

Políticas públicas sobre Comercio Justo

por **Veselina Vasileva y Didier Reynaud**
Diciembre de 2021 (1.a revisión)

Encomendado por



Con el apoyo económico de



Fondation Charles Léopold Mayer
pour le Progrès de l'Homme

Resumen ejecutivo

Si ha levantado castillos en el aire, su trabajo no necesariamente se perderá; allí es donde tienen que estar. Ahora, construya los cimientos.

H.D. Thoreau

Las políticas públicas sobre Comercio Justo tienen un gran potencial cuando se trata de impulsar la adopción del Comercio Justo. Hasta ahora, no se ha consolidado sistemáticamente información sobre políticas públicas de Comercio Justo que sean propicias. El presente estudio, tendiente a subsanar esa carencia, da el primer paso hacia la obtención de un panorama integral de las políticas públicas sobre Comercio Justo actuales y pasadas, como también de los campos de políticas afines.

El estudio, realizado entre octubre de 2020 y marzo de 2021, analiza de qué manera las políticas públicas sobre Comercio Justo pueden abrir a los productores de Comercio Justo el acceso a los mercados, apoyar a las empresas de Comercio Justo, y lograr que los principios y las redes de Comercio Justo tengan un mayor reconocimiento de los gobiernos. El informe introduce una clasificación en cuatro tipos de políticas públicas sobre Comercio Justo y campos de políticas afines. Durante la primera fase de la investigación, se examinaron 23 casos de países; el examen mostró a las claras que en la mayoría de los países hay leyes, como también marcos, programas e iniciativas de apoyo gubernamental (legislación no vinculante) relacionados con el Comercio Justo o, al menos, con uno de sus principios. Sin embargo, solo en unos pocos casos se hace referencia directa al Comercio Justo.

El estudio presenta seis estudios de caso —Brasil, Bélgica, Ecuador, Francia, Italia y la Unión Europea— e incluye reseñas sobre Tanzania y Sri Lanka, dos casos emergentes de África y Asia que muestran potencial para un mayor desarrollo. Con la presentación de la variedad de las políticas públicas que pueden favorecer el Comercio Justo, y de diversas experiencias en distintos países, el estudio se propone motivar e inspirar a los movimientos de Comercio Justo en todo el mundo a entrar en acción e impulsar políticas públicas sobre Comercio Justo en sus propios países.

El caso brasileño ilustra un proceso de múltiples partes interesadas por el que se estableció un sistema exclusivo de certificación de Comercio Justo. El caso ecuatoriano pone de relieve cuántas oportunidades para la adopción del Comercio Justo se pueden presentar cuando el Comercio Justo ya está presente en la Constitución de un país y cómo un proceso de elaboración complejo, inclusivo y de múltiples partes interesadas puede conducir a una estrategia de Comercio Justo integral y pluridimensional. El caso belga nos enseña formas de crear una iniciativa sectorial de múltiples partes interesadas para el cacao de Comercio Justo. Por ejemplo, la iniciativa Beyond Chocolate se basa en la Carta para el Desarrollo Sostenible de ese país. Su meta es combatir la esclavitud infantil, eliminar la deforestación en ese sector específico, y garantizar al menos un ingreso digno para todos los productores que participan en la cadena de valor,

además de mostrar cuánto se puede beneficiar todo el proceso cuando el Parlamento del país manifiesta la voluntad de que este llegue a ser un país de Comercio Justo. Este caso, además, muestra el impacto que se logra al usar el Comercio Justo en la cooperación internacional como herramienta para empoderar a los países asociados.

El caso francés da testimonio del primer país del mundo donde el Comercio Justo está definido en la legislación. Demuestra que el Comercio Justo Norte-Norte y Sur-Norte pueden convivir y ofrece una gran variedad de legislación sobre el Comercio Justo, como el programa Équité de solidaridad internacional y el reconocimiento previsto de las etiquetas de Comercio Justo. El caso italiano representa el primer país de Europa que ha logrado incluir los criterios de Comercio Justo como requisito obligatorio en la legislación de contratación pública para algunos productos alimentarios, como el chocolate y la banana. El caso de la Unión Europea revela la importancia de establecer una política determinada (la Comunicación relativa al Comercio Justo, de la Comisión Europea), incluso si es voluntaria, para unos años después ir más allá y perfeccionar la política (estrategia Comercio para Todos). El caso de Sri Lanka funciona como fuente de inspiración y ejemplo de un trámite legislativo y un marco único de cooperación en materia de Comercio Justo entre el gobierno de Sri Lanka y las redes internacionales de Comercio Justo. El ejemplo de Tanzania —que

en realidad ejemplifica mejor las actividades de promoción— muestra cómo los factores propicios y de éxito pueden influir en una decisión parlamentaria a favor del café de Comercio Justo y de una reducción en los impuestos al café.

Todos los casos prueban la importancia de los procesos de múltiples partes interesadas, el compromiso gubernamental y el apoyo institucional para la elaboración y la implementación de las políticas públicas sobre Comercio Justo. En la mayoría de los principales estudios de caso aparecen redes de Comercio Justo activas y estructuras firmemente establecidas que han tenido un papel fundamental en la elaboración de las políticas públicas sobre Comercio Justo. No obstante, el análisis ha demostrado que es urgente fortalecer las estructuras y capacidades del movimiento de Comercio Justo —en especial en cuanto a las actividades de promoción—, y fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias entre los actores del Comercio Justo. En la mayoría de los casos también sigue siendo necesario sensibilizar a las autoridades gubernamentales a distintos niveles políticos.

El estudio llega a la conclusión de que hay muchos instrumentos diversos de política pública que permiten lograr apoyo para el Comercio Justo: leyes, resoluciones no vinculantes, planes nacionales de acción, estrategias, iniciativas, etc. Los estudios de caso ofrecen ideas e inspiración respecto de los pasos que hay que dar, y las instituciones y los actores a los que conviene dirigirse, con el fin de lograr más apoyo para el Comercio Justo en el plano de las políticas.

Durante la etapa de investigación se plantearon varios casos interesantes que no se exploraron en mayor profundidad en vista del alcance limitado del estudio. Valdría la pena examinar estos casos en un futuro próximo, pues revelan el gran potencial que existe de alentar a los actores del Comercio Justo a reforzar sus actividades de promoción y presionar a favor de una legislación eficaz y progresista sobre Comercio Justo. Por tal razón, se recomienda enfáticamente continuar esta investigación.

Lista de abreviaturas

AAE	Acuerdos de asociación económica	FACES	Foro de Articulación del Comercio Ético y Solidario (Brasil)
AFD	Agencia Francesa de Desarrollo	FPC	Comité de la Prima Fairtrade
AVSF	Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras	FTAO	Oficina de Defensa del Comercio Justo
BCI	Iniciativa Beyond Chocolate	MPCEIP	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (Ecuador)
BFTF	Federación Belga de Comercio Justo	ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
CADSOL	Comisión Nacional para el Registro y la Información sobre Comercio Justo y Solidario (Brasil)	ONG	Organización no gubernamental
CAM	Criterios Ambientales Mínimos	PE	Parlamento Europeo
CE	Comisión Europea	PCI	Prácticas comerciales injustas
CECJ	Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo	PPA	Plantes plurianuales
CEQ	Commerce Équitable France	Pyme	Pequeñas y medianas empresas
CLAC	Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo	SCJS	Sistema de Comercio Justo y Solidario (Brasil)
CNCE	Comisión Nacional de Comercio Justo (Francia)	SENAES	Secretaría Nacional de Economía Solidaria (Brasil)
DDDH	Debida diligencia en derechos humanos	TDC	Centro de Comercio para el Desarrollo (Bélgica)
DGCCRF	Dirección General de Asuntos de la Competencia, el Consumo y el Control del Fraude (Francia)	UE	Unión Europea
		WFTO	Organización Mundial del Comercio Justo



Índice

1. Introducción

En los últimos años, se han elaborado en diversos países numerosas políticas y legislaciones relacionadas con el Comercio Justo, con el respaldo de una serie de novedades producidas en la Unión Europea (UE) y el escenario internacional.

En particular tras la adopción en 2015 del Acuerdo de París sobre el Cambio Climático y la Agenda 2030 en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, los derechos humanos y la sostenibilidad han estado más presentes que nunca en el temario político. La Agenda 2030 procura moldear las políticas de desarrollo y sostenibilidad para los próximos 15 años, y plantea la pregunta de en qué tipo de mundo queremos vivir hacia el año 2030. Para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible se requieren cambios fundamentales, en especial en la forma de hacer negocios y comerciar. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, de las Naciones Unidas, recoge muchos de los principios y demandas que el movimiento de Comercio Justo enarbola desde hace más de 40 años, y el movimiento de Comercio Justo mismo está haciendo contribuciones importantes para el logro, en particular, de los ODS 1, 2, 5, 8, 12, 13, 16 y 17¹.

Sin embargo, en la práctica queda demostrado que las medidas voluntarias no bastan para lograr justicia en el comercio. Mediante los enfoques alternativos al comercio convencional, sobre

la base de una alianza entre los productores y consumidores como en el Comercio Justo, solo se obtienen oportunidades limitadas de influir en las condiciones de mercado y las normas del comercio internacional. Con el fin de incentivar y regular una economía global más igualitaria, los gobiernos y las instituciones tienen la responsabilidad de desarrollar e implementar reglamentaciones adecuadas para propiciar el logro de medios de vida sostenibles, un ingreso digno y un salario digno para los productores y trabajadores de las cadenas de suministro globales.

Las políticas públicas sobre Comercio Justo tienen el potencial de impulsar la adopción del Comercio Justo y promover la implementación de las prácticas de Comercio Justo. A diferencia de lo sucedido en otros sectores como los de la agricultura orgánica, las empresas sociales y las cooperativas, ha habido escasa investigación y no se ha hecho ninguna consolidación sistemática de la información sobre políticas públicas propicias para el Comercio Justo en el mundo. En 2015, la Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO)² y la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC)³ encomendaron un estudio sobre las mejores prácticas en materia de políticas públicas sobre Comercio Justo. En 2017, la CLAC encomendó un informe de seguimiento. El presente estudio es continuación de esa investigación, y a la vez el inicio de una nueva fase en el desarrollo de las estrategias de promoción.

La investigación se centra en seis estudios de caso: tres estudios de país en Europa (Bélgica, Francia e Italia), dos estudios de país en América Latina (Ecuador y Brasil), y la Unión Europea como caso independiente supranacional. También ofrece reseñas de casos emergentes de otros continentes con potencial para un mayor desarrollo: Tanzania en África y Sri Lanka en Asia.

1.1 Breve descripción del Comercio Justo

El movimiento de Comercio Justo⁴ se compone de individuos, organizaciones y redes que comparten una visión de un mundo en el que la justicia, la igualdad y el desarrollo sostenible están en el centro de las estructuras y prácticas comerciales para que todas las personas, a través de su trabajo, puedan tener un medio de vida decente y digno, y desarrollen todo su potencial humano.

En 2018, la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) y Fairtrade International, junto con otros actores del Comercio Justo, elaboraron la Carta Internacional del Comercio Justo; en ella se enuncian los principios básicos del Comercio Justo y se define una visión común sobre cómo implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. La siguiente es la definición oficial de Comercio Justo según la Carta Internacional del Comercio Justo⁵:

“El Comercio Justo es una alianza comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, respaldadas por los consumidores, están activamente comprometidas en el apoyo a los productores, en la sensibilización y en las campañas para lograr cambios en las normas y prácticas del comercio internacional”.

1.2 Objetivos y alcance del estudio

La investigación examina políticas públicas actuales y pasadas sobre Comercio Justo y campos de políticas afines. Además, analiza e identifica entornos propicios que favorecen la adopción del Comercio Justo; por ejemplo, el apoyo a los pequeños productores de Comercio Justo para que accedan a los mercados, el apoyo a las empresas e iniciativas de Comercio Justo, o el reconocimiento de los principios y las redes de Comercio Justo por parte de los gobiernos. Asimismo, el estudio se ocupa de los cambios estructurales en las áreas de derechos humanos, prácticas comerciales injustas y contrataciones públicas, y analiza las políticas

públicas y la legislación en el ámbito nacional y supranacional (en este caso, la Unión Europea).

El informe presenta estudios de casos de distintos continentes. Todos los estudios de caso siguen una misma estructura, que se inicia con la presentación de los elementos clave, como también la historia, los antecedentes y el contexto de las principales políticas públicas analizadas. Cada estudio de caso analiza los factores de éxito y los desafíos que han hecho posible o han impedido el desarrollo de una determinada política pública en el ámbito de las partes interesadas, los procesos y el nivel estructural.

Los estudios de caso resumen las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los contextos de política pública con relación al Comercio Justo y al proceso de implementación de políticas. Describen el estado actual de desarrollo de las políticas y la eficacia de implementación, a la vez que recomiendan próximos pasos para algunas políticas concretas. Las conexiones entre las distintas políticas públicas también forman parte del análisis. Con la presentación de distintos tipos de políticas públicas sobre Comercio Justo y de las experiencias de países de diversas partes del mundo, el estudio tiene la esperanza de motivar e inspirar a los movimientos de Comercio Justo de todo el mundo a entrar en acción e impulsar políticas públicas sobre Comercio Justo en sus propios países.

1.3 Descripción del enfoque metodológico y el proceso del estudio

El proceso del estudio se dividió en dos fases:

1. Fase de preselección: preselección y análisis de 23 países, investigación documental, una primera ronda de entrevistas con redes regionales de productores y 46 expertos clave de los países.
2. Fase analítica: enfoque centrado en 8 estudios de caso procedentes de la fase de preselección, investigación documental, entrevistas semiestructuradas con 40 expertos clave de los países.

Fase de preselección

El estudio aplica un enfoque inclusivo. Durante la fase de preselección, se comentaron casos potencialmente interesantes en reuniones grupales guiadas con representantes de las tres redes regionales de productores de Comercio Justo y representantes regionales de la WFTO, Fairtrade International y la FTAO. Los consultores también se pusieron en contacto con sus propios colegas y sugirieron países adicionales para estudios de caso. En total, se preseleccionó y analizó a 23 países.

Sobre la base de la investigación documental y de las entrevistas semiestructuradas con un experto clave o más por cada país, los consultores crearon una matriz general con recomendaciones.

Esto se presentó a las partes contratantes para la toma de una decisión final sobre qué casos se estudiarían en profundidad. En una reunión en línea con representantes clave de las redes regionales de productores de Comercio Justo, representantes regionales de la WFTO y representantes de las plataformas nacionales de Comercio Justo, Fairtrade International y la FTAO, los consultores presentaron los resultados principales de la fase de preselección, como también los países que proponían incluir en el informe final.

En función de una lista detallada de criterios⁶, los consultores recomendaron incluir en el informe final ocho países. La lista de criterios se estructuró como se indica a continuación; apuntaba a que las recomendaciones de los consultores fueran transparentes y respaldaran el proceso de toma de decisiones propio de las partes contratantes.

Tipo de política pública

- Tipo de política pública: prioridad para el Tipo 1
- Prioridad para la legislación a nivel nacional
- Diversidad de tipos de políticas públicas (equilibrio)

Cuestiones de Comercio Justo

- Capacidades y representación del Comercio Justo (Fairtrade International y la WFTO)
- Potencial de inspirar a otros movimientos de Comercio Justo: que el caso sea interesante, aplicable, motivador
- Ciudades de Comercio Justo, universidades, potencial estrategia de desarrollo para las ciudades de Comercio Justo
- País destacado en la exportación de Comercio Justo; país destacado en Comercio Justo interno; tamaño del mercado de Comercio Justo

Promoción

- Oportunidades para futuro trabajo de promoción
- Contexto favorable al Comercio Justo o su promoción
- Contexto político
- Potencial de desarrollo de alianzas sostenibles con sectores estratégicos

Enfoque pragmático

- Acceso a información y personal clave
- Diversidad de países y regiones: equilibrio geográfico

Enfoque histórico del Comercio Justo

- Evolución interesante desde los últimos estudios de 2015 y 2017
- Largo historial del Comercio Justo

Fase analítica

En la fase analítica, se puso el foco principalmente en los estudios de caso con políticas públicas de Tipo 1 y Tipo 2 (véase la Tabla 1), como también en los casos interesantes, aplicables y motivadores con potencial de inspirar a otros actores del Comercio Justo. Se hizo especial hincapié en el equilibrio geográfico. Durante la fase analítica, se realizó investigación documental y se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas (con preguntas orientadoras que seguían la estructura del estudio de caso) a 40 expertos clave de los países (representantes de organizaciones de Comercio Justo y organizaciones de la sociedad civil, y funcionarios gubernamentales). Los estudios de caso, que utilizan como herramienta un análisis FODA⁷, resumen las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los contextos de política pública con relación al Comercio Justo y al proceso de implementación de políticas. Esta fue la base para la elaboración de las recomendaciones en cada estudio de caso. El análisis FODA se basó en las entrevistas con los expertos clave de los países y en la investigación documental.

