

Septiembre 2003

Carta Abierta Sobre Comercio Justo A Los Gobiernos

En esta ocasión de la reunión ministerial de la OMC en Cancún nosotros, miembros del movimiento internacional de Comercio Justo, presentamos ante los gobiernos e instituciones internacionales las siguientes propuestas específicas, las cuales esperamos contribuyan a la diseminación del comercio justo y la promoción de un sistema internacional de comercio que contribuya efectivamente a reducir la pobreza y al desarrollo sustentable.

Introducción del comercio justo

El comercio justo tiene más de cuarenta años que muestra que el comercio puede, de manera sustentable y significativa, contribuir a mejorar las condiciones de vida de las y los productores y trabajadores, al tiempo que protege los recursos naturales y el medioambiente. Con un comienzo modesto hemos logrado desarrollar una red mundial donde convergen miles de grupos de pequeños productores, empresas comercializadoras y organizaciones certificadoras de productos; todas ellas y ellos en un sistema de comercio organizado que llega a decenas de millones de consumidores.

El comercio justo es una relación comercial que se basa en la transparencia, diálogo y respeto; que busca incrementar la equidad en el comercio internacional. Él contribuye al desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones así como asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados -especialmente en el sur. Organizaciones de comercio justo (con el respaldo de los consumidores), involucradas activamente en el apoyo a productores, fortalecen la conciencia y hacen campañas para cambios en las normas y práctica de comercio internacional convencional.¹

Estimamos que más de 5 millones de productoras y productores de 40 países de América Latina, África y Asia reciben los beneficios de una relación de comercio justo. Más de 200 empresas de comercio justo y organizaciones de productores participan en la Federación Internacional de Comercio Alternativo (*International Federation for Alternative Trade*, IFAT). Las *Fair Trade Labeling Organizations* (FLO) representan a 17 organizaciones certificadoras de comercio justo nacionales en Estados Unidos, Canadá, Suiza, Europa y Japón.

En 2002, las ventas de productos del comercio justo en el mundo² han sido estimadas en más de 400 millones de dólares y su mercado se expande rápidamente. Ese mismo año, las ventas internacionales crecieron con promedio de 21.2%, y, más de 100% en Austria, Francia y Noruega. La venta de café certificado como producto del comercio justo se incrementó 46% en Estados Unidos, mientras que en general el comercio justo creció 30% en Suiza, Canadá y el Reino Unido.

Productores, consumidores y comercializadores son piezas clave para el éxito del comercio justo, no obstante, los gobiernos y las instituciones internacionales desempeñan un papel crítico.

Apoyar el desarrollo sustentable y contribuir a la reducción de la pobreza a través del comercio justo

Hacemos un llamado a los gobiernos y las instituciones internacionales, así como a la sociedad civil y las empresas, para que incrementen su apoyo decidido e inversión en el comercio justo.

Muchos gobiernos nacionales junto con la Unión Europea apoyan al comercio justo y su certificación, lo cual sin duda agradecemos. No obstante, ahora más que nunca, hacemos un llamado a los gobiernos para que

¹ Definición de Comercio Justo creado por FINE: FLO-I (Organizaciones Internacionales de Certificación de Comercio Justo), IFAT (Federación Internacional para el Comercio Alternativo), NEWS! Red de Tiendas Mundiales de Europa, EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo).

² Estadísticas de FLO (Organizaciones Internacionales de Certificación de Comercio Justo)

instrumenten iniciativas de política favorables al comercio justo y negocien acuerdos comerciales que permitan el crecimiento y no el bloqueo del sistema de comercio justo.

La promoción del comercio justo no debe ser una excusa para eludir reformas políticas amplias que aborden las desigualdades estructurales en el comercio. El comercio justo es modelo para un sistema de comercio más equitativo; alentamos a los políticos para que tengan el arrojo de darle a los pueblos del Sur una oportunidad justa para alcanzar el desarrollo a través del comercio.

RECOMENDACIONES DE POLÍTICA

1. Los gobiernos deben integrar de manera formal el apoyo al comercio justo en sus políticas nacionales de desarrollo y en sus programas de reducción de la pobreza. Las medidas deben incluir:

- Desarrollar y adoptar una política de comercio justo, basada en la definición de comercio justo que se encuentra en este documento, que quede integrada en los programas de la instancia gubernamental apropiada y en una posición *vis a vis* con organismos internacionales como el Banco Mundial, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Organización Mundial del Comercio;
- apoyar la creación de programas de garantía de crédito destinados a los productores a pequeña escala; dichos programas deben ir acompañados de servicios de apoyo empresarial para las organizaciones de productores;
- apoyar programas de certificación e investigación de los efectos que el comercio justo tiene en los países en desarrollo;
- apoyar campañas de difusión del comercio justo entre los consumidores para que estén más conscientes de su significado;
- alentar relaciones comerciales amplias entre comercio justo-industria.

2. Los gobiernos deben fomentar activamente la adopción de criterios de comercio justo en sus políticas de adquisición en los ámbitos nacional, regional y local, y en las agencias internacionales.

3. Recomendaciones específicas para la OMC

Las políticas comerciales no deben promover ni hacer valer la liberalización como una solución económica que mide a todos con el mismo rasero.

Las políticas comerciales deben hacerse de manera justa, transparente y democrática, buscando la participación plena de las empresas pequeñas y medianas y el sector agrícola en los países en desarrollo.

Las políticas comerciales deben fomentar un ambiente favorable al comercio justo que respete el derecho de productores y consumidores a participar sin restricciones en el comercio justo, para lo cual se podría, por ejemplo, acotar las compras preferenciales y alentar las preferencias voluntarias con base en PPM.

