UE – Unión Europea: Unión Europea (UE), organización supranacional del ámbito europeo dedicada a incrementar la integración económica y política y a reforzar la cooperación entre sus estados miembros. La Unión Europea nació el 1 de noviembre de 1993
- UNCTAD – United Nations Comisión for Trade and Development, Comisión de las Naciones Unidas para el Comercio y el desarrollo.

GLOSARIO DE TERMINOS

Acceso a Mercados

El acceso a mercados se da cuando se eliminan progresivamente los aranceles y las barreras no arancelarias, así como otras medidas de efecto equivalente, que restringen el comercio entre los países participantes.

Certificación

Proceso que inicia con la solicitud del grupo de productores, por lo que un inspector regional de FLO lleva a cabo una visita de supervisión de las fincas apropiadas en el país de origen. Luego, el inspector hará una recomendación a un comité de expertos en comercio si el grupo de productores cumple con los Estándares del Comercio Justo. En cuanto estén aprobados, la mayoría de los productores serán inspeccionados anualmente.

Comercio Internacional

Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

Comercio justo y desarrollo sustentable y justo

Los iniciadores del Comercio Justo inscriben su gestión dentro de una perspectiva de desarrollo conforme a la cual, más que proporcionar una ayuda financiera a los países del Sur se les proporciona los medios para que ellos mismos se desarrollen, conforme al principio "Comercio, no ayuda". Pero esta nueva forma de comercio no sólo busca un nuevo equilibrio monetario de la relación de precios del intercambio, sino que se propone también la

integración de los costos sociales y ambientales dentro del precio de los productos.

Comercio Mundial

"El Comercio es una actividad de intercambio y aproximación de bienes y servicios con propósito de lucro, entre países". La importancia que tiene el comercio mundial dentro del abanico de las actividades económicas es la relación del Producto Interno Bruto (PIB), de un país con sus exportaciones y/o importaciones.

Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo - UNCTAD

La Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), promueve el comercio internacional entre los países en diversas etapas de desarrollo y actualmente está conformado por 190 países miembros. Además, coordina el tratamiento integrado del desarrollo y temas afines en los sectores de comercio, finanzas, tecnología, inversión y desarrollo sostenible; busca ampliar las oportunidades de comercio, inversión y desarrollo en los países en desarrollo, ayudándolos a resolver los problemas derivados de la globalización y a integrarse en la economía global en igualdad de condiciones.

Crecimiento Económico

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas

gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento.

Empresa multinacional

Se definen las empresas multinacionales (firmas, conglomerados, corporaciones, transnacionales, etc.). “Un sistema de producción o prestación de servicios, integrado por unidades localizadas en distintos países, que responden a estrategias centralmente planificadas en una casa matriz cuyo control se basa prominentemente aunque no exclusivamente en la propiedad de todo o parte del capital de las subsidiarias, y que a su vez es poseída y gerencia da por ciudadanos del país donde tal matriz tiene su domicilio.”

Empresas Transnacionales

Una empresa transnacional es la empresa multinacional administrativa y poseída por personas de diferentes nacionales, razón por la cual sus decisiones trascienden la óptica nacional.

Intercambio Desigual

El intercambio desigual se establece cuando al llevarse acabo el intercambio de productos entre los países (los cuales no se producen o no se pueden producir en dichos países), aparece una diferencia de valor (precio superior) en la compraventa de los mismos.

Marcas del Comercio Justo

Las marcas del Comercio Justo formulan los principios del comercio alternativo bajo la forma de criterios que cualquier negociante puede aplicar y por cuyo cumplimiento pueden velar las organizaciones garantes. Estos criterios se determinan para cada producto o para cada grupo

	de productos. Gracias al registro de productores, las empresas pueden encontrar contrapartes potenciales en el Sur.
Organización de pequeños productores	El sector social de los pequeños productores asociados (Pa) es el otro grupo necesario del Comercio Justo, el cual se organizan en cooperativas, colectivos y asociaciones. Asimismo, están dando al capital una nueva dimensión social: son a la vez gestores y administradores de capital social, un capital compartido en colectivos, como decimos.
Organización Mundial de Comercio - OMC	La Organización Mundial del Comercio (OMC), es la institución internacional creada para promover y aplicar un libre comercio global, además supervisa las prácticas comerciales mundiales y juzga los litigios comerciales que los estados miembros le presentan.
Países del Norte y Países de Sur	Expresión que se emplea para designar a las relaciones internacionales entre los países industrializados y los países en vías de desarrollo del hemisferio Sur (también llamados países desarrollados o países en desarrollo).
Precio Justo	Es el precio que negocian los productores directamente con el productor y es siempre más elevado que el precio del mercado tradicional (de 10 a 60%, según los productos y las centrales de importación), garantizándose un precio mínimo sin tomar en cuenta del mercado.
Tiendas Solidarias	Son las tiendas especializadas en el comercio justo. A través de la venta, de la concienciación y de la acción política, intentan que el comercio mundial sea más justo.