Tipología de las políticas públicas

Se identificaron los siguientes cuatro tipos de políticas públicas sobre Comercio Justo y campos de políticas afines (véase la Tabla 1).

El Tipo 1 incluye legislación que o bien regula o bien reconoce el Comercio Justo. El Tipo 2 incluye políticas o legislación específicas que mencionan el Comercio Justo y todos sus principios. El Tipo 3 incluye políticas o legislación que no mencionan el Comercio Justo pero pueden propiciarlo y hacer referencia a algunos de los principios del Comercio Justo. El Tipo 4 incluye marcos, programas e iniciativas con apoyo gubernamental que tratan directamente o guardan relación con el Comercio Justo o algunos de sus principios.

**Tabla 1:
Resumen
de los tipos
de políticas
públicas**

	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	Tipo 4
Enfoque central y breve definición	<p>Legislación específica o políticas públicas sobre el Comercio Justo.</p> <p><i>Incluye legislación que o bien regula o bien reconoce el Comercio Justo.</i></p>	<p>Políticas o legislación específicas que mencionan el Comercio Justo y todos sus principios.</p> <p><i>Incluye legislación que no trata directamente sobre el Comercio Justo pero lo menciona y otorga reconocimiento explícito a las cadenas de suministro de Comercio Justo y los productos de Comercio Justo, de modo tal que los promueve, propicia o incentiva.</i></p>	<p>Políticas o legislación que no mencionan el Comercio Justo pero pueden propiciarlo (y apoyar algunos de los principios del Comercio Justo).</p> <p><i>Incluye legislación y políticas públicas (horizontales) que no mencionan el Comercio Justo pero pueden propiciarlo, políticas públicas que introducen cambios en la forma de regulación del mercado, o que regulan el comportamiento de las empresas, o que promueven ciertos tipos de flujos comerciales o se ocupan como mínimo de un principio del Comercio Justo.</i></p>	<p>Marcos, programas e iniciativas con apoyo gubernamental que tratan directamente o guardan relación con el Comercio Justo o algunos de sus principios.</p> <p><i>Incluye programas de corto plazo o por un tiempo limitado y marcos, programas iniciativas, cartas, resoluciones y mociones (no legislación) no vinculantes con apoyo gubernamental que tratan directamente del Comercio Justo o algunos de sus principios, o se relacionan con sectores del Comercio Justo.</i></p>
Ejemplos de áreas de políticas	<p>Constitución, leyes, estrategias, plan de acción gubernamental, etc. sobre el Comercio Justo.</p> <p><i>Como muy buenos ejemplos de políticas públicas de Tipo 1, cabe citar la Constitución de Ecuador, que menciona el Comercio Justo; la Ley de Economía Social y Solidaria de 2014, en Francia, que define el Comercio Justo; y el Sistema de Comercio Justo y Solidario de Brasil.</i></p>	<p>Contratación pública, acuerdos de desarrollo y cooperación externa, economía social y solidaria.</p> <p><i>Las leyes de contratación pública de Italia, Bélgica y Francia son buenos ejemplos de la variedad de políticas públicas de Tipo 2.</i></p>	<p>Prácticas comerciales injustas (PCI), debida diligencia en derechos humanos (DDDH), política de comercio, políticas sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, impuestos, empresariado social, cooperación internacional, economía circular, economía social y solidaria.</p>	<p>Desarrollo y cooperación externa, programas de promoción de importaciones y exportaciones, subvenciones y apoyo financiero, apoyo técnico.</p> <p><i>El programa Équité de Francia es un buen ejemplo de este tipo de apoyo.</i></p>

Agradecimientos

Los autores desearían agradecer a la Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO) y a Fairtrade International y, en particular, a Sergi Corbalán, de la FTAO, y a Matthias Kuhlmann, de Fairtrade International, por la muy buena cooperación, facilitación y coordinación y el apoyo a lo largo de todos los pasos del estudio. Asimismo, los autores desearían agradecer a los expertos del Comercio Justo y a los representantes de las redes regionales de productores de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) y Fairtrade International (en especial Fairtrade África, la Red de Productores Fairtrade de Asia y el Pacífico [NAPP] y la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo [CLAC]) por compartir su experiencia y sus conocimientos con nosotros.

Muchas gracias a todos los que contribuyeron con la preparación del estudio, los expertos clave de los países y los participantes en los seminarios web. Los autores también quisieran agradecer a todos los asociados para las entrevistas.

Un agradecimiento especial a Sanna Abdessalem, Tim Aldred, Ingrid Allende, Sagrario Angulo, Diogo Annes, Arumugam Arutselvan, Maxime Baduel, Vicente Balseca, Bastien Beaufort, Raúl Farías Bohórquez, Bernard de Boischevalier, Pierre Yves Brasseur, Ludovic Brindejonc, Mathilde Brochard, Aileen Burmeister, Carlos Céspedes, Patrick Clark, Marco Coscione, Alfonso Coterá, Sanjay Dave, Blaise Desbordes, Ximena Quiñones Díaz, Roberta Discetti, Emmanuel Dolfus, Sophie Duponcheel, Christophe Eberhart, Adil El Madani, Gilles Faguet, Guy Gallet, Eric Garnier, Muriel Gerkens, Gérald Godreuil, Rosemary Gomes, Gwenaëlle Grovonius, Julia Guerra, Obeimar Balente Herrera Hernández, Daniel Hick, Benjamin Huybrecht, Wiliber Ibarra, Ross Isdale, Abhishek Jani, Pierre Johnson, Leonard Kachebonaho, Sumedha Karunatilake, Franck Koman, Ranjith Kumar, Theodora Kypreos, Nicolas Lambert, Adrien Lefèvre, Marta Lozano, Julie Maisonhaute, Laurent Martinez, Anke Massart, Jonathan Matthysen, Bernard Mayne, Lorena Muñoz, Tito Medrano, Haroldo Mendonça, Martin Mubisi, Thierry Noesen, Jan Orbie, Arturo Palma Torres, Olga Parra, Consuelo Pereira, Benoît Piedboeuf, Gaga Pignatelli, Samuel Poos, Jerónimo Prujin, Martin Rhodes, Valeria Rodriguez, Iresha Sanjeevanie, Natasha Erika Siaron, Charles Snoeck, Julie Stoll, Bindu S., Stefano Toma, Bart Van Besien, Linda Vera Marchuk, Patrick Veillard, Tatsuya

Watanabe, Philippe Weiler, Geneviève Wibaux, Jo Willis, Tom Wills, Alfredo Zabarain, Fabiola Zerbini.

Los puntos de vista expresados en este estudio son exclusivamente de sus autores y no deben atribuirse a ninguna otra persona ni institución.

Para comunicarse con los autores, se ruega escribir a Veselina Vasileva (v.vasileva@posteo.de) o Didier Reynaud (didier.reynaud@gmail.com).

2. Estudios de caso

2.1

Brasil

El espejismo del sistema de Comercio Justo y solidario

2.1.1 Introducción

La experiencia brasileña en materia de economía justa y solidaria es única. El movimiento de Comercio Justo tiene riqueza histórica y defiende un enfoque que está incorporado en la economía solidaria. Desde 2000, el Comercio Justo se expandió con gran firmeza en las políticas públicas. En Brasil esta situación no se ha mantenido, pero el país sigue siendo uno de los capítulos más interesantes en la historia del Comercio Justo. Este estudio de caso ayudará a los lectores a comprender el proceso del Comercio Justo en Brasil y aportará una clara orientación para los actores políticos que enfrentan dificultades a la hora de regular el Comercio Justo. Para comprender qué sucedió en Brasil, debemos tener en cuenta que la solidaridad y el Comercio Justo se incorporaron al concepto general de la economía solidaria y a las políticas públicas. Este trabajo se centrará en los siguientes puntos: en primer lugar, en la evolución del Comercio Justo en Brasil y su fusión con la economía solidaria, en especial en el seno de la Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES). En segundo lugar, en la creación del Sistema de Comercio Justo y Solidario (SCJS) del país, un proceso exclusivo orientado a promover el Comercio Justo y Solidario y un proceso de certificación participativo.

2.1.2 Políticas públicas sobre Comercio Justo: Elementos clave y reseña histórica

2001: El nacimiento del Comercio Justo en Brasil

El Comercio Justo en Brasil guarda una estrecha vinculación con el mandato de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011), cuya elección no hubiese sido posible sin el apoyo de los movimientos sociales⁸. La escala del movimiento de Comercio Justo en Brasil se amplió gracias al primer Foro Social Mundial, celebrado en Porto Alegre en 2001. Este fue el inicio del crecimiento y la expansión de la economía solidaria. La fusión de la economía solidaria con el Comercio Justo se produjo más adelante. Ya existían experiencias aisladas de Comercio Justo en algunas regiones brasileñas, en especial en los sectores de la agronomía, la agricultura y las artesanías. Sin embargo, en este punto, el Comercio Justo aún no tenía una identidad nacional. En el mismo período, la formación de un grupo de trabajo de múltiples organizaciones (de la sociedad civil, asociaciones de productores y representantes gubernamentales) condujo a la creación del Foro de Articulación del Comercio Ético y Solidario (FACES)⁹. Su misión era construir un sistema de Comercio Justo que funcionase como una herramienta económica inclusiva, solidaria y sostenible. Tenían varios objetivos: crear un mercado nacional de organizaciones de pequeños productores, y ayudarles a organizar y

democratizar el proceso de certificación. FACES obtuvo reconocimiento oficial en 2004. Para que los proyectos llegaran a buen puerto, un sistema nacional de solidaridad y Comercio Justo necesitaba el respaldo de una política pública.

En consecuencia, el flamante movimiento de Comercio Justo y Solidario desarrolló una relación más estrecha con el movimiento de economía solidaria. Esta alianza hizo posible que tanto la economía solidaria como el Comercio Justo y Solidario dieran un gran paso, y que esos sectores se desarrollaran en el ámbito nacional y en el internacional. Según Rosemary Gomes y Haroldo Mendonça, se trataba de “un intercambio comercial alternativo, basado en el cumplimiento con criterios de justicia y solidaridad en las relaciones comerciales y en el reconocimiento de la autonomía de las empresas de la economía solidaria”. La estructura de FACES ayudó a hacer crecer el número de miembros, a formar una red, y a dar lugar a que los brasileños adaptaran el concepto del Comercio Justo a su país. La creación de FACES también fue el resultado de la influencia de las ONG y los actores del Comercio Justo internacionales. El Comercio Justo en Brasil fue fruto de iniciativas de las ONG, en especial las que tenían influencia de asociados europeos. En sus primeros años, la idea del Comercio Justo tuvo una estrecha relación con los buenos productos destinados al mercado de exportación, como el café o las manualidades. Los productores brasileños la adaptaron a su cadena nacional de

consumo y producción¹⁰. Esto posibilitó la fusión con la economía solidaria. El movimiento social estaba maduro y fue un gran éxito. Por otra parte, estaba claro que, además del Foro Social Mundial, las personas presentes en ese momento —entre ellas, muchos de los entrevistados— eran apasionadas. Más tarde constituirían un “equipo ideal”.

En 2004, un grupo de productores dedicados al Comercio Justo Norte-Sur formaron la Organización de Productores Familiares de Comercio Justo y Solidario (OPFCJS). En 2004, el Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas (SEBRAE) empezó a invertir en el Comercio Justo en Brasil. En 2005, se puso en marcha el proyecto de Comercio Justo y Solidario, en asociación con consultores especializados y con apoyo de las ONG. Querían que los pequeños productores tuvieran acceso a este mercado. En 2006, 23 organizaciones brasileñas eran miembros de FACES y actuaban en juntas políticas y de gestión. Ese mismo año, se creó un grupo de debate sobre el Comercio Justo, con representantes de varios departamentos gubernamentales¹¹. Este grupo de debate fue el germen del Sistema de Comercio Justo y Solidario (SCJS) de Brasil.

Creación de la SENAES: Secretaría Nacional de Economía Solidaria

La elección de 2003 fue una oportunidad fabulosa para los objetivos iniciales del movimiento de Comercio Justo y Solidario. Durante la presidencia de Lula, la participación de la sociedad civil en el

Ministerio de Trabajo y Empleo condujo al Decreto N.º 4.764/2003, por el que se creó la Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES), y a la creación de la Unidad de Coordinación de Comercio Justo y Créditos. En el marco de la Secretaría¹², el gobierno buscaba promover y ampliar las empresas solidarias abriendo canales de comercialización y divulgando los conceptos de Comercio Justo y consumo ético.

Según algunos expertos, la SENAES fue influida por los grupos de presión de las ONG, que la convencieron de que el Comercio Justo era una herramienta interesante que podría dar rápida visibilidad a la economía solidaria y aportarle un marco legal y reconocimiento como “modelo”. La creación del sistema público exigido por la sociedad civil fue bien recibida por el gobierno brasileño, y en particular por la SENAES¹³. En el plan plurianual para la economía solidaria de 2004-2007, el Comercio Justo fue incluido en las acciones de “promoción del consumo ético y el Comercio Justo”. Durante la presidencia de Lula, se pusieron en marcha varios planes plurianuales. El Comercio Justo no se mencionaba en los títulos, pero los planes tenían una profunda vinculación con las ambiciones de los actores abocados a la economía justa y solidaria. El factor clave del éxito fue la participación de partes interesadas del ámbito privado, sin fines de lucro y del sector público. La integración del Comercio Justo y la fusión con la SENAES requirió un proceso gradual.

En abril de 2006, en audiencia pública, se formalizó la creación del Grupo de Trabajo Interministerial, también denominado GT-Sistema¹⁴. Estaba integrado por miembros de instituciones gubernamentales y de la sociedad civil, y tenía la misión de formular una normativa pública que abarcara el Sistema de Comercio Justo y Solidario (SCJS) de Brasil¹⁵. En la conclusión de la Conferencia Nacional de 2006 sobre la Economía Solidaria, se hizo hincapié en la voluntad de reforzar el Comercio Justo y Solidario con prioridades en el área de políticas¹⁶. Aunque se daba reconocimiento oficial al Comercio Justo y Solidario, faltaba integrarlo. Este sí hubiera sido un verdadero punto de inflexión. El objetivo brasileño era destacable y el primero en su tipo en todo el mundo. La tarea era enorme: lograr la participación de todas las partes interesadas para crear un Sistema de Comercio Justo y Solidario especial. Y después regularlo. Desde 2007, varios documentos¹⁷ han intentado definir el concepto de Comercio Justo y Solidario ateniéndose a siete principios¹⁸, que tienen gran semejanza con la definición de Comercio Justo internacional.