- La OMC debe hacer cumplir las reglas de comercio que prohíben el *dumping* en las exportaciones.
- Deben culminarse acuerdos sobre productos básicos que ayuden a que los agricultores reciban un precio justo, al tiempo que protejan a los consumidores y el medioambiente.
- Las reglas de comercio deben abordar y acotar el poder desmedido del mercado y las prácticas predatorias de los monopolios transnacionales en el sector de alimentos y agricultura.
- Los gobiernos deben preservar su prerrogativa a optar por políticas de adquisición sociales y pro-ambientales y rechazar cualquier propuesta que contraria.

- Deben reducirse las barreras arancelarias y no arancelarias al comercio, y así mejorar el acceso al mercado para los pequeños productores en los países en desarrollo. Cada etapa de dicho acceso debe vincularse con programas de desarrollo en distintas áreas entre las que se incluyan comercialización, determinación de precios, diseño del producto, aseguramiento de la calidad, cumplimiento con las normas de higiene y seguridad, y logística.
- Los gobiernos deben instrumentar evaluaciones de impacto social y ambiental previas a cualquier nuevo acuerdo comercial, poniendo especial atención a los efectos sociales, económicos, de género y ambientales.

Firmantes

IFAT (International Federation
of Alternative Trade)
Kath Anderson
Oxford, ENGLAND

Chaire Economie et
Humanisme (UQAM)
Rene Audet
Montreal, CANADA

Guelph International Resource
Centre
Bill Barrett
Guelph, CANADA

COMERCIO JUSTO
MEXICO
Mexico

Chaire Ecosystemes Versains
(UQAM)
Sophie-Anne Legendre
Montreal, CANADA

Ontario Worker Cooperative
Federation
Bill Barrett
Guelph, CANADA

FLO (Fair Trade Labelling
Organization)
Paola Ghillani
Bonn, GERMANY

Vancouver Fair Trade Coffee
Network
Michael Zelmer
Vancouver CANADA

Guelph Cooperative Council
Bill Barrett
Guelph, CANADA

NEWS (Network of European
World Shops)
Britta Coy
Brussels, BELGIUM

Fundación Espau
Maritza Parra
José Antonio Gómez
COLOMBIA

Ontario Council for
International Cooperation
Bill Barrett
Toronto, CANADA

IATP (Institute for Agriculture
and Trade Policy)
Mark Ritchie
Minneapolis, USA

Xochiquetzal, SA
Inez Villaseñor Salto
MÉXICO

Planet Bean, Inc.
Bill Barrett
Guelph, CANADA

EFTA (European Fair Trade
Association)
Masiano Iossa
Brussels, BELGIUM

Red Bioplaneta
Anne Toomey
Ana Valerie Mandri Rohen
MÉXICO

Carrefour Tuis-alonde
Robert Gignai
Quebec, CANADA

NAVDANYA
Vandana Shiva
INDIA

Commerce Equitable Oxfam
Dario Iezzoni
Montreal, CANADA

Dean's Beans Organic Coffee
Dean Cycon
USA

	ECUADOR	USA
WAGES (Women's Action to Gain Economic Security) Hilary Abell Oakland, CA USA	Arun Raste IRFT INDIA	Asociación de Magueyeros y Mezcaleros del Chilapan AC Albino Tlacotempa Zapoteco, Mexico
PEACE COFFEE Scott Patterson Minneapolis USA	Monequitable Caroline Marcel CANADA	ForestTrade Thomas Fricke Vermont, USA
Chocolate Matters Seth Petchers Washington, DC USA	DED Jose Nestor Rosales Ulriche Eckhardt HONDURAS	Martin Wagner Earthjustice California, USA
Cooperative Coffees Monica Firl Montreal CANADA	Mujeres de Maiz en Resistencia Ixim Antsetik Stzikos Swokoliz MÉXICO	Joining Hands Against Hunger, Carolyn Newcomb USA
Higher Grounds Trading Co. Chris Treter Leland, MI USA		Vicent Garcés Centro de Estdios Rurales y de Agricultura Internacional Spain
Organic Consumers Association Chris Treter Little Marais, MN USA	Sustainable Agriculture of Louisville Andrew Kang Bartlett USA	Oxfam-Wereldwinkels vzw Anke Hintjens Belgium
Interfaith Fair Trade Initiative Sarah Ford Baltimore, MD USA	Tierra Humana A.C. Sergio Ortiz Judson Cadena R.F. Cancún MÉXICO	Cesamch Sixto Bonilla, Mexico
Manufacturers Tubac Clothing Company Melissa Bodenhamer Alan Murray Tucson, AZ USA	El Barzon, A.C. Liliana Flores Benavides MÉXICO	CERTIMEX S.C. Taurino Reyes Mexico
Fair Trade Resource Network Jacqueline DeCarlo Washington, DC USA	Kuapa Kokoo, Abraham Appiah-Kubi, Ghana	Infact Kathryn Mulvey Boston, MA USA
Sinchi Sacha Catalina Sosa	Grupo de Estudios Ambientales AC, Catarina Illsley Granich Mexico	Centro de Investigación y Desarrollo Comunitario Maqui - Mañachi María Elena Valverde Ecuador
	Oikocredit Rev. Terry Provance,	Dutch National Association of World Shops. Herman van Beek
		Agricultural Missions, Inc Stephen Bartlett USA

Asociación CRECER
Ileana Cordón
Guatemala, Centro América

Oxfam International
Simon Ticehurst

Michel Egger
Swiss Coalition of
Development Organizations
Lausanne, Switzerland

Fair Trade Organisatie
The Netherlands
Stefan Durwael