

Prólogo. El Comercio Justo, un movimiento global con raíces locales

Giorgio Dal Fiume
Presidente de WFTO-Europa

7

PRÓLOGO

Tras más de 50 años de existencia, el Comercio Justo sigue consolidándose año tras año como un movimiento global presente en todo el mundo, desde Nueva Zelanda hasta Japón, desde Norteamérica hasta Europa, y, por supuesto, desde Asia hasta África y Latinoamérica. Un movimiento conjunto que reúne a actores e iniciativas diversas (organizaciones productoras, importadoras, de distribución y venta final), numerosos productos y un activo diálogo interno que busca reforzar la siempre complicada coherencia, ampliando y consolidando a diario nuevos contactos y relaciones. Y, lo más importante, que busca cada día aumentar sus impactos positivos, incrementando su mercado sin por ello perder su sólida coherencia con los criterios y objetivos que lo caracterizan. Metas pues que no se limitan a 'ganar más mercado para las y los productores y organizaciones de Comercio Justo', sino que persiguen un cambio social profundo tanto en el ámbito productivo como en el del consumo, mostrando así que es posible comerciar, hacer negocios y obtener ingresos sin necesidad de exprimir ni explotar a las personas ni al medioambiente.

Pero un movimiento tan extendido y articulado, en contacto diario a la vez que interpelado por el mundo empresarial, las administraciones públicas, los *mass media* o las y los consumidores, debe poder dar respuestas claras a preguntas tales como: ¿quién habla en nombre del Comercio Justo? ¿Quién lo representa? ¿Puede el Comercio Justo ser una respuesta también en tiempos de crisis económica, o no es más que un 'buen complemento' únicamente en y para las épocas de bonanza? Interrogantes estos que forman parte intrínseca del movimiento por un Comercio Justo, y que cada vez aparecen más recurrentemente. El Comercio Justo está actualmente centrado en encontrar soluciones a algunas problemáticas internas importantes: certificación, vínculos con la economía social y solidaria, cómo ampliar el mercado de la artesanía, etc. Todo esto en un contexto en el que, especialmente en Europa y en los países occidentales, la crisis económica internacional está provocando graves problemas para algunas organizaciones de Comercio Justo y, a partir de éstas, para el movimiento en su conjunto. Y, sin embargo, en mi opinión, el movimiento global del Comercio Justo puede estar orgulloso de lo que ha logrado en la última década, y no sólo por razones económicas.

Por un lado, y a pesar de encontrarnos inmersos en la peor crisis económica (para los países occidentales) desde la Segunda Guerra Mundial, el Comercio Justo sigue manteniendo su tendencia creciente, con un incremento aproximado de las ventas del 15% a nivel mundial entre 2009 y 2010. Por otro lado, el movimiento está cada vez más activo en lo que respecta al trabajo en red, la auto-regulación y la defensa

del sector a escala estatal, regional y mundial. Éste es el caso de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) y de otras plataformas estatales similares, así como, a nivel internacional, de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), actualmente la única red global capaz de representar y hablar en nombre del Comercio Justo desde la diversidad de actores que la componen (productores, importadoras, tiendas).

Estas entidades constituyen la verdadera voz del Comercio Justo y son las encargadas de representar y dotar al movimiento de cierta orientación estratégica desde la complejidad que le caracteriza. Por ejemplo, frente a la necesidad de incrementar la confianza en el Comercio Justo por parte de las y los consumidores e instituciones, estas plataformas y redes centran gran parte de su esfuerzo en ampliar y consolidar las relaciones entre el Comercio Justo y otros actores relevantes en los ámbitos político, educativo e institucional. Esta visión estratégica, trabajo en red y colaboración con otros ámbitos y actores que caracterizan a estas plataformas, entre ellas la CECJ, representa, en mi opinión, la principal motivación para lanzarnos de lleno a la lectura de este Informe anual, la principal y más representativa publicación del Comercio Justo español, de su realidad y principales actividades.