El Decreto Presidencial N.º 7.358 del 17 de noviembre de 2010: Nace el Sistema de Comercio Justo y Solidario (SCJS) de Brasil

El año 2010 es un año histórico para el Comercio Justo en razón de la gran importancia del Decreto Presidencial N.º 7.358. Mediante el último decreto de la presidencia de Lula, se creó el Sistema de Comercio Justo y Solidario de Brasil¹⁹. Según los

expertos, el movimiento social y el gobierno federal decidieron conjuntamente no crear un sistema privado, como había hecho el movimiento internacional de Comercio Justo. Asimismo, decidieron no crear un sistema estatal, que hubiese estado dominado por la administración pública. En cambio, crearon un sistema público y una política pública que pudieran promover a todos los grupos dispuestos a usar los principios y valores establecidos por el movimiento de Comercio Justo y reconocidos por las políticas públicas anteriores. La motivación era clara: proveer los productos del Comercio Justo y Solidario, primero, a los consumidores brasileños. Para las personas entrevistadas, esta era una idea pionera. El segundo paso debería haber sido hacer que el Comercio Justo y Solidario fuese una base esencial para el futuro de los productores y consumidores brasileños. En 2010, el grupo de trabajo del Sistema de Comercio Justo y Solidario de Brasil empezó a estructurar y organizar su complejo sistema, incluido el proceso de certificación. En 2014, para facilitar la implementación, se creó mediante decreto el Registro Nacional de Empresas de Economía Solidaria. Entre 2004 y 2019 se lanzaron varios planes plurianuales (PPA)²⁰ que llevaron el Comercio Justo y Solidario a otro nivel.

2.1.3 Implementación, evolución y evaluación de las políticas

El gobierno dio su respaldo a procedimientos que ya estaban en marcha agregando términos políticos y técnicos importantes, con el objeto de transformar una economía de subsistencia en una economía alternativa. La implementación y aplicación se llevó a cabo esencialmente por medio de un programa de capacitación, y abarcó por ejemplo las áreas de escuelas, apoyo de almacenamiento, comedores escolares, contratación pública, promoción y marketing.

Los planes nacionales, la SENAES y la implementación del Comercio Justo y Solidario

La Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES) estuvo vigente en el seno del Ministerio de Trabajo y Empleo desde 2004 hasta 2018. Sin embargo, hasta 2007, no pudo operar adecuadamente porque no tenía un presupuesto significativo, con motivo de las restricciones fiscales. Así las cosas, era verdaderamente difícil lograr que otros ministerios y secretarías comprendieran su misión. Sumado a esto, la administración y la burocracia eran complicadas. A lo largo de todo el mandato de Lula, la SENAES enfrentó dificultades que le impidieron avanzar y recibir un apoyo gubernamental apropiado²¹. Además del presupuesto insuficiente, la SENAES trabajaba sobre múltiples temas. Dos tercios de sus

miembros pertenecían a la sociedad civil y un tercio, al gobierno. Esto significa que el 75 % de las plazas en la Comisión Nacional de Comercio Justo estaban ocupadas por representantes de los movimientos de Comercio Justo y solidario²².

El primer paso importante para la SENAES fue generar eventos relacionados con el comercio y la comercialización. Gracias al plan nacional, que se realizó en paralelo, se organizaron múltiples ferias que representaron un apoyo para los mercados rurales. Se idearon herramientas de comunicación, como una campaña nacional de movilización y una identidad visual. En este período se creó un grupo de trabajo sobre producción, comercialización y consumo solidario. Una vez que el Comercio Justo estuvo reconocido en el sector de la economía solidaria, quedaba la tarea más ardua: planificar e implementar la compleja política pública, con elementos tanto del sector privado como del público (mercados, promoción, consumo, regulación, asistencia técnica, etc.). La economía solidaria (junto con la Secretaría Nacional de Economía Solidaria y el Consejo Nacional) participó en la elaboración de cuatro planes plurianuales (PPA)²³: los de 2004-2007, 2008-2011, 2012-2015 y 2016-2019. Al terminar cada PPA se celebraron conferencias nacionales. Durante la última se elaboró un plan nacional de economía solidaria pero, lamentablemente, nunca tuvo efecto, pues Dilma Rousseff fue destituida.

En 2004-2007: Tres programas del plan se relacionaban directamente con el Comercio Justo

y Solidario: 1) el Programa de Trabajo y Ciudadanía, 2) el apoyo a las ferias y eventos de la economía solidaria, y 3) la promoción del consumo ético y responsable y del Comercio Justo. El objetivo era promover mercados y ferias de la industria; se brindó apoyo a un total de 3.000 empresas para la organización de estos eventos.

En 2008-2011: El movimiento de Comercio Justo y Solidario contó con el apoyo del Programa Nacional de Productos y Servicios de Marketing para el desarrollo del comercio solidario. La SENAES respaldó la organización de ferias de la industria, prestó apoyo técnico y asesoró a 70 emprendimientos económicos de base solidaria. Se redactaron algunos documentos de referencia y se celebró una serie de conferencias y talleres. Según Antunes y Conti, al terminar este PPA se habían organizado 17.497 emprendimientos de economía solidaria²⁴.

En 2011: La SENEAS tomó parte en el plan nacional denominado "Brasil sin pobreza extrema", que abarcó las áreas de producción solidaria, marketing y consumo solidario. Se afirmó que gracias a su aporte se beneficiaron 180 empresas que conformaban 46 redes de cooperación, con 43.628 participantes directos.

En 2012-2016²⁵: La SENEAS participó en otras acciones tendientes a reforzar la identidad nacional del Comercio Justo y Solidario, a apoyar la gestión del SCJS y a crear un sistema de certificación con los siguientes objetivos: certificar los productos

y servicios de 5.000 empresas conjuntas, crear y fortalecer 2.000 redes de producción y marketing, e incluir a 2.000 empresas conjuntas en las finanzas solidarias. Otro de los objetivos era lograr que 100.000 personas trabajaran para la economía solidaria, empoderando en particular a las mujeres y a las personas de color por medio de la promoción de 1.500 empresas. Otra responsabilidad era implementar 9.000 emprendimientos solidarios en el marco del sistema nacional de Comercio Justo y Solidario, y mantener o actualizar información sobre 30.000 organizaciones que trabajaban en el área. Como un gran paso para el movimiento de Comercio Justo y Solidario, cabe mencionar la selección del proyecto Xique-Xique²⁶. Esta fue una propuesta de una asociación de comercio solidario de introducir una herramienta de certificación, que más adelante se convirtió en la base para la formación del SCJS y debió haber sido incluida en un plan nacional centrado en la economía solidaria que abarcara de 2016 a 2019²⁷. Lamentablemente, como Dilma Rousseff fue destituida, ese plan nacional no se implementó y el Consejo de Economía Solidaria ya no está activo²⁸. También se modificaron el presupuesto y la gestión de la SENAES²⁹, y se obstaculizó su agenda. Asimismo, se modificó el nombre de la Unidad de Comercio Justo y Créditos: se eliminó la referencia al Comercio Justo y pasó a llamarse Unidad de Finanzas Solidarias.

El Sistema de Comercio Justo y Solidario de Brasil³⁰ (SCJS)

Pasaron más de 4 años entre la creación del GT-Sistema (abril de 2006) y la aprobación de la legislación sobre Comercio Justo y Solidario: el último decreto de Lula, por el que se creó el Sistema de Comercio Justo y Solidario (SCJS) de Brasil. Lógicamente, Dilma Rousseff, quien ganó las elecciones de 2011, continuó el trabajo: el presupuesto para la economía solidaria era más grande que nunca. La reunión del Comité Nacional de Gestión del Sistema, que debía haberse realizado cuando el decreto de 2010 de Lula creó el SCJS, sufrió demoras y no se celebró oficialmente hasta 2013. Finalmente, en diciembre de 2014, se adoptó la Ordenanza N.º 2.060³¹, que estableció los principios, los criterios, el sistema de evaluación de la conformidad y el mecanismo de gestión del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario, y detalló el proceso de certificación, los respaldos existentes y las tres metodologías de evaluación que se usarían para la certificación. Una vez que el sistema de gestión estuvo en funcionamiento, se creó el SCJS. En primer lugar se definieron los objetivos: promover el Comercio Justo y Solidario a fin de abrir el acceso a los mercados y de reconocer un sistema nacional de certificación.

Los objetivos se explicaron en un documento destinado a los miembros del SCJS: "Para que esta propuesta se materialice en la vida cotidiana de nuestras organizaciones, debemos contar

con un conjunto integrado de conceptos, reglas y procedimientos, organizados con inteligencia y válidos en todo el territorio nacional, que reconozca, valore y fomente estas nuevas prácticas, estos nuevos mercados que estamos construyendo y fortaleciendo".

Con el objeto de montar el SCJS, los miembros acordaron un proceso tendiente a reconocer a los futuros miembros de este sistema único. Para cumplir con el proceso de certificación, se pediría a los solicitantes respetar los ocho principios mínimos del Comercio Justo y Solidario y un criterio ambiental progresista (voluntario). Luego, el solicitante tendría que elegir entre tres tipos de modelo de certificación. Se denominó a esto "proceso de instrucción normativo" (véase la Tabla 2). En función de las respuestas recibidas, el sistema determinaría qué modelo de certificación de Comercio Justo se usaría. En este proceso intervendrían organizaciones de etiquetado internacionales³².

El SCJS. El Sistema se estableció con un estilo participativo y existían numerosas directrices importantes del Comercio Justo orientadas a ayudar a los productores³³. No sería exclusivo; por ejemplo, los pequeños grupos que no cumplieran con las condiciones y los criterios mínimos también podrían participar. Para ayudar a esos grupos a llegar al nivel mínimo, existía una política de calificación, capacitación y asistencia técnica.

El SCJS puede ser considerado como una herramienta de creación de oportunidades para que los productores formaran parte de los programas de Comercio Justo y Solidario. En última instancia, la meta era armonizar la norma nacional con las normas internacionales (como la certificación de Comercio Justo o la de comercio orgánico). El objetivo principal del sistema público era diferenciar a las partes interesadas, para que pudiesen ser consideradas beneficiarias de la política pública anterior y futura. Los programas de Comercio Justo se han aplicado a lo largo de los diversos ejes de planificación de la cadena de producción, formación de redes, capacitación, desarrollo de productos e investigación. Con respecto al Comercio Justo, y en comparación con casi todos los demás países del Sur, Brasil adoptó una lógica distinta. El Comercio Justo creció con rapidez y los movimientos de Comercio Justo de Brasil empezaron a pensar de manera diferente. Los productos que antes solo se usaban para la exportación podrían ahora destinarse también al mercado interno³⁴. Además, las organizaciones brasileñas que tomaban parte en la decisión advirtieron que deberían participar en el proceso tantos productores y trabajadores como fuese posible. Un objetivo del SCJS era mejorar la inversión en la producción ayudando a las personas que no tenían el dinero necesario para incorporarse al proceso del Comercio Justo y Solidario. El decreto implementador ayudaría a financiar inversiones en proyectos, a mejorar las estructuras y la

Tabla 2: El proceso normativo

Modelo de certificación	1. Modelo tradicional del Comercio Justo internacional *Evaluación de la conformidad por parte de un tercero	2. Sistema de pares *Organizaciones participantes para la evaluación de la conformidad	3. Modelo para principiantes que desean ingresar *Autogestión de organizaciones colectivas; control social y conformidad
Descripción	Un consultor visita la organización. Si esta cumple con los principios, se la aprueba y se acepta su ingreso al sistema. La certificación puede ser muy costosa.	La evaluación está en manos de una organización o cooperativa de segundo grado. El costo será menor. La organización que realiza la evaluación debe estar acreditada por el SCJS u otro sistema afín.	Autoevaluación: la organización reúne toda la documentación requerida y los trámites administrativos. Luego, se autorregistra. Cumplido ese paso, una segunda organización, acreditada al mismo nivel, efectúa una auditoría externa. Este modelo se basa principalmente en la confianza. Es el menos caro y el de mayor margen.
Tipo de organización que participa en el proceso	Ej.: FLOCERT o ECOCERT.	Ej.: una organización de la sociedad civil o miembro del SCJS.	Ej.: autoevaluación y una organización del mismo nivel.

capacidad organizativa, a proveer asistencia técnica, capacitación, marketing y promoción, y a reflexionar sobre cómo ampliar el programa a las normas de contratación pública y determinación de precios sostenibles.

De las dos metas iniciales, solo se alcanzaron las de promoción y marketing³⁵. Se facilitaron nuevos mercados, como también la organización de ferias de la industria en zonas rurales y urbanas. Asimismo, se crearon algunas herramientas de comunicación. La asistencia técnica, las conferencias y otras sesiones de capacitación se mantuvieron varios años. Se creó un logotipo pero no lo promovió ni divulgó el gobierno federal. También se crearon el proceso y el órgano de control³⁶.

Lamentablemente, la inestabilidad política y los múltiples ajustes fiscales produjeron un debilitamiento de la política. Por ejemplo, cuando Dilma Rousseff fue reelegida en 2014, decidió reformar la administración. Se desmantelaron ciertas estructuras, y las redes de la economía justa y solidaria fueron debilitadas cambiando miembros clave de la administración. Se hizo más complicado llegar a ellas; el diálogo era menos fluido y el SCJS no podía funcionar como es debido. En consecuencia, dejó de ser posible una implementación plena y una ampliación de la escala del proceso único de certificación, y solo se logró implementar unos pocos pasos.

Registro Nacional de Empresas de Economía Solidaria: Un ejemplo de éxito en la implementación

Este sistema en línea se creó para ayudar a las organizaciones a solicitar la certificación. Mediante la Ordenanza N.º 1.780³⁷, de noviembre de 2014, se creó la Comisión Nacional para el Registro y la Información sobre Comercio Justo y Solidario, también conocida como CADSOL. El Ministerio elaboró un formulario de inscripción y evaluación en línea, que empezó a usarse en 2015. La creación de la CADSOL se basó en la idea de que los principios también necesitaban estructura. Dando muestras del dinamismo del movimiento de Comercio Justo y Solidario, se inscribieron más de 30.000 grupos. Practicaban principios idénticos y los criterios del Comercio Justo y Solidario. Cada año se hacía un mapeo del número de productores que participaban, y aumentó el número de productores que vivían de su propio trabajo. El formulario electrónico estuvo vigente solo hasta 2016, pero sigue estando disponible en línea³⁸.

El sistema de inscripción era una herramienta esencial para identificar a las personas y los productores interesados en el proceso del Comercio Justo y Solidario. Este tipo de herramienta puede ser fuente de inspiración para otros países, pues podría usarse para todo tipo de grupos y empresas de la economía solidaria. Durante el mandato de Michel Temer (2016-2019), la SENAES perdió la condición de secretaría. Con la elección de Jair Bolsonaro, volvió

a cambiar la estructura gubernamental. La SENAES se transformó y pasó a la égida del Ministerio de Ciudadanía. Como resultado, el proceso de implementación se paralizó y lamentablemente, en su mayor parte, quedó en el abandono.