BIBLIOGRAFÍA

- **Abarca, M. (1998)** Fair Trade Perspectiva in Dutch Markets: implications for producers in less Developer countries. Tesis de Maestría. Instituto de Estudios Sociales, La Haya
- **Álvarez Cantalapedra Santiago**, Comercio y economías periféricas: una aproximación a la Ronda Uruguay y al sector agroalimentario, Hegemonía y Orden Mundial
- **Barcos Jesús**, Agencia de Información Solidaria, Comercio Internacional: las Palabras y el Viento.
- **Bollen Jerónimo**, Manos Campesinas, Documento de apoyo a organizaciones asociadas a Manos Campesinas, 2003
- Cambiar Las Reglas, Comercio, globalización y lucha contra la pobreza, Oxfam 2001
- **Cardoso Fernando H y Faletto Edson** 1969 Dependencia y Desarrollo de América Latina siglo XXI, México.
- **CEPAL** 2002, Globalización y desarrollo, Síntesis
- **CEPAL**, Globalización y Desarrollo, 2002
- **CEPAL**, Panorama Social de América Latina, 2001 – 2002.
- **CEPAL**, Problemas Teóricos y Prácticos del Crecimiento Económico, Comisión Económica para América Latina, Santiago.
- **CIAT**, El Comercio Justo en Europa, 2000
- **Cordón Ileana**, Comercio Solidario para los Productos de la Microempresa
- **CRECER**, Diagnostico Empresarial y Estrategia de Mercadeo para café Mundo Verde, Noviembre 1999
- **Chakravarthi Raghavan**, Globalización provoca desarrollo desigual, Tercer Mundo Económico
- **De Sebastián Luís**, ESADE, Comercio Internacional: Efectos en las Economías del Sur
- **Encinas Luís**, El Retorno de la Compasión, Un obstáculo más en la lucha contra las desigualdades internacionales
- **Espino Alma y Azar Paola**, el comercio internacional: ¿una oportunidad para la equidad social y de género?, los procesos de integración y las políticas Comerciales

más Importantes para América Latina y del Caribe realizados y analizados incorporando criterios de género, diciembre 2001

- **European Fair Trade Association** , EFTA, Anuario de Comercio Justo, 1998 – 2000
- **European Fair Trade Association**, EFTA (1998) From Fair Trade to responsible consumption. The power of the citizens of Europe to change the conditions for North/South trade, Maastricht
- **FLO** Internacional, Una alternativa para pequeños productores, antecedentes de las Iniciativas de Comercio Equitativo
- **FLO**, Annual Review, 1999
- **FLO**, Annual Review, 2000
- **Furtado Celso**, Teoría y Política del Desarrollo Económico Capitulo XI, Las Formas Históricas del Desarrollo, y Subdesarrollo y Dependencias Externas, Siglo XXI, México, 1968-1972.
- **Hernández Fernández Pedro Dr.**, Comercio Justo y Pequeños Productores en Países
- **Hinojosa Martínez Luís**, Comercio Justo y Derechos Sociales, La Condicionalidad social en el comercio internacional.
- **IFAT**, Plan Estratégico 2001
- **Klee F.**, Figures on the Fair trade Sector in 16 European Countries, Maastricht
- **Krugman, P Y Obstfeld M.**, 1995: Economía Internacional: Teoría Política III Edición, Mc Graw-Hill
- **Naciones Unidas**: Anuario Estadístico de Comercio Internacional.
- **Ortegón espadas Julio Alfonso**, Desarrollo Desigual, Internacionalización del Capital y Regiones
- **Oxfam América**, Reporte Anual 1999
- **Oxfam Internacional**, Acaba con el Dumping, Como las ayudas agrarias de la Unión Europea minan los medios de vida del mundo en desarrollo.
- **Oxfam Internacional**, Comercio con Justicia, Cambiar las Reglas, Comercio, Globalización y lucha contra la pobreza
- **Oxfam International**, The Coffe Maket, 2000
- **Oxfam**, documento de posicionamiento, Encayados en Cancún, porque el fracaso de las conversaciones comerciales del a OMC representan una amenaza para la gente más pobre del mundo.
- **PNUD**, Human Development Report, Nueva York, 1999