Tras décadas dedicadas a consolidar el movimiento y a mostrar que el Comercio Justo no es un sueño, sino una alternativa concreta para un mundo mejor, y después de muchos estudios e investigaciones independientes elaboradas por universidades y difundidas por medios de comunicación (una especie de “certificación pública” de cara a los consumidores y a las instituciones locales y globales), el evidente impacto positivo de esta forma alternativa de comerciar para las regiones más empobrecidas del mundo es reconocida por múltiples instituciones internacionales, empezando por la Comisión y el Parlamento Europeos. WFTO y Fairtrade International estiman que 1,2 millones de productores trabajan y comercian actualmente con criterios justos, lo que arroja una cifra total de aproximadamente 30 millones de personas que se ven beneficiadas directa e indirectamente por los efectos del Comercio Justo, un sector que mueve hoy en día 5.000 millones de euros.

Estos datos deberían ayudarnos a no olvidar que el Comercio Justo es ante todo un asunto económico desarrollado por actores económicos. Aunque adopten formas asociativas, cooperativas o de cualquier otro tipo, estas organizaciones son emprendedores sociales que llevan a cabo una actividad económica. Así pues, ni se trata de caridad, ni sus objetivos se limitan simplemente a aumentar su cuota de mercado. El Comercio Justo nació y sigue trabajando hoy con un objetivo más ambicioso: cambiar las reglas económicas y los comportamientos sociales en favor de la justicia económica y de un modelo de producción y consumo más sostenible. De ahí que la visión estratégica del movimiento no se restrinja a la venta de productos (por mucho que esta actividad sea prioritaria, especialmente en momentos de crisis como el actual, dado que la calidad de vida de las y los productores depende en gran medida de la evolución de estas ventas), sino que se dirija también a incidir en las pautas de consumo responsable de la sociedad y en las políticas públicas.

La consecuencia de esta complejidad es evidente: el Comercio Justo aparece y se propone a sí mismo como un caso concreto que muestra la posibilidad de imaginar y aplicar una salida alternativa a la actual crisis económica. Una salida que no sacrifique los derechos sociales y laborales ni el medioambiente a favor de las ‘reglas del mercado’. Una salida alternativa a la que se está planteando desde nuestros Parlamentos e instituciones.

Al contrario, el Comercio Justo muestra que una batería de criterios y derechos sociales y laborales destinados a defender el bienestar social y a evitar competencias desleales desde el mercado constituye una posibilidad y una oportunidad concreta y real de aprovechar la actual 'crisis' para cambiar la realidad económica y comercial en la que vivimos. ¿Imposible? Recientemente la UNCTAD (Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) hacía un llamamiento para adoptar conjuntamente normas y reglas tales como asegurar precios asequibles para los productos básicos que eviten que la competencia y las dinámicas de mercado pudiesen situar los salarios por debajo del mínimo de subsistencia. ¡Eso se llama Comercio Justo!

Igualmente, el problema del cambio climático persiste, peor incluso que antes, recordándonos constantemente que este sistema económico no tiene futuro si no se llevan a cabo urgentemente cambios profundos. Cambios como desarrollar y aplicar un conjunto de normas vinculantes, de principios comunes a escala mundial, un sistema de 'incentivos y castigos económicos', o establecer un 'control social' efectivo sobre la producción industrial y el comercio internacional. ¿Quién es 'realista' y quién el 'soñador'?

Muchas veces nos puede dar la impresión de que el mundo, nuestros mundos en sus distintos ámbitos locales y globales son inmutables, que ninguno tenemos suficiente poder para corregir lo que está mal a nivel económico y social. Creo que este Informe anual que ahora tenemos entre manos es la mejor manera de mostrar que esto no es así. En él se recogen ejemplos de aquello que sí se hace para cambiar la situación actual, de los enormes desafíos a los que nos enfrentamos, de las iniciativas llevadas a cabo para hacerles frente exitosamente, de algunas metas que aún tenemos pendientes de alcanzar tanto quienes trabajamos en el Comercio Justo como todas aquellas personas que luchan por un mundo mejor.

Y este Informe también nos ayuda a tener presentes, a que formen parte de nosotros y de nuestra cotidianidad las voces, las necesidades y las esperanzas de esa otra parte de la población mundial. Esa parte que normalmente vemos desde la distancia, únicamente bajo su condición de migrantes, de refugiados o simplemente de personas que se desplazan de un país a otro (y muchas veces "a cualquiera que no sea el nuestro"...). Personas en gran medida representadas en la figura de las y los pequeños productores y trabajadores empobrecidos y sin voz, en las miles de organizaciones de base que constituyen los verdaderos cimientos del Comercio Justo, pero cuya realidad casi nunca se visibiliza ni escucha aquí en nuestro 'primer mundo'.