2.1.4 Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación

Tabla 3: Análisis FODA de las políticas públicas y su implementación concreta en Brasil

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa de las partes interesadas con muchos protagonistas. • Influencia de movimientos sociales aún activos. • Impulso político con Lula. • Múltiples políticas públicas de características únicas, en especial el SCJS. • Participación del sector académico. • Sistema interinstitucional. • La coordinación entre las múltiples partes interesadas realmente funcionó bien. • Transparencia y proceso democrático. • Los principios del SCJS para la certificación se podían aplicar a varios otros sectores. • Ayuda internacional al inicio. • Creación de nuevos mercados y oportunidades, acceso a mercados de contratación pública. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación a corto plazo de acciones fragmentadas a lo largo de los cuatro ejes, falta de implementación integral. • Falta de comunicación. • No se produjo la implementación a nivel de los estados. • Aumento de múltiples certificaciones privadas en sectores afines. • Los decretos se pueden cancelar con facilidad. • El Presidente Temer interrumpió el avance del Comercio Justo y Bolsonaro le puso fin definitivamente rebajando la categoría de la SENEAS. • El SCJS dependía en gran medida del gobierno que lo implementara. • Es difícil conducir un movimiento a largo plazo. • El movimiento solidario se estaba disipando. • La opinión pública sigue sin saber qué es el Comercio Justo. • Los supermercados no intervenían en el proceso y los productos de Comercio Justo no fueron introducidos ampliamente en las cadenas minoristas. • En el proceso participativo no intervinieron las multinacionales. • Cuando Lula llegó a la presidencia, muchas organizaciones internacionales parecieron perder interés en Brasil. • Cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso voluntario de certificación del Comercio Justo. • Fuerte influencia de las ONG del Comercio Justo y del movimiento social, que condujo a los decretos. • Fusión del Comercio Justo con la economía solidaria. • Legado actual para los productores de Comercio Justo y las asociaciones de consumidores. • El SCJS era un sistema de regulación de características únicas. • El sistema de la CADSOL estaba en funcionamiento. • Warana: denominación de origen controlada, una excepción mundial para las poblaciones aisladas. • Las personas recibieron capacitación para el comercio y la comercialización. • La capacitación para los productores había empoderado a muchos de ellos. • Interés en el consumo responsable. • Las organizaciones de productores de Comercio Justo inspiran la creación de organizaciones de consumo responsable. • La campaña de las ciudades de Comercio Justo sigue en existencia. • El COVID-19 puede ser un punto de partida para la recuperación económica. • En el plano internacional, quedó paralizado el primer Foro de Discusión sobre Comercio Justo y Ético de la Unión Europea y Brasil, que tuvo lugar en junio de 2018 como parte de un proyecto ideado por la Dirección General de Comercio de la Comisión Europea. 	<ul style="list-style-type: none"> • La dependencia de la financiación y los recursos públicos era muy grande. • No hubo tiempo suficiente para llevar el SCJS a la práctica, en especial en cuanto a la certificación. • El SCJS necesitaba mucho dinero a lo largo de muchos años para una implementación eficaz y para empoderar de verdad a los productores (el alto costo de la certificación inicial explicó la creación del SCJS, que podría haber sido una herramienta gratuita). • Falta de interés de parte del movimiento internacional. • El SCJS creó tensiones con los exportadores y las organizaciones internacionales de certificación de Comercio Justo. • No hubo suficiente asociación entre el Comercio Justo y Solidario y el desarrollo sostenible. • El Comercio Justo quedó a la sombra de otros múltiples procesos y políticas públicas. • La destitución de Dilma Rousseff en 2016, la presidencia de Temer y luego la elección de Bolsonaro son amenazas para los movimientos sociales. • Ausencia de estudios de impacto. • Incomprensión del significado de Comercio Justo y Solidario. • El Presidente Bolsonaro intenta criminalizar al movimiento social e indirectamente al movimiento ecológico y, así, también al Comercio Justo y Solidario.

2.1.5 Recomendaciones y perspectivas futura

Desde el año 2000 hasta hace poco, el Comercio Justo estaba en expansión en Brasil. Esto se explica por su fusión con la economía solidaria y por el apoyo del gobierno de Lula, y luego del gobierno de Dilma Rousseff que le siguió. En paralelo, los estudios revelaron un aumento en las certificaciones privadas. Lamentablemente, en Brasil existen unas 600 etiquetas ecológicas, y las del Comercio Justo son las menos conocidas. Esto implica que el trabajo del SCJS tuvo sentido y debe continuar. Uno de sus objetivos era armonizar, promover y diferenciar las certificaciones de Comercio Justo, y los expertos han recomendado al movimiento de Comercio Justo volver a centrarse en esta área. Se logró desarrollar muchas herramientas, y el impacto positivo del Comercio Justo y Solidario en Brasil fue tangible, aun cuando no se alcanzó plenamente. Este estudio es una oportunidad de volver a poner el foco de atención en Brasil y de aprender de sus errores y éxitos.

Todo indica que el Comercio Justo y Solidario dependía excesivamente de la administración pública y descuidaba sus raíces originales, en el movimiento social. Inevitablemente, un enfoque tan centrado en la legislación y las políticas produjo frustración cuando cambió el gobierno. Paradójicamente, el movimiento de solidaridad

internacional declinó después de un período de relativa estabilidad política. Las características específicas del Comercio Justo en Brasil generaron algunas tensiones con las certificaciones internacionales de Comercio Justo, y se recomienda tener en cuenta esta experiencia en los países de Comercio Justo emergentes que avancen hacia un sistema similar. En efecto, Brasil estaba en camino a hacer posible que cohabitaran los sistemas de Comercio Justo internacional y nacional. La construcción conjunta del Sistema de Comercio Justo y Solidario de Brasil, a la vez participativa e innovadora, puede ser una fuente de inspiración para todo el mundo. El apoyo de las organizaciones de Comercio Justo y ecológico fue decisivo. Hoy en día, se recomienda que las organizaciones de Comercio Justo fomenten la protección de la biodiversidad y los conocimientos tradicionales de Brasil. Durante la pandemia de COVID-19, se necesita más que nunca el apoyo de los actores del Comercio Justo a los productores brasileños. El movimiento brasileño del Comercio Justo y Solidario sigue en existencia y tiene recursos. Puede ayudar al país a recuperarse. En el plano político, Bolsonaro está perdiendo las elecciones regionales. Será interesante hacer un seguimiento del movimiento social en Brasil en las etapas previas a las elecciones presidenciales de 2022. Entre la actualidad y esa fecha, entonces, podría haber una oportunidad perfecta para que el movimiento de Comercio Justo imaginara qué podría haber sucedido en Brasil si el SCJS hubiese prosperado.

En el marco de la coyuntura decisiva de la situación política brasileña, el movimiento de Comercio Justo y Solidario sigue con dificultades para subsistir, pero con el deseo de compartir la experiencia como un legado único. La cantidad de información puede generar confusiones o dar lugar a cifras contradictorias a causa de los malentendidos en torno al Comercio Justo en Brasil, distinto de todo el resto del mundo. Todos los entrevistados llamaron nuestra atención sobre un aspecto: el Comercio Justo en Brasil es inseparable de la economía solidaria. Teniendo en cuenta esto, se recomienda que el movimiento de Comercio Justo organice una nueva conferencia internacional en Brasil —tan pronto como acabe la actual crisis del coronavirus— para poner de relieve el concepto especial de Comercio Justo que prevalece en el país. Esta podría ser una oportunidad para recoger información valiosa e imaginar el posible desarrollo futuro de un Comercio Justo moderno. En cuanto a lo ocurrido en este país y los actuales riesgos ecológicos, Brasil podría ser el punto de partida para un concepto de Comercio Justo, Solidario y Sostenible. El nuevo dinamismo de los movimientos sociales y —en algunas zonas de Brasil— las victorias políticas sobre Bolsonaro podrían ser factores clave para el éxito.

Más de 10 años después del decreto de Lula, ¿cuál es el legado del Comercio Justo en Brasil? Sería tentador afirmar que aquí no queda nada del Comercio Justo, porque en cuestión de meses se destruyeron, abandonaron, paralizaron y

malinterpretaron las políticas públicas. No obstante, los efectos positivos de estas políticas públicas subsisten. No son medibles y no podemos dar cifras exactas, pero podemos mencionar impactos múltiples. Emergió una nueva identidad del Comercio Justo. Los productores recibieron capacitación en nuevas técnicas comerciales y agrícolas. Algunas asociaciones de consumidores están ahora ellas mismas más estructuradas gracias al apoyo que recibieron de los productores. El movimiento de Comercio Justo y Solidario ha superado las barreras implícitas y demostrado que es posible hacerlo. Marcó una diferencia animando a los actores públicos a pensar y comerciar de otra forma, participativa y progresista. Se hubiera necesitado más comprensión, una cantidad sustancialmente mayor de recursos, sin duda más tiempo y quizá más suerte para haber tenido éxito en un 100 %. Sin las enormes fluctuaciones políticas, Brasil podría haber sido un país de Comercio Justo y Solidario excepcional. Los brasileños que vivieron este sueño quedan con la frustración y la nostalgia de saber que el futuro podría haber sido muy diferente. Su determinación de luchar y resistir subsiste, sabiendo que algún día el Comercio Justo y Solidario podría ser la norma. La experiencia innovadora de Brasil demuestra que el progreso social podría llegar a hacerse realidad.



2.2

Ecuador

Hacia un país de Comercio Justo

2.2.1 Introducción

Ecuador se caracteriza por la naturaleza única de su marco constitucional y legal y de sus políticas públicas nacionales en materia de Comercio Justo. En varios textos legislativos, elaborados durante el gobierno de Rafael Correa (2007-2017), se hace referencia al Comercio Justo de forma explícita. Ecuador es el único país de todo el mundo que ubica la cuestión del Comercio Justo tan explícitamente en su Constitución³⁹. La Constitución ecuatoriana ha creado un marco legal y ha dado un mandato claro al Estado de implementar el Comercio Justo. Esto ha representado un impulso clave para el desarrollo de una Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo y todos los posteriores avances. El siguiente apartado se concentra en la Constitución y en la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo.

2.2.2 Políticas públicas sobre Comercio Justo: Elementos clave y reseña histórica

Marcos constitucionales y jurídicos sobre Comercio Justo⁴⁰

La Constitución de 2008 de la República de Ecuador se ocupa del Comercio Justo en varios de sus artículos, y dedica la totalidad de la quinta sección del Título 6 a "Intercambios económicos y Comercio

Justo". El Estado ecuatoriano toma oficialmente la especial responsabilidad de promover la economía solidaria y el Comercio Justo en el ámbito nacional. La Constitución crea la base para la construcción de "un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo" (Art. 276). "El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad" (Art. 336).

Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo

El proceso de diseño de la estrategia de Comercio Justo comenzó en 2010 con un paso institucional: la creación de la Dirección de Comercio Inclusivo⁴¹ en el seno del antiguo Viceministerio de Comercio Exterior del Ministerio de Asuntos Exteriores. A lo largo de cuatro años, la Dirección llevó adelante un proceso preparatorio de múltiples partes interesadas, sumamente intensivo e inclusivo; en él participaron representantes de distintos ministerios, organizaciones y redes de Comercio Justo, de la economía social y solidaria, del sector académico y de actores privados. En mayo de 2014, se puso en marcha una propuesta concertada de una Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017⁴². El documento define los principios internacionales del Comercio Justo, describe la historia y el desarrollo del Comercio Justo en Ecuador, y ofrece un análisis integral de los

principales desafíos. La Estrategia se centra en dos objetivos principales y subraya cuatro tareas requeridas para lograrlos (véase la Tabla 4).

En marzo de 2017, se constituyó la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2016-2025 para Ecuador, con carácter de política pública oficial del Estado. Este instrumento es el marco jurídico rector para la implementación de la estrategia⁴³. El acuerdo ministerial de marzo de 2017 remite a todos los artículos pertinentes de la Constitución ecuatoriana de 2008 y hace referencia al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017⁴⁴. El Ministerio de Producción,

Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP)⁴⁵ puso en marcha un acuerdo ministerial integral consolidado como propuesta para una Estrategia de Comercio Justo en 2019.

La Estrategia de Comercio Justo ofrece un marco de política pública integral con planes y acciones; varios de estos ya se están implementando, con sujeción a la voluntad política de las instituciones intervinientes. Se conformó un comité interministerial, bajo la égida del MPCEIP, para coordinar y hacer un seguimiento del proceso de implementación⁴⁶. En 2015 se crearon cuatro mesas

técnicas de trabajo —cada una con una institución gubernamental a la cabeza, e integradas por diversos ministerios y actores del Comercio Justo y la economía solidaria— para la implementación de la estrategia. El comité y los grupos de trabajo elaboraron sus planes de acción y hojas de ruta y empezaron a trabajar en 2015, mucho antes del lanzamiento oficial como política pública por medio de un decreto ejecutivo sobre la estrategia de Comercio Justo, que tuvo lugar en 2017 (véase la Tabla 5). En 2019, algunos miembros del comité interministerial fueron reemplazados a causa de múltiples cambios de personal e institucionales.

Tabla 4: Objetivos y tareas de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo

Objetivos	1) Promover la construcción de nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización interna y externa, marketing, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad		2) Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños productores, artesanos y trabajadores, dando sostenibilidad a los emprendimientos de Comercio Justo	
Tareas	Fortalecer el marco normativo e institucional del Comercio Justo	Promover e incentivar el Comercio Justo	Mejorar los procesos de producción, comercialización y apertura de mercados para los productos y servicios del Comercio Justo	Fortalecer a las organizaciones y empresas de Comercio Justo mediante la mejora de sus productos y servicios

**Tabla 5:
Responsabilidades
y programas de las
mesas técnicas
(o grupos de trabajo)**

	Mesa técnica 1	Mesa técnica 2	Mesa técnica 3	Mesa técnica 4
Responsabilidad	Fortalecimiento organizacional, y oferta de productos y servicios de Comercio Justo	Promoción del Comercio Justo y marketing nacional	Financiación	Mejora de los procesos de comercialización y apertura de mercados internacionales
Entidad rectora	MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería	IEPS: Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (Institut national de l'économie populaire et solidaire)	MPCEIP: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca – Viceministerio de Comercio	MPCEIP: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca – Viceministerio de Promoción : Pro Ecuador
Entidad de apoyo	IEPS	MAG	–	MPCEIP
Ejes	Eje 4	Ejes 2 y 3	Eje 2	Ejes 2 y 3
Programmes	<ul style="list-style-type: none"> Programa para que los actores del Comercio Justo elaboren una oferta organizada y sostenible Programa de mejora productiva Programa de capacitación en Comercio Justo 	<ul style="list-style-type: none"> Programa para el reconocimiento y la promoción del Comercio Justo en el ámbito local y el nacional Proyecto para promover el consumo responsable Programa de innovación y promoción de mercado en el ámbito nacional 	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto para la creación o adaptación de líneas de financiación específicas para el Comercio Justo 	<ul style="list-style-type: none"> Programa para el reconocimiento y la promoción del Comercio Justo en el ámbito internacional Programa para la promoción y la innovación en los mercados del Comercio Justo en el ámbito internacional

Factores de éxito y desafíos para la estrategia de Comercio Justo

Uno de los factores clave del éxito radicó en el interés y la voluntad política del gobierno del Presidente Rafael Correa de dar apoyo a los grupos vulnerables, lo que llevó a la incorporación del Comercio Justo a la Constitución. El hecho de que el Comercio Justo ya estuviese incluido en la Constitución de 2008 hizo posible desarrollar planes, programas y proyectos para organizaciones de pequeños productores ecuatorianos, como también organizar eventos, por ejemplo, una Conferencia sobre Comercio Justo que tuvo lugar en la ciudad de Cuenca en 2012⁴⁷. La Conferencia, en la que participaron actores clave del sector de Comercio Justo, fue fundamental para enriquecer el proceso de elaboración de la estrategia de Comercio Justo.

No obstante, existen tres desafíos principales que han demorado el ritmo del proceso de elaboración. Por la conformación interinstitucional y de múltiples partes interesadas, el principal desafío era tomar en consideración y consolidar los intereses y las necesidades de todas las partes interesadas a su satisfacción. El alto nivel de cambios de personal e institucionales en el seno de las seis instituciones públicas participantes también produjo demoras. Por otra parte, la naturaleza muy diversa de los actores ha requerido la realización de reuniones y talleres parcialmente separados, en especial en lo atinente a la participación de los pequeños productores de Comercio Justo.

Debido a los múltiples cambios institucionales, no ha sido posible publicar la estrategia como acuerdo interministerial de todos los ministerios intervinientes. Para poder seguir trabajando, y que al mismo tiempo participaran todos los ministerios que tomaban parte en el proceso de elaboración, finalmente se lanzó la estrategia como un acuerdo ministerial del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

2.2.3 Implementación, evolución y evaluación de las políticas

Las mesas técnicas han podido informar de algunos logros parciales y a corto plazo, y actividades de implementación concretas (véase la Tabla 6).

En comparación con el amplio alcance de la estrategia sobre Comercio Justo, aún hay carencias en cuanto a la implementación integral de los proyectos y programas del plan de acción de Comercio Justo. Sigue habiendo un gran potencial – aún no aprovechado – de lograr un cambio general de mentalidad y prácticas para potenciar el Comercio Justo en Ecuador.