-
- **PNUD**, Human development report, Nueva York, 2001
 - **PNUD**, Informe Sobre Desarrollo Humano, 2002
 - **Porot Vèronique**, EFTA, Informe anual, 2001
 - **Rui Mauro Marini**, Dialéctica de la Dependencia, El Secreto del Intercambio es Igual, edit ERA, México 1991
 - **UNCTAD**, Informe sobre los Países Menos Avanzados 1999, Nueva York y Ginebra (1999).

Páginas Web

- Barreras Comerciales del Desarrollo www.eumed.net/cursecon18/dependencia.htm
- Certificación Comercio Justo (FAIRTRADE) para Productos Agrícolas, <http://www.fairtrade.net>
- Comercio justo, www.comercioconjusticia.com
- Comercio mundial, www.monografias.com
- **Chávez José Emilio**, Intercambio Desigual, Divisas y Deuda externa: Su rol en las desigualdad y la Pobreza Mundial, septiembre 2002, www.rebellion.org
- **Dallanegra Pedraza, Luis**, Globalizo y Políticas neoliberales: actualidad y perspectivas para América Latina www.opinar.net/2000/n3/igyo01.htm
- El Comercio Internacional y la Teorías Económicas, www.ucm.es/BUCM/cee/doc/03010050.htm
- El GAT y La OMC www.euned.net
- En desarrollo, 2000, www.infoagro.go.cr/prognac/RaicesyTuberc/comerjusto.html
- Equal Exchange (1998) <http://equalexchange.com/>
- Equal Exchange, www.equalexchange.com
- Fairtrade, www.fairtrade.org
- Fairtrade, www.fairtradelabelling.org
- **Frente de Solidaridad**, Una Alternativa Viable para Pequeños Productores, www.prodiveristas.bioetica.org
- **Hirschman Albert**, Auge y Ocaso de la Teoría Económica del Desarrollo, www.lafaco.com
- <http://www.tenthousandvillages.com>

-
- IFAT, www.ifat.org
 - IFOAM, www.ifoam.org
 - Las Teorías de la Dependencia, www.geocities.com
 - **Martínez Sánchez Manuel**, Acerca de las Teorías del Comercio Internacional, <http://laberinto.uma.es/lab/4/lab/4/ArtA7JMMatinez.htm>
 - Max Havelaar Foundation, www.maxhavelaar.nl
 - **Montoya Martinelli Humberto**, La Moderna Globalización: Un imperialismo excluyente. www.boards1.melodysoft.com
 - **Offenheiser Raymond C., y Fiorito Barbara**, Oxfam America, Reporte Anual 2002, www.oxfamamerica.org
 - **Oxfam internacional**, comercio con justicia para las ameritas, www.oxfam.org
 - **Oxfam international**, Análisis del impacto que tendría en la economía española el acceso libre para todos los productos de los países menos adelantados, www.oxfam.org.uk/policy.html
 - **Oxfam**, Comercio justo, Es Hora de Conseguir un Comercio con Justicia en 2003, www.comercioconjusticia.com
 - Oxfam, www.comercioconjusticias.com
 - Oxfam, www.oxfam.org.uk
 - **Peña Orlando**, Comercio internacional, www.monografias.com
 - **Porter Michael**, Teoría de Porter del Comercio Internacional, www.aulafacil.com/marketinginternacional/lecc-2ihtm
 - **Porter Michael**, Teoría de Porter del Comercio Internacional, www.aulafacil.com/marketinginternacional/lecc-2ihtm
 - **Revista Informativa Bimensual**, dirigida a afiliadas, organizaciones de Productores, Organismos Cooperantes y Solidarios, Quien es el Comercio Justo Numero 16, Marzo 2002, revista@frentesolidario.org.
 - **Rivero Adolfo**, Las teorías sobre el imperialismo, www.neoliberalismo.com
 - **Tiemelonla Nich KLum**, Primer encuentro Internacional de Campesino a Campesino sobre Certificación Orgánica y Mercados Alternativos de Café, 1997, www.laneta.apc.org/nexsys/memoria/memcma7.htm
 - **Twin Trading**, Fair Trade: A Rouge Guide for business, 1999
 - www.frentesolidario.org
 - www.neoliberalismo.com
 - www.yk.rim.or.jp/ngo/