Tabla 6: Ejemplos de actividades de implementación concretas

Mesa técnica	Ejemplos de actividades de implementación concretas
Mesa 1	<ul style="list-style-type: none"> • Simplificación de procedimientos para la regularización de las organizaciones • Capacitaciones sobre Comercio Justo
Mesa 2	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo para actividades comerciales concretas en todo el país, como ferias y el Día Internacional del Comercio Justo • Apoyo para obtener registros de salud • Creación de una guía para obtener una notificación sanitaria para los productos nacionales • Preparación de una guía de Comercio Justo y una guía de consumo responsable • Elaboración de un estudio de mercado y un perfil del consumidor nacional de productos de Comercio Justo
Mesa 3	Ejecución de un proyecto piloto con cinco organizaciones de Comercio Justo para el acceso a créditos asociativos
Mesa 4	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de una metodología para obtener estadísticas de exportación de productos de Comercio Justo • Publicación por parte de Pro Ecuador de cuatro anuarios sobre el Comercio Justo, con cifras oficiales sobre el sector de Comercio Justo • Eventos promocionales para el sector de Comercio Justo

2.2.4 Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación

Aunque no se llega a una implementación concreta e integral de la estrategia de Comercio Justo, durante el proceso de elaboración y en los primeros años de implementación se fijó una base muy estable para la implementación: una estrategia institucionalizada, concertada, integral e inclusiva con un plan de acción claro y concreto, responsabilidades institucionales definidas, estructuras ya establecidas y en funcionamiento, y con participación de todas las partes interesadas y el aporte de sus conocimientos y experiencia. La estrategia de Comercio Justo tiene validez hasta 2026, por lo que queda mucho tiempo para continuar con su implementación.

Ha habido participación de los actores del Comercio Justo desde el comienzo mismo, tanto en el proceso de elaboración como en el de implementación. Tanto la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) en Ecuador (Plataforma WFTO Ecuador) como la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ) forman parte del comité interministerial y son miembros de cada una de las mesas técnicas. Esto muestra a las claras que han sido reconocidas como aliadas estratégicas del gobierno en las cuestiones del Comercio Justo. Ello fortalece su posición, asegura el flujo de la información, y les permite influir de modo directo en los procesos

de toma de decisiones. Asimismo, se ha creado un espacio común público-privado que posibilita a los actores del Comercio Justo y sus representantes, en especial, articular sus necesidades e intereses (véase la Tabla 7).

Los puntos débiles clave, que hoy en día obstaculizan el proceso de implementación, son la escasez de recursos financieros, la poca sensibilización sobre el Comercio Justo en la mayoría de las estructuras gubernamentales, y la falta de una definición clara de Comercio Justo en el ámbito nacional, además de una limitada participación de las organizaciones de pequeños productores. La escasa disponibilidad de recursos financieros y la ausencia de un presupuesto definido⁴⁸, en particular, significan que la implementación de acciones concretas depende en gran medida de la voluntad política de las instituciones gubernamentales intervinientes; esto también supone un factor limitante para la plena implementación de la estrategia de Comercio Justo.

Los cambios múltiples y frecuentes de personal e institucionales pueden obstaculizar la continuidad de los conocimientos, la experiencia y el seguimiento del proceso de implementación. Una de las mayores amenazas radica en la situación política actual y el gobierno liberal, que está a favor de las grandes empresas. Un cambio político en las próximas elecciones podría crear una coyuntura favorable para que los actores del Comercio Justo sensibilicen sobre la materia.

Tabla 7: Análisis FODA de las políticas públicas y su implementación concreta en Ecuador

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La Constitución otorga un marco legal a la estrategia de Comercio Justo. • La estrategia de Comercio Justo tiene validez hasta 2026. • Estrategia integral, plan de acción claro y concreto, hoja de ruta con metas y objetivos anuales. • Responsabilidades institucionales claras para la implementación concreta de los cuatro ejes de la estrategia. • Un comité interministerial supervisa la implementación. • Estructuras establecidas a nivel de operación: comité interministerial y mesas técnicas. • La estrategia concertada se reconoce y acepta porque muchas partes interesadas intervinieron en el proceso de elaboración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación a corto plazo de acciones fragmentadas a lo largo de los cuatro ejes, falta de implementación integral. • Falta de recursos financieros, ausencia de un presupuesto definido para la implementación de los proyectos de cada eje. • Actualmente, la implementación depende mucho del compromiso y la voluntad institucional de los ministerios en cuanto a la asignación de recursos financieros, de personal y de tiempo, y a la asunción de responsabilidades. • Acuerdo ministerial por parte del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en lugar de un acuerdo interministerial, debido a los múltiples cambios de instituciones y dentro de ellas. • Pérdida de experiencia en el comité interministerial reformado debido a los cambios de los miembros y representantes ministeriales. • No ha sido posible la gestión de los recursos financieros en un marco interministerial; se necesita financiación de terceros. • Es difícil lograr la participación de las organizaciones de productores en las actividades de capacitación debido al largo tiempo de respuesta y a la escasa capacidad de tiempo disponible. • No hay una clara definición de Comercio Justo en el ámbito nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hay funcionarios con gran dedicación, experiencia y sensibilización en el Viceministerio de Comercio Exterior y Pro Ecuador. • La participación de las redes de Comercio Justo está institucionalizada; participan en el comité y en las mesas técnicas, y pueden articular sus necesidades e intereses. • Se da a los actores del Comercio Justo un espacio público-privado para articular sus necesidades e intereses. • Hay muchas instituciones intervinientes en el proceso de implementación que pueden aportar su experiencia; por ejemplo, la red de Comercio Justo, que tiene una participación activa. • Un cambio de gobierno podría ser un respaldo para más políticas y acciones concretas favorables al Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de los fondos disponibles para la implementación de la estrategia de Comercio Justo debido al COVID-19: los recursos financieros disponibles actualmente se distribuyen a los sectores social, de salud y educativo. • Cambio de prioridades en los sucesivos gobiernos en relación con el grado de apoyo que se desea brindar al Comercio Justo y a las organizaciones de pequeña escala.⁴⁹ • La participación de un gran número de instituciones y actores requiere coordinación y hace más lento el proceso de implementación. • Los actores intervinientes podrían perder interés y motivación a largo plazo. • La falta de conocimientos y sensibilización sobre el Comercio Justo en la mayoría de las estructuras gubernamentales, al igual que los múltiples y frecuentes cambios de personal e institucionales, obstaculizan la continuidad de los conocimientos, la experiencia y el seguimiento. • Falta una voz unificada debido a la colaboración fragmentada en el seno de las redes de Comercio Justo.

2.2.5 Recomendaciones y perspectivas futuras

La estrategia de Comercio Justo tiene un gran potencial cuanto se trata de impulsar la adopción del Comercio Justo en Ecuador. El hecho de que la estrategia tiene validez hasta 2026 ofrece la oportunidad de proseguir con la implementación concreta de los proyectos y actividades mencionados. Algunos posibles desafíos para la continuación de las actividades referidas al Comercio Justo en el marco de la estrategia de Comercio Justo son: 1) un posible cambio de gobierno, 2) el cambio de la Constitución que se avecina y 3) la finalización del plazo de la estrategia de Comercio Justo en 2026.

Factores clave para una implementación eficaz de la estrategia de Comercio Justo

En el caso de Ecuador, la implementación exitosa y eficaz de la estrategia de Comercio Justo depende de tres factores clave: 1) disponibilidad de recursos financieros, 2) voluntad institucional y política, y 3) participación de las partes interesadas, en particular, los actores y las redes de Comercio Justo.

1) Mejora del acceso a los recursos financieros y su gestión

No ha sido posible la gestión de los recursos financieros en un marco interministerial, debido a procedimientos administrativos específicos. Es

por este motivo que se necesita un sistema de solicitud de proyectos y gestión de recursos con intervención de terceros, por ejemplo, una ONG o un actor del Comercio Justo. En el caso de que el gobierno suministre los recursos financieros, es clave distribuir el dinero destinado a los distintos proyectos para cada mesa técnica, y asignar claramente la responsabilidad por la gestión del presupuesto a solo un ministerio.

2) Participación de los productores de Comercio Justo

La participación de las organizaciones de pequeños productores en las actividades de capacitación fue un desafío presente durante todo el proceso de elaboración e implementación. Las redes ecuatorianas de Comercio Justo y los actores institucionales pertinentes deben desarrollar una estrategia común para lograr una participación más eficaz de estas organizaciones de pequeños productores.

3) Papel y reconocimiento de las redes de Comercio Justo

Se necesita sensibilizar más sobre el Comercio Justo. Aunque las redes y los actores del Comercio Justo, al igual que el Comercio Justo en sí, son conocidos a nivel técnico en algunos ministerios, y entre los participantes de las mesas técnicas y el comité interministerial, falta un reconocimiento y una sensibilización sobre la importancia y el papel del Comercio Justo en un nivel ministerial y político más alto. Por tal motivo, se necesita más sensibilización

sobre el Comercio Justo en este grupo objetivo, con el fin de asegurar el apoyo y el compromiso futuro de estos actores. Este grupo objetivo se puede sumar a las actividades de capacitación de la mesa técnica 1.

Asimismo, se recomiendan las siguientes mejoras para garantizar una implementación eficaz y sin tropiezos:

4) Se requiere un acuerdo interministerial sobre la estrategia o un decreto ejecutivo presidencial

Las responsabilidades de las instituciones gubernamentales que integran las mesas técnicas, como también del comité interinstitucional, están definidas claramente y en el ámbito jurídico. No obstante, a causa de la ausencia de recursos financieros, la implementación depende en gran medida del compromiso y la voluntad institucional de los ministerios. Por lo tanto, se requiere un acuerdo interministerial sobre la estrategia de Comercio Justo o un decreto ejecutivo presidencial para asegurar un mayor impacto y promover la responsabilidad conjunta y el compromiso de los ministerios. Esto demostraría a las claras la prioridad asignada y el apoyo para el Comercio Justo, y contribuiría a una implementación eficaz y sin tropiezos de los proyectos y programas.

5) Definición de Comercio Justo en el ámbito nacional

Aún no hay una regulación específica en el ámbito nacional que defina qué se entiende por



Comercio Justo, y que determine con exactitud qué instituciones tendrán la misión de custodia, regulación, control y promoción del Comercio Justo. Una de las preguntas clave que es preciso contestar es la de cómo promover y apoyar a las organizaciones que adhieren a los principios del Comercio Justo internacional, pero no exportan y no tienen una certificación específica de Comercio Justo. Por tal motivo, en agosto de 2020 se puso en marcha un proyecto sobre la definición de Comercio Justo en el ámbito nacional. Al día de hoy el proyecto sufre demoras a causa del COVID-19, pero se recomienda encarecidamente hacer un seguimiento de este proyecto, pues tiene el potencial de inaugurar oportunidades de apoyo al Comercio Justo.

Recomendaciones al movimiento de Comercio Justo en Ecuador: Reforzar el trabajo de promoción de las redes de Comercio Justo

Los actores ecuatorianos del Comercio Justo cumplen un papel fundamental en el desarrollo y la implementación de la estrategia de Comercio Justo. Para ellos, es del todo esencial posicionarse en el ámbito nacional y estar presentes en la arena política. Esto podría permitirles hacer frente a algunos posibles desafíos en el futuro. En la actualidad no existe en Ecuador una plataforma común del Comercio Justo. Si se lograra reunir a los actores del Comercio Justo en una organización central, se fortalecería su posición y podrían aparecer como una voz fuerte y cohesiva.

Sumado a esto, las redes de Comercio Justo podrían fortalecer su posición por las siguientes vías: 1) apoyando al gobierno con solicitudes de proyectos por cada mesa técnica, y pidiendo al gobierno apoyo financiero para cada mesa técnica, además de una definición de responsabilidades claras para la implementación de los proyectos; 2) participando activamente en el proyecto piloto sobre la definición de Comercio Justo; 3) organizando reuniones y talleres de sensibilización con representantes de los ministerios presentes en el actual comité interministerial; y 4) apoyando la participación de los pequeños productores en las actividades planificadas.

2.3

Bélgica

Más allá del país del chocolate

2.3.1 Introducción

La monarquía federal, constitucional y parlamentaria de Bélgica es muy compleja. Bélgica es famosa por muchas especialidades gastronómicas; entre ellas, por supuesto, las patatas fritas, la cerveza y el chocolate. La industria chocolatera es muy importante para la economía del país. También es un símbolo internacional. Desde 2018, ha habido una iniciativa de sostenibilidad con intervención de múltiples partes interesadas que trabaja para cambiar toda la industria del cacao y el chocolate, centrándose en el ingreso digno, el desarrollo sostenible y la deforestación. Hace algunos años, el movimiento belga de Comercio Justo recibió un enorme impulso cuando, por medio de una resolución federal, se declaró a Bélgica como país de Comercio Justo. El Comercio Justo no era novedad en Bélgica. Históricamente, existía en el país desde fines de los años sesenta. Desde el año 2000, el movimiento de Comercio Justo ha recibido apoyo gubernamental, y antes de 2010 hubo algunos intentos tempranos de definir el Comercio Justo en la legislación. El sector de la cooperación para el desarrollo incorporó el Comercio Justo en sus operaciones gracias a una ley de 2013, y aún presta mucho apoyo a las operaciones tanto externas como internas. El Comercio Justo en Bélgica puede ser una importante fuente de inspiración para todo el movimiento y para los responsables de la formulación de políticas, gracias a la diversidad de las políticas públicas del país y a algunas de las iniciativas emprendidas. Esta investigación se centrará en las

políticas públicas de cooperación externa y para el desarrollo, en la campaña "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo" y en la innovadora iniciativa de sostenibilidad denominada Beyond Chocolate ("Más allá del chocolate").

2.3.2 Políticas públicas sobre Comercio Justo: Elementos clave y reseña histórica

Cooperación externa y para el desarrollo (2013)

Desde el inicio del milenio, el área de cooperación para el desarrollo de Bélgica ha reconocido y mencionado el Comercio Justo en su estrategia. La Ley relativa a la cooperación belga para el desarrollo, del 19 de marzo de 2013, especifica que uno de sus objetivos es apoyar el comercio justo y sostenible (Artículo 6, Inciso 3). La cooperación internacional sobre cuestiones relativas al Comercio Justo se canaliza mediante el Centro de Comercio para el Desarrollo (Trade for Development Centre, o TDC), que forma parte de la Agencia Belga para el Desarrollo, ENABEL. El TDC, que originalmente llevaba el nombre de Centro de Comercio Justo, se creó en 2005 y coordina la Semana del Comercio Justo. En 2009, el organismo cambió de nombre y pasó a integrar proyectos comerciales más sostenibles. El acuerdo actual es válido por 5 años y cuenta con un presupuesto total de EUR 7,5 millones. El TDC tiene a su cargo diversas actividades: información, promoción y programas externos, como formación sobre gestión empresarial y marketing

para microempresas, pequeñas y medianas empresas y cooperativas africanas. El personal del TDC está compuesto por un equipo pequeño pero experto y de dedicación exclusiva, que cubre cuatro puestos de tiempo completo.

Campaña y resolución “Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo” (2016-2017)

Tras varios intentos fallidos por definir el Comercio Justo en la legislación y a instancias del TDC (responsable de la organización de la Semana del Comercio Justo del país), en 2016 se puso en marcha una campaña para “Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo”. Se redactó un borrador de resolución, que el 20 de julio de 2017 se aprobó a nivel federal. Se trata de un verdadero compromiso y de una señal de auténtico apoyo federal. Gracias a los esfuerzos de un grupo de trabajo de Comercio Justo informal y muy motivado, integrado por miembros del Parlamento y algunas ONG, se votó el texto y la resolución⁵⁰ se adoptó casi por unanimidad⁵¹. La resolución hace referencia a distintos textos europeos⁵² y también a la Ley de cooperación y desarrollo de Bélgica de 2013. Fundada en numerosas consideraciones —entre ellas, una resolución del Parlamento Europeo⁵³, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y la nueva legislación sobre contratación pública—, la resolución tenía la ambición clara e inequívoca de hacer del Comercio Justo un verdadero objetivo para Bélgica. El Parlamento federal ha asumido el compromiso de extender la resolución a otros parlamentos regionales y provinciales, de

organizar un evento promocional en el Parlamento con frecuencia anual, y de apoyar una Semana del Comercio Justo. Mediante la resolución, se invita al sector civil, el público y el privado, incluido el sector de servicios de comidas, “a dar al Comercio Justo el lugar que merece”, a reforzar las políticas públicas de contratación de Comercio Justo, y a centrarse en lograr que los circuitos cortos, locales y orgánicos reciban una remuneración justa. También se pide a las empresas públicas que adquieran vestimentas y textiles de Comercio Justo. En la resolución se pide al gobierno federal coordinar con las autoridades regionales y comunales de Bélgica para asegurar la coherencia de las iniciativas en favor del Comercio Justo, y establecer las sinergias necesarias para velar por que las acciones emprendidas por cada nivel de autoridad en sus áreas de especialidad se refuercen mutuamente, y sean eficaces y pertinentes⁵⁴.

Iniciativa Beyond Chocolate

Uno de los puntos de interés centrales de este estudio es la ambiciosa iniciativa titulada Beyond Chocolate (BCI, o “Más allá del chocolate”), lanzada a fines de 2018. La iniciativa, en la que participan múltiples partes interesadas, apunta a hacer más sostenible la industria belga del chocolate y el cacao combatiendo la deforestación y el trabajo infantil con el año 2025 como horizonte, y logrando un ingreso digno para los productores de cacao hacia el año 2030. La iniciativa belga se vio influida por la existencia de otros proyectos europeos similares, en especial la Iniciativa Alemana para el Cacao Sostenible (GISCO), de 2012.

En abril de 2017, el TDC escribió al ministro de Cooperación para el Desarrollo con el fin de llamar su atención sobre la situación en el sector del cacao y el chocolate. Un año más tarde se dio un gran paso, cuando un estudio reveló que los productores de cacao estaban trabajando en condiciones de pobreza extrema⁵⁵. En ese momento, Fairtrade Bélgica, Oxfam, Belvas y otras organizaciones mantuvieron una conferencia de prensa con el objeto de mostrar la realidad y reclamar cambios en el sector del cacao. Como resultado, la cuestión tuvo gran cobertura de los medios de comunicación. Mientras tanto, el gobierno había estado trabajando detrás de la escena con vistas a poner en marcha una iniciativa con la industria del cacao. El reclamo de los asociados de la sociedad civil contribuyó a acelerar el proceso y aseguró la participación de la sociedad civil en la iniciativa. Además, determinó que el eje del programa fuese la cuestión del ingreso digno.

La idea de crear una iniciativa con intervención de múltiples partes interesadas en toda la extensión de la cadena de suministro se estaba haciendo realidad. También fue esencial el apoyo de la Iniciativa de Desarrollo Sostenible (IDH) y del Primer Ministro. Ya se había implementado la legislación referida a la Agencia Belga para el Desarrollo (ENABEL), y el Ministro de Cooperación, Alexander De Croo⁵⁶, había sido invitado a una reunión destinada a pensar soluciones – que se celebraría en junio de 2018 – con la Real Asociación de las Industrias del Chocolate, el Praliné, las Galletas y las Golosinas

de Bélgica (Choprabisco). Gracias a una parte del trabajo realizado por las ONG, los medios y la opinión pública ejercieron presión sobre el sector del cacao, y la reunión dio como fruto una solución innovadora. Según algunos entrevistados, la sugerencia del ministro fue que todos participaran en el debate, con el fin de encontrar una forma común de trabajar sobre las cuestiones del ingreso digno, la pobreza en la cadena de valor del cacao y la deforestación. Si las partes interesadas no querían aceptar una iniciativa progresista para el chocolate, sería necesario aprobar legislación para hacerla posible. No se invitó a la reunión a las ONG de Comercio Justo, pero estuvieron presentes algunas empresas chocolateras de Comercio Justo (como Belvas) que se aseguraron de que el movimiento de Comercio Justo se hiciera oír.

2.3.3 Implementación, evolución y evaluación de las políticas

Cooperación externa y para el desarrollo

El TDC lleva adelante diversas actividades, entre ellas, algunas tendientes a mejorar el acceso al mercado para los pequeños productores del Sur global. Una herramienta innovadora es un programa de formación sumamente ambicioso. Entre 2014 y 2017, prestó apoyo a 122 organizaciones de productores y microempresas y pequeñas y medianas empresas, o unos 110.994 beneficiarios⁵⁷. Los resultados son dignos de resaltar: certificación de 8.152 productos nuevos, un aumento

del 135,71 % en las ventas, un aumento del 116,95 % en la producción, un aumento promedio del 60 % en los costos de ventas, un aumento promedio del 84,11 % en los ingresos de los productores y la participación de 169 organizaciones en ferias de la industria. Desde 2018 hasta fines de 2022, el TDC se propone dar apoyo a 59 pequeñas y medianas empresas (pymes) y cooperativas de África, como también a 8 organizaciones de apoyo empresarial. De estas, 14 pymes ya han tenido el beneficio de un programa completo de formación en marketing y dos de ellas, ECAM y SCINPA, fueron elegidas la primera y la segunda cooperativa del cacao de Costa de Marfil (Côte d'Ivoire) en el año 2020. El TDC también cumple una enorme tarea de información y sensibilización tanto en Bélgica como en el extranjero. El equipo es responsable de la organización de la Semana del Comercio Justo y de la publicación de numerosos estudios, entre ellos, el barómetro del Comercio Justo, estudios de mercado, encuestas de opinión, etc. El TDC forma parte de la red europea TRIC (de instrumentos comerciales conectados). El TDC también fue miembro del comité técnico del Premio Ciudad de la UE por el Comercio Justo y Ético, un proyecto encabezado por el Centro de Comercio Internacional (CCI o ITC). El TDC organiza varios grupos de trabajo, como el grupo de trabajo para la campaña "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo"⁵⁸, el grupo de trabajo sobre debida diligencia en derechos humanos, grupos locales informales como coanimador, y de Comercio Justo interno. La nueva Ministra de Desarrollo y Cooperación, Meryame Kitir⁵⁹, mencionó el Comercio Justo en su carta de aceptación⁶⁰.

Resolución "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo"

En octubre de 2016, el TDC puso en marcha la campaña que apuntaba a hacer de Bélgica un país de Comercio Justo con el año 2020 como horizonte. El propósito de "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo" era alcanzar hacia 2020 un conjunto de objetivos, entre ellos los siguientes:

- Aumentar al 95 % el porcentaje de belgas que habían oído hablar del Comercio Justo: este objetivo se alcanzó.
- Lograr que cada uno de los belgas gastara aproximadamente EUR 15 al año en productos de Comercio Justo: este objetivo se alcanzó.
- Lograr que todas las grandes cadenas de supermercados ofrecieran productos de Comercio Justo: este objetivo se alcanzó en 2020, gracias al trabajo de Fairtrade Bélgica.
- Lograr que el 51 % de los municipios belgas fuesen ciudades de Comercio Justo: este objetivo no se alcanzó (se llegó solo al 42 %). Cabe mencionar que la campaña de las ciudades de Comercio Justo incluye un sexto criterio: el Comercio Justo local.
- Lograr que más de la mitad de las provincias belgas fuesen provincias equitativas: este objetivo no se alcanzó en 2020, pues solo 5 de las 10 provincias, y no 6, lo cumplieron.
- Lograr que el 80 % de los parlamentos o ministerios federales y regionales y las comunas consuman regularmente al menos dos productos

de Comercio Justo: este objetivo parece haberse alcanzado, y cabe destacar que gracias al enorme trabajo de Fairtrade Bélgica, pero es preciso evaluarlo.

- Lograr que el Comercio Justo se mencione al menos 600 veces al año en los medios de comunicación dominantes: este objetivo claramente se logró gracias a la Feria del Comercio Justo anual.

La campaña respaldada oficialmente por esta resolución no ha alcanzado todavía su objetivo, y Bélgica no es aún un país de Comercio Justo. El grupo de trabajo espera que se produzcan nuevos avances antes del reconocimiento oficial de Bélgica como país de Comercio Justo. Los actores belgas del Comercio Justo incorporarán nuevos criterios y modificarán los hoy presentes en los requisitos antes de reconocer a Bélgica como país de Comercio Justo.

Iniciativa Beyond Chocolate ("Más allá del chocolate")

En diciembre de 2018, el Ministro de Cooperación Alexander De Croo anunció que, para el año 2025, el 100 % del chocolate belga tendrá certificación de sostenibilidad (aun si fuese una autocertificación). Luego, para el año 2030, la industria belga del chocolate habrá dejado de contribuir a la deforestación ("deforestación cero") y todos los productores de cacao participantes en la producción del chocolate belga tendrán un ingreso digno. En lo que en realidad fue una continuación de la Carta Belga para el Desarrollo Sostenible Internacional⁶¹, adoptada

dos años antes, todas las partes interesadas, como también Choprabisco, minoristas, universidades belgas, ONG, inversores de impacto, sindicatos y empresas se unieron y firmaron la iniciativa con el propósito de lograr que el chocolate belga fuese lo más sostenible posible. Las empresas belgas exportan anualmente un total de 600.000 toneladas métricas de chocolate a todo el mundo, y por el puerto de Amberes (afiliado a la iniciativa Beyond Chocolate) ingresa la importación de más de 300.000 toneladas métricas de cacao en grano. Irónicamente, ese mismo día, el gobierno belga renunció y el Reino experimentaría un largo período de parálisis política (589 días sin un gobierno establecido).

El desafío es inmenso: el volumen de negocios anual de la industria chocolatera belga llega a los EUR 5.000 millones, y en la industria intervienen más de 500 empresas. Inmediatamente después del acuerdo, se destinaron fondos a la Iniciativa de Comercio Sostenible (IDH) —una iniciativa social conformada por empresas del sector público y el privado de Suiza, los Países Bajos y Dinamarca— y se le encomendó crear una secretaría para implementar un programa con una financiación de EUR 2,5 millones a lo largo de tres años (EUR 500.000 para infraestructura y el resto para financiar proyectos). El comité directivo estaba integrado por un representante de cada parte interesada. El proyecto se inició en enero de 2019 y, hacia la mitad de ese año, estaba en plena ejecución. Un cambio notable: la financiación debería haber tenido validez a lo largo de cinco años y no de tres. Se crearon distintos grupos de

trabajo para examinar temas como el ingreso digno, el trabajo infantil, el seguimiento y la evaluación. Se fijaron algunos indicadores para establecer un marco de rendición de cuentas y movilidad. Se aplica el principio de que cada asociado debe informar a los demás de su "trabajo en curso".

Poco a poco, se adquirió confianza, que dio lugar a la transparencia y la colaboración. El primer proyecto piloto se lanzó en 2020: la aprobación tuvo lugar en mayo de 2020 debido a la crisis del COVID-19. El proyecto se centra en el ingreso digno para los productores de cacao de Costa de Marfil⁶². Los proyectos posteriores se enfocan en lo siguiente: la producción de cacao orgánica, sostenible y de gran calidad en la cooperativa Yeyasso de Man, de Costa de Marfil; el cambio de la norma en el sector del cacao y la aceleración del ingreso digno de los productores de cacao también en Costa de Marfil; el proyecto Beyond Trees ("Más allá de los árboles"), que trabaja para lograr mejores ingresos para los productores de cacao; un proyecto de ingreso familiar y diversificación de productos en Ghana; el ingreso digno para las fincas orgánicas sostenibles; y la gestión del terreno para los medios de vida del cacao⁶³. Se tiene la esperanza de poder replicar fácilmente todos los proyectos en otros lugares. Estos son los principales resultados de la iniciativa BCI hasta el momento, pero están surgiendo otras iniciativas; algunas de estas podrían ser muy importantes y llevar a la incorporación de distintas marcas (como Lidl o Galler) al movimiento belga de Comercio Justo.

2.3.4 Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación

Tabla 8: Análisis FODA de las políticas públicas y su implementación en Bélgica

Cooperación para el desarrollo	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte cooperación internacional y apoyo a ONG. • Largo historial de cooperación internacional y apoyo al Comercio Justo (desde 2002). • Vínculos con la economía social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bélgica es responsable de una gran cantidad de madera importada de deforestación. • Múltiples niveles de poder y múltiples ministerios responsables de la cooperación para el desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de la nueva ministro que mencionó directamente el Comercio Justo en su carta de aceptación. • El Comercio Justo ahora forma parte de la cooperación para el desarrollo. • El TDC está bien estructurado. • Vínculos entre el Comercio Justo y la debida diligencia en derechos humanos (prioridad de la ministro). 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Impacto del COVID-19 en el presupuesto a largo plazo? • El Comercio Justo sigue compitiendo con otras prioridades.

**Campaña y resolución
"Hacer de
Bélgica un país
de Comercio
Justo"**

FORTALEZAS

- Como texto no vinculante, la resolución da lugar a una gran coalición con participación de diversos partidos políticos.
- Obliga al Parlamento federal a adoptar medidas concretas a favor del Comercio Justo.
- Cuando se aprobó la resolución, el ministro federal envió una carta a los ministros regionales y comunales.
- Integración del comercio local y los circuitos cortos en el proceso.
- Criterios ambiciosos.
- Un grupo de trabajo crea un buen ambiente de trabajo.

DEBILIDADES

- No es vinculante, pero el gobierno debe emitir todos los años un informe de progreso.
- Requiere un fuerte seguimiento parlamentario.
- No se alcanzaron los objetivos por la existencia de distintos niveles de poder en la configuración institucional belga.
- Si se elige un nuevo gobierno, la resolución puede ser ignorada.
- El gobierno cesó en sus funciones en 2018 (por 589 días, el país estuvo sin gobierno).
- No todos los políticos "siguieron el juego".

OPORTUNIDADES

- Podría ser una vía para una nueva legislación después de varios intentos por definir el Comercio Justo en la ley.
- El COVID-19 parece haber estimulado el comercio local e interno; esta situación, incorporada en forma de criterios a la resolución, puede ayudar a alcanzar los objetivos y a sensibilizar a más personas y ciudades, y llevar al surgimiento de un gran volumen de Comercio Justo local e interno.
- Fuerte cobertura de las cuestiones del Comercio Justo en los medios de comunicación.
- Una resolución con un amplio apoyo político puede promover la adopción de una campaña de Comercio Justo más ambiciosa.
- La Semana del Comercio Justo forma parte de una campaña más ambiciosa.
- Intervención importante del TDC.

AMENAZAS

- Menos participación de ciudades de Valonia que de Flandes.
- El Comercio Justo se relaciona con los ODS, pero no con todos.
- Los actores del Comercio Justo están divididos por las peculiaridades culturales dentro de Bélgica.
- El Comercio Justo no está de moda.
- Escasa cobertura de la resolución en los medios de comunicación.

**Iniciativa
Beyond
Chocolate**
FORTALEZAS

- Iniciativa de múltiples partes interesadas: variedad de actores; por ejemplo, puerto de Amberes, universidades, sociedad civil.
- Sistema integrado.
- Alcance geográfico extenso y visión ambiciosa.
- Participación de minoristas.
- Nuevas empresas se han incorporado y han firmado la Carta.
- Cobertura de los medios de comunicación.
- Los ODS, la deforestación, el trabajo infantil y el ingreso digno son pilares de la iniciativa.
- Va más allá de otras iniciativas europeas similares.
- Crea un marco común para el sector de cacao; información compartida sobre buenas prácticas.
- Puede influir sobre otras iniciativas ya existentes, como la suiza y la alemana (SWISSCO y GISCO),⁶⁴ en particular en lo referido al ingreso digno.
- Proyectos piloto cuya escala se puede ampliar.
- Un primer paso pequeño pero importante.
- Vuelve a poner en primer plano la historia de la lucha contra la esclavitud infantil y la explotación humana en la industria del cacao (Protocolo Harkin-Engel).

DEBILIDADES

- Es preciso mejorar la presentación de informes y el seguimiento (demasiado lentos, y las empresas tienen que ser más proactivas y transparentes).
- Falta de implementación.
- Mecanismos de control no vinculantes; las normas voluntarias son muy endeblés y las industrias no saben lo suficiente sobre el impacto de las mejoras en el ingreso digno.
- Algunos actores africanos afirman que los esfuerzos de "sostenibilidad" de los países del norte integrantes de la cadena del cacao no bastan y son demasiado lentos.
- Solo para el sector del cacao, no para otros recursos necesarios (azúcar, aceite).
- Algunas empresas intervinientes están usando aceite de palma no sostenible (falta de coherencia).
- Puede complejizarse en exceso.
- No conocida para nada por la opinión pública.
- Una resolución no vinculante puede de todos modos usarse como herramienta de comunicación.

OPORTUNIDADES

- El ingreso digno podría pasar a ser obligatorio en el sector belga del cacao.
- Credibilidad y legitimidad del sector de Comercio Justo.
- Podría ayudar para que el Comercio Justo sea reconocido como una herramienta seria.
- Algunos proyectos piloto directamente relacionados con el Comercio Justo.
- Demuestra que el Comercio Justo está vinculado con el desarrollo sostenible.
- Logra la participación de minoristas, nuevas empresas y una gran parte del sector del cacao en el Comercio Justo y sostenible.
- Inspiración para otros sectores (por ejemplo, el del banano, el aceite de palma, el café, etc.): "más allá de los alimentos".
- Nuevos mercados, nuevas empresas, aculturación de organizaciones.
- El Comercio Justo se tiene en consideración más a menudo.
- Aumento de la cooperación con actores que no son de Comercio Justo.

AMENAZAS

- Riesgo de dilución de los principios del Comercio Justo.
- Competencia con iniciativas de sostenibilidad con "autoetiquetado".
- Riesgo muy importante de un "lavado de cara" que dé una falsa apariencia de prácticas ecológicas o justas: contradicción entre la participación de las empresas y el beneficio de marketing que obtienen gracias a la iniciativa.
- Los actores del Comercio Justo no tienen suficiente información ni apoyo internacional para situarse a la cabeza de la acción.

2.3.5 Recomendaciones y perspectivas futuras

Recomendaciones generales

Bélgica es un país interesante en cuanto a la variedad de las políticas públicas favorables al Comercio Justo. Sin embargo, al parecer, la Federación Belga de Comercio Justo (BFTF) no tiene la posibilidad de recibir subvenciones del gobierno federal porque no está reconocida como ONG. Esta situación es lamentable para el sector belga del Comercio Justo, que necesita una plataforma representativa a nivel nacional, como las hay en muchos otros países europeos. La BFTF debería representar mejor a todos los actores belgas. El movimiento de Comercio Justo de Bélgica, que ya está conectado con las iniciativas de sostenibilidad —por ejemplo, la iniciativa Beyond Chocolate—, podría establecer vínculos con el Instituto Federal de Desarrollo Sostenible (IFDD/FIDO) del país. Aun cuando el Comercio Justo tiene una buena imagen, no se lo asocia necesariamente con el desarrollo sostenible. Algunos actores adjudican la falta de interés en las iniciativas de Comercio Justo a una percepción de que ha pasado de moda. Sabiendo esto, el Comercio Justo tiene que revitalizar su imagen con una campaña renovada y comunicar mejor las iniciativas y resoluciones detalladas en el presente estudio de caso. En cuanto a la legislación en sí, algunos expertos consideran que los artículos que definen el Comercio Justo podrían incorporarse

a las políticas públicas sobre, por ejemplo, la contratación pública y la cooperación internacional.

Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo

El Comercio Justo en Bélgica estaría “donde debe estar”⁶⁵ si la resolución sobre la materia se implementara en el ámbito nacional. Algunas provincias y comunas la han acatado y se han autodeclarado “de Comercio Justo”⁶⁶, pero hay muchas cosas que se podrían hacer a nivel central para hacer realidad la resolución. Se podría crear un grupo interparlamentario formal, y se le podrían asignar fondos y una secretaría. Se podría requerir a cada institución pública participante en la campaña de las ciudades o regiones de Comercio Justo designar a un empleado como punto de enlace para el Comercio Justo⁶⁷. Se debería promulgar legislación sobre la debida diligencia en derechos humanos. Actualmente hay un grupo de trabajo que está examinando la cuestión, y casi 50 empresas belgas ya han firmado una carta a favor de una legislación de esa índole. Podrían fijarse metas anuales para el gasto de los consumidores en productos de Comercio Justo, y se podría requerir a los supermercados aumentar el volumen de productos de Comercio Justo en los estantes, en un determinado porcentaje cada año. Deberían crearse al menos tres nuevas alianzas o iniciativas privadas y públicas sobre la base del modelo de Beyond Chocolate. Tal vez se requiera una nueva resolución federal, que establezca claramente los requisitos aquí mencionados.

Iniciativa Beyond Chocolate (“Más allá del chocolate”)

Sería interesante hacer un seguimiento de los proyectos piloto de la iniciativa Beyond Chocolate, que actualmente están en curso. Se hacen las siguientes recomendaciones. La existencia de más financiación gubernamental y de más proyectos piloto podría ser una excelente forma de alentar nuevas iniciativas y replicarlas. Durante nuestra investigación, observamos que algunas empresas sencillamente no tenían tiempo suficiente para la iniciativa. Con fondos adicionales, las empresas podrían crear puestos de trabajo internos o pasantías. Esto podría funcionar como incentivo para tomar parte en la iniciativa. También podrían crearse alianzas con escuelas u organismos nacionales de desempleo. En algunos casos falta interés público, aunque la iniciativa ha tenido una buena cobertura de los medios de comunicación. Se requiere un debate para encontrar nuevas formas de comunicar y de implicar a la opinión pública (por ejemplo, un logo en el empaque de las empresas participantes, o una obligación de comunicar una vez al año a través del sitio web del participante). Quizá sea necesario que el debate profundice más, por ejemplo, en el proceso del ingreso digno.

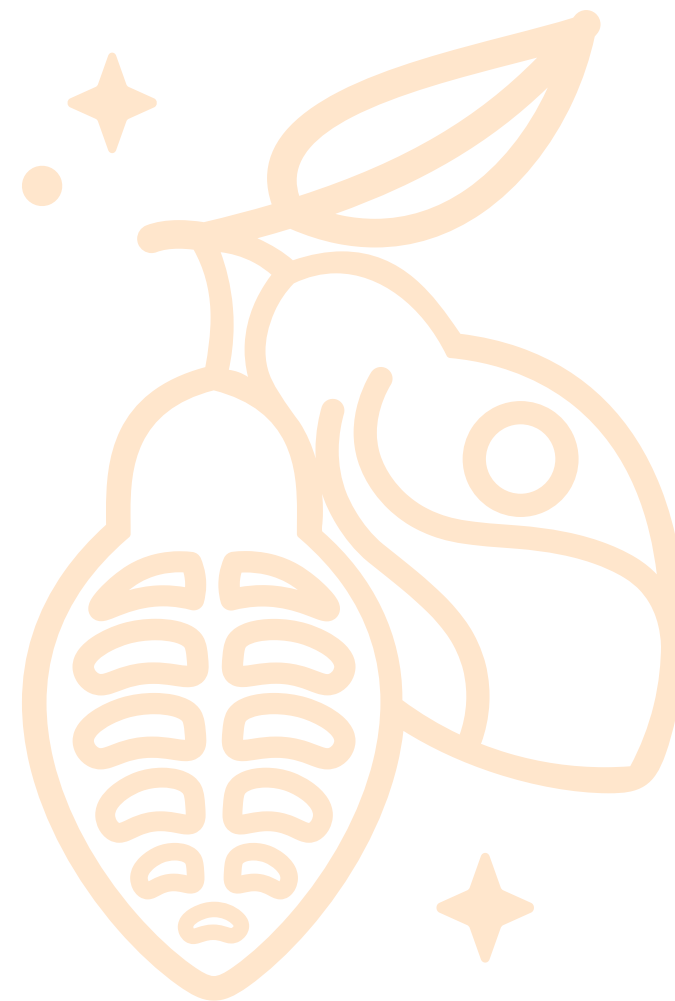
Es preciso corregir la autocertificación de los programas de sostenibilidad sin equivalencia de una organización a otra, pues en esto radica el principal punto débil de la iniciativa. Esto es importante para Bélgica y para otros países que deseen poner en

marcha proyectos similares. Como alternativa, se propone que la certificación la realice una organización de etiquetado independiente y seria, capaz de identificar las buenas y malas prácticas. Aun cuando esta iniciativa voluntaria es interesante, sugerimos que una regulación del sector del cacao y otros sectores afines sería un paso que acercaría al objetivo de llegar a ser un país del chocolate y el cacao sostenible. Se recomienda que los actores del Comercio Justo formen una coalición fuerte para obligar a las empresas del cacao a destinar un porcentaje de su volumen de negocios anual al Comercio Justo y sostenible, y a imaginar nuevos criterios para una iniciativa Beyond Chocolate+. ¿Y por qué no crear un premio especial?

El objetivo parece ser replicar y ampliar la iniciativa para abarcar otros sectores. Por eso se sugirió que lo hiciera primero el gobierno federal. Esto será posible tras una evaluación independiente del progreso alcanzado. Los productos que se perfilan como próximos destinatarios de este enfoque son el aceite de palma, la soja, la carne de vaca importada, el café y quizá el banano. Mientras continúan las discusiones sobre el tema con el Grupo de Responsabilidad Social de la Comisión Interdepartamental para el Desarrollo Sostenible, se recomienda encarecidamente que los actores del Comercio Justo, tanto belgas como internacionales, se mantengan atentos al proceso e intenten implicarse en él desde el principio. Con respecto a la cooperación internacional, recomendamos a los

Estados miembro de la UE formar más alianzas entre sí, para que los productores de Comercio Justo tengan acceso a más mercado y se tornen más autónomos.

El Comercio Justo representa un mercado creciente y muy dinámico en Bélgica, en particular en cuanto al comercio interno y como resultado del impacto del COVID-19 en la conciencia de los consumidores. Los actores del Comercio Justo ya están trabajando duro para crear nuevas alianzas con varios otros actores, empresas y ONG que trabajan en cuestiones de sensibilización ecológica. Esto puede ir más allá – en especial con el apoyo de The Shift, el centro líder en conocimientos expertos sobre los principios rectores de las Naciones Unidas relativos a los negocios y los derechos humanos – y se puede sensibilizar más a los consumidores mediante una campaña como la muy destacable ejecutada por Oxfam Fair Trade y titulada Bite to Fight (“Un bocado para combatir”). Para concluir, Bélgica puede llegar a ser un país de Comercio Justo en 2025, pero solo si el movimiento de Comercio Justo y los responsables de la formulación de políticas adoptan más medidas concretas y ayudan a que el movimiento llegue a ser más reconocido.



2.4

Francia

La universalización del Comercio Justo

2.4.1 Introducción

Francia es pionera en el terreno del Comercio Justo y es, históricamente, un país de Comercio Justo⁶⁸. Fue el primer país europeo en definir el concepto de Comercio Justo en la legislación, en 2005. En 2014, una Ley de Economía Social y Solidaria redefinió el concepto de Comercio Justo. En la última década, la expansión del Comercio Justo en Francia ha sido notable. Mediante múltiples políticas públicas, se ha dado estructura al sector y se le ha permitido expandirse. La regulación francesa sobre Comercio Justo es clave: la definición que plantea es universal y enmarca el Comercio Justo interno. El volumen de negocios del Comercio Justo ascendió a EUR 1.500 millones en 2020. Cada año el gasto per cápita es de EUR 20, y el Comercio Justo interno representa alrededor de 1/3 del total del mercado de Comercio Justo francés. Recientemente hubo modificaciones a la ley que otorgaron al Comercio Justo un nuevo marco, y esto implica que las afirmaciones ahora pueden someterse a un control. En el presente trabajo se detalla la evolución de la definición jurídica del Comercio Justo, y se hará foco sobre la cooperación internacional, en el marco de ambiciosos programas internacionales de comercio solidario.

2.4.2 Políticas públicas sobre Comercio Justo: Elementos clave y reseña histórica

Universalización del Comercio Justo y pioneros en la definición

En 2005, en nombre del ministro de Pequeñas y Medianas Empresas, Comercio, Artesanías, Profesiones Liberales y Asuntos del Consumidor, el parlamentario Antoine Herth elaboró un informe sobre el Comercio Justo que incorporó este concepto a la legislación por primera vez en la historia europea y francesa. El Artículo 60 de la Ley N.º 2005-882, titulada "A favor de las pequeñas y medianas empresas", comienza con la siguiente oración: "El Comercio Justo forma parte de la estrategia nacional de desarrollo sostenible". Luego continúa: "En cuanto a las actividades de comercio, artesanías y servicios, el Comercio Justo organiza el comercio de bienes y servicios entre los países desarrollados y los productores desfavorecidos ubicados en los países en desarrollo. El Comercio Justo se propone establecer una relación duradera con progreso económico y social para estos productores". En su tercera oración, el Artículo 60 ordena crear una comisión nacional especial con la misión de establecer estándares comunes para los bienes del Comercio Justo⁶⁹. Lo que hizo que este informe parlamentario fuera tan positivo fue el hecho de que quien lo encomendó fue el ministro, y no se trató de una iniciativa del movimiento de Comercio Justo. Hubo dos factores principales que posibilitaron

la incorporación del Comercio Justo a la ley: por una parte, la opinión pública estaba muy a favor del Comercio Justo y, por el otro, el tema estaba muy difundido en los medios de comunicación en ese momento. Los planetas estaban alineados, porque, al parecer, la ley también era muy acorde a las expectativas de quienes intervenían en el sector de Comercio Justo. El Comercio Justo era percibido y practicado como un poder simbólico para ayudar a los productores del Sur. En el momento, había escasa oposición a la nueva ley. Algunos actores, como Minga, estaban a favor de una visión universal del Comercio Justo y decidieron apartarse de la Plataforma Francesa de Comercio Justo⁷⁰. También cabe destacar la fuerte cultura de las organizaciones orientadas al interés del consumidor, muy influyentes en Francia, que indirectamente fueron responsables del deseo gubernamental de aclarar el uso del término "Comercio Justo". Aunque la Comisión Nacional de Comercio Justo no estableció estándares comunes, el Comercio Justo interno francés estaba en crecimiento, y la economía social y solidaria cobraba impulso en el ámbito político. Cuando se sometió a revisión la ley de 2005, cambiaron considerablemente la interpretación y el reconocimiento del concepto de Comercio Justo. En 2014, se propuso una Ley de Economía Social y Solidaria que incluía (en su Artículo 94) una definición jurídica del Comercio Justo con seis principios esenciales; por esta vía, se universalizaba el uso del Comercio Justo para todo tipo de intercambio. Los seis principios eran los siguientes:

1. El Comercio Justo está consagrado a los productores o trabajadores económicamente desfavorecidos que se han organizado formando organizaciones democráticas.
2. Debe haber un compromiso a largo plazo entre los asociados comerciales. El plazo mínimo de ese compromiso es de tres años.
3. El precio justo pagado por los asociados comerciales se basa en los costos de producción identificados y en una negociación comercial equilibrada.
4. Los socios comerciales deben pagar una cantidad complementaria para respaldar los proyectos colectivos destinados a empoderar a los productores y sus organizaciones (equivalente a la Prima de Comercio Justo Fairtrade).
5. Todos los comerciantes deben comprometerse con la trazabilidad y la transparencia de la información al consumidor.
6. Las empresas que afirmen públicamente adherir al Comercio Justo deben emprender acciones tendientes a sensibilizar y promover la educación sobre los métodos de producción y consumo que sean sostenibles desde el punto de vista social y ambiental.

Posteriormente, en septiembre de 2015, con la adopción del Decreto N.º 2015-1157 relativo al Comercio Justo, se especificaron algunos elementos adicionales referidos al contrato y el precio pagado por el comprador⁷¹. En el Decreto también se definió qué se entendía por situación económica desfavorecida⁷². Dado que la exigencia de algunos actores del Comercio Justo de utilizar el Comercio Justo en el plano interno era elevada, había considerables expectativas en torno al desarrollo de este mercado. Los factores de éxito relacionados con esta nueva legislación eran diversos: Commerce Équitable France, la plataforma nacional francesa para los actores del Comercio Justo, se situaba en el eje de la discusión, y su tarea profesional y de promoción era importante. Esta entidad tomó la iniciativa de promover múltiples debates, grupos de trabajo, talleres, audiencias y reuniones. Por otra parte, hubo ONG y empresas que participaron en la elaboración de la propuesta legal. El hecho de que el Comercio Justo ya estuviese definido en la legislación, junto con la existencia de una Comisión Nacional, ayudó mucho a redefinir el concepto de Comercio Justo y a aumentar la visibilidad del Plan nacional de acción de comercio justo, que se puso en marcha en 2013⁷³. Las tareas de promoción entre los responsables de la formulación de políticas se facilitaron gracias al gobierno progresista, que estaba muy a favor del sector de Comercio Justo. El gran espectro de actores influyentes⁷⁴ se tradujo en una definición universal. Se observó una

significativa cobertura del Comercio Justo francés en los medios de comunicación, y se verificó una considerable necesidad de ampliar el significado del término más allá de las relaciones Norte-Sur.

Los últimos pasos de este trámite legislativo se formalizaron en 2019. El término "Justo" ahora está más protegido gracias a la legislación; esto se relaciona con el crecimiento y la transformación de las empresas⁷⁵ que usan la palabra "justo" para fines de marketing⁷⁶. El uso del término ahora está mucho más controlado: las marcas que empleen "Comercio Justo" o términos afines deben ajustarse a los principios definidos en la ley de 2014. Antes, cualquiera podía usar la palabra "Équitable" (que en francés significa "justo") para vender productos, y esto contribuía a diluir el impacto general y la credibilidad de los auténticos actores del Comercio Justo.

Cooperación internacional: Programa Équité

Francia tiene un largo historial de cooperación internacional. En la última década, el Comercio Justo fue identificado como cuestión prioritaria por el Comité Interministerial de Cooperación Internacional y Desarrollo (CICID/2013); se aspiraba a financiar al menos un programa de Comercio Justo cada año. También fue identificado como herramienta de la asistencia oficial para el desarrollo en el marco de la intervención sectorial de seguridad alimentaria en el África subsahariana 2013-2016. En la Ley de orientación

y programación relativa a la política de desarrollo y de solidaridad internacional, de 2014⁷⁷, se reconoció el Comercio Justo como herramienta para la intervención pública en el desarrollo. En 2015, después de 3 años de negociaciones⁷⁸, la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD)⁷⁹ puso en marcha el programa Équité, por un valor de EUR 3,9 millones y destinado al África occidental⁸⁰. La primera edición del programa Équité finalizó en 2019. El programa abarcaba cinco países y cinco objetivos: 1) respaldar la estructuración de las organizaciones de productores en el Sur y de los sectores en los que operan por medio del desarrollo del Comercio Justo; 2) reforzar las capacidades comerciales, de gobierno y de gestión de las cooperativas de cacao de Comercio Justo en Costa de Marfil; 3) consolidar los ecosistemas institucionales de Comercio Justo; 4) utilizar el Comercio Justo como palanca para acelerar las transiciones ecológicas en los métodos de producción y procesamiento que puedan conducir a la certificación orgánica; 5) velar por la promoción de la igualdad de género y la integración de los jóvenes en los sectores de Comercio Justo. La gestión del proyecto está en manos de un consorcio formado por Commerce Équitable France y la ONG Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras (AVSF). En 2019, se puso en marcha la segunda fase del programa Équité, con el doble de presupuesto. El CICID también renovó su apoyo al Comercio Justo, que ahora está incluido en diversas estrategias de desarrollo internacional⁸¹.

2.4.3 Implementación, evolución y evaluación de las políticas

Ley de 2005

Dos años después de aprobada la Ley, se emitió el Decreto de creación de la Comisión Nacional de Comercio Justo (CNCE)⁸² y, unos años más tarde, el grupo de trabajo responsable de crear la CNCE por fin llegó a un acuerdo sobre un sistema de referencia. La CNCE empezó a trabajar formalmente en 2010. Su función era la de establecer estándares comunes para los bienes del Comercio Justo, pero este objetivo inicial no se cumplió a causa de las diferencias de opinión entre las partes interesadas públicas y privadas. Desde entonces, se han creado varias iniciativas nacionales y locales de Comercio Justo y conectadas con el Comercio Justo. Por eso, la Plataforma Francesa de Comercio Justo organizó distintas reuniones con el sector agrícola y grupos de agricultores, para explorar la posibilidad de aplicar los principios del Comercio Justo a las relaciones del Norte. La CNCE cesó en sus tareas en 2015 sin haber alcanzado el objetivo inicial.

Implementación del Plan nacional de acción de comercio justo y la Ley de 2014

El primer Plan nacional de acción de comercio justo se extendió de 2013 a 2017. Con una financiación asignada de EUR 7 millones, el plan era ambicioso. Entre sus objetivos se encontraba el de llegar al nivel de consumo justo de otros países europeos.

Esto se lograría mediante un pronunciado aumento de la proporción de productos de Comercio Justo adquiridos por los ciudadanos franceses; la multiplicación del número de productores del Sur con producción de Comercio Justo; y la duplicación del número de puestos de trabajo en el sector francés de Comercio Justo dentro de un plazo de cinco años. Los 5 ejes y 14 puntos de acción que conformaban el plan fueron evaluados por Commerce Équitable France.

Eje 1: Fortalecimiento de la oferta de productos de Comercio Justo. Este objetivo se logró. El Comercio Justo es uno de los temas prioritarios de la solidaridad internacional. Fue identificado como una herramienta de apoyo público, en particular para los países del África subsahariana abarcados por el programa de la AFD. Esto llevó a la creación del primer programa Équité, de respaldo al fortalecimiento de los productores locales participantes en el Comercio Justo en cinco países del África occidental.

Eje 2: Aumento de la demanda. Entre 2013 y 2016, el consumo de los productos de Comercio Justo aumentó en un 121 %, y el mercado alcanzó un valor de EUR 1.000 millones. El gasto promedio anual per cápita de los ciudadanos franceses en Comercio Justo llegó a más del doble: pasó de EUR 6,50 en 2013 a EUR 14,15 en 2016. Se asignaron más de EUR 700.000 a la plataforma nacional francesa y la federación Artisans du Monde para un programa de educación y sensibilización. También se brindó

apoyo a la Quincena del Comercio Justo y a la campaña de las ciudades francesas de Comercio Justo (Territoires de Commerce Équitable), con una subvención simbólica de EUR 40.000 en 2013. Dentro del mismo eje, el ministro de Asuntos Exteriores también financió una guía práctica de contratación pública.

Eje 3: Fortalecimiento de la credibilidad de las etiquetas de Comercio Justo. La Ley de Economía Social y Solidaria de 2014 —promulgada el 31 de julio de ese año— aportó una definición más clara y muy precisa del Comercio Justo. Como ya se ha explicado, el Comercio Justo también pasó a ser interno, y el concepto de “Comercio Justo hecho en Francia” se expandió con gran rapidez⁸³. Aun cuando algunos actores del Comercio Justo temían que la definición pudiese diluir los principios, o provocar que la gente se olvidara de los países en desarrollo, nada de esto sucedió, e incluso los actores más escépticos se convencieron. Para algunos actores franceses, esta Ley iba más allá de la definición internacional misma del Comercio Justo⁸⁴. El crecimiento de los productos de Comercio Justo, en especial en los supermercados, parece haber sido consecuencia directa de la Ley de 2014, objeto de promoción en el Plan, y del compromiso personal de Benoît Hamon y Pascal Canfin. Commerce Équitable France y sus miembros, en colaboración con la Federación Nacional de Agricultura Orgánica (FNAB), también redactaron una carta nacional del Comercio Justo. La nueva ley

creó una comisión nueva, la Comisión de Consulta sobre Comercio (3C)⁸⁵, que luego se convirtió en la Comisión Nacional de Comercio Justo. Esta Comisión estuvo en funciones entre 2016 y 2019 con el mismo objetivo que la anterior: el reconocimiento de las etiquetas de Comercio Justo. No tuvo éxito, y aún no se ha logrado el reconocimiento.

Eje 4: Reajuste del equilibrio en las cadenas de valor a favor de los productores. Se proporcionó financiación para múltiples investigaciones sobre los siguientes temas: prefinanciación de pedidos de Comercio Justo y distribución del poder en las cadenas de valor agroalimentarias.

Eje 5: Apoyo institucional para las organizaciones y los principios del Comercio Justo. Se realizaron tareas de promoción a nivel internacional con la Organización Mundial del Comercio, la Unión Europea, las Naciones Unidas y otras entidades. Asimismo, se asignaron fondos estructurales para Commerce Équitable France y la Asociación Francesa para el Turismo Justo y Solidario (ATES).

El plan fue resultado de una iniciativa de Pascal Canfin, Ministro de Desarrollo, y Benoît Hamon, Ministro de Economía Social y Solidaria y Consumo. Pascal Canfin⁸⁶ fue uno de los primeros periodistas en llamar la atención pública sobre la cooperativa Ethiquable. También, durante algún tiempo, fue miembro de Artisans du Monde París. El plan concluye enunciando la necesidad de un segundo plan nacional de Comercio Justo. Esto

nunca sucedió, aun cuando el Primer Ministro había anunciado un nuevo plan de acción para desarrollar el Comercio Justo, en un discurso pronunciado durante el cierre de la Asamblea General Alimentaria. El plan figuró en el trabajo sobre política alimentaria, en la sección titulada "En pos del equilibrio en las relaciones internacionales: adopción de un nuevo plan de acción para desarrollar el comercio justo". La plataforma nacional francesa había redactado un informe de posición sobre esta materia.

Ley Pacto N.º 2019/486

Por último, en 2019, se aprobó la Ley relativa al crecimiento y la transformación de las empresas. La Ley especifica que el término "justo" se reserva en adelante para productos que efectivamente se produzcan conforme a los principios del Comercio Justo. Esto es consecuencia directa de la significativa cantidad de trabajo de promoción, y representa un modelo para otros países dispuestos a definir el Comercio Justo en su legislación y a regular el uso de la etiqueta de Comercio Justo. El principal logro de esta Ley es que proporcionó un marco mejorado para los actores del Comercio Justo, y les permitió combatir las falsas etiquetas y evitar un "lavado de cara" que dé una falsa apariencia de prácticas justas. Se ha forzado a algunas empresas a eliminar sus afirmaciones de adherir al Comercio Justo. La Dirección General de Asuntos de la Competencia, el Consumo y el Control del Fraude (DGCCRF) realizó en 2019-2020

una encuesta nacional con el objeto de comprobar la validez de las afirmaciones utilizadas por profesionales y empresas sobre productos de Comercio Justo en el sector alimentario y otros. La encuesta reveló la presencia de irregularidades en el 8 % de las empresas visitadas⁸⁷.

Programa Équité 1 y 2

El primer programa Équité tenía diferentes ambiciones y objetivos. Se hicieron llamados a licitación; en caso de aprobación, se redactaba una nota conceptual para el proyecto, y AVSF prestaba asistencia técnica para desarrollar aún más la idea. El proyecto luego regresaba a un comité de selección y recibía un sobre de financiación de EUR 80.000-EUR 150.000. Al terminar el primer programa, se realizó una auditoría externa y se duplicó el presupuesto para el segundo programa. Los resultados del programa se describen a continuación. Se apuntó a cinco sectores: los de la manteca de karité, el cacao, el anacardo, el mango y las artesanías. En total, distintas organizaciones certificaron un total de 19 cooperativas del África occidental. Se amplió la capacidad comercial. Las ventas de Comercio Justo se incrementaron en un 61% y el número de clientes se duplicó. Se crearon dos plataformas nacionales (en Ghana y Malí). Según AVSF, hubo resultados promisorios que combinaron la reducción de la pobreza con la protección de la biodiversidad. La ONG también apuntó un aumento del 300 % en las ventas de la manteca de karité, la fruta y el cacao con

certificación orgánica y de Comercio Justo en 2 años; una reducción del 50 % en las cantidades de leña consumidas por las unidades de procesamiento de las cooperativas de manteca de karité y anacardo; y un aumento del 39 % en el ingreso de las mujeres productoras de Malí. En 2019, se aprobó un segundo programa Équité con el objeto de acelerar la transición ecológica y social en la misma zona del África subsahariana. La AFD decidió impulsar el Comercio Justo en el África occidental financiando una segunda fase del programa, con asignación de EUR 7,8 millones, a lo largo de un período de 4 años y en 6 países⁸⁸. El enfoque se centrará en las cooperativas de agrosilvicultura y cacao en Costa de Marfil; en el acceso de las cooperativas a la financiación; en el empoderamiento económico de las mujeres; en la implementación de tecnologías innovadoras para reforzar la trazabilidad de los productos y combatir la deforestación; y en el fortalecimiento de las sinergias entre la agricultura de Comercio Justo y la orgánica.

2.4.4 Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación

Tabla 9: Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación en Francia

	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ley de Comercio Justo de 2005	<ul style="list-style-type: none"> • El hábito cultural francés de regular fue positivo para la mayor parte de los actores. • El movimiento de Comercio Justo no pidió que se promulgara la Ley pero fue cercana a lo que los actores deseaban en ese momento. • Cobertura de los medios de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los actores del Comercio Justo no tuvieron participación. • Ley muy ambigua, creó confusión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuración del movimiento. • Mención del Comercio Justo por parte de los funcionarios. • Vinculación del Comercio Justo con la Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Condujo a tensiones y a la separación de un miembro histórico del movimiento de Comercio Justo. • El fracaso de la Comisión Nacional de Comercio Justo (CNCE) causó decepción. • La Comisión Nacional de Comercio Justo de Francia no alcanzó su objetivo pero consumió una gran cantidad de esfuerzo, tiempo, energía.
Plan Nacional de Acción de 2013	<ul style="list-style-type: none"> • El ministro estaba muy a favor del Comercio Justo. • Múltiples objetivos y dimensiones, una estrategia real. • Necesidad de mucho seguimiento. • Gran espectro de acciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se podrían haber suministrado más fondos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de nuevos mercados de Comercio Justo. • Mucha atención y cobertura de los medios de comunicación. • Reorganización de todo el movimiento. • Punto de inflexión, favorable a un gran desarrollo del Comercio Justo. • Fácil de evaluar. 	<ul style="list-style-type: none"> • El segundo plan nacional nunca se materializó. Se demostró que una estrategia nacional es mejor que un plan de acción.

Definición de Comercio Justo en la Ley de Economía Social y Solidaria de 2014

FORTALEZAS

- La universalización del concepto es excelente.
- La Ley de Economía Social y Solidaria efectivamente favorecía a la economía social y solidaria, y contribuyó a democratizar el término.
- Fuerte política pública y apoyo de funcionarios.
- Largo historial de economía social y solidaria en Francia.
- Cobertura en los medios de nuevos canales: agroindustria, etc.
- Nuevos mercados.
- Renovado interés en la economía social y solidaria y en el Comercio Justo.

DEBILIDADES

- Las etiquetas no eran obligatorias.
- Falta de control y dificultades para controlar.

OPORTUNIDADES

- Vehículo legislativo que puede dar cabida a nuevos pasos y modificaciones.
- El Comercio Justo se definió por medio de seis principios muy importantes.
- Principios más ambiciosos que los de la definición internacional de Comercio Justo.
- Mayor visibilidad del Comercio Justo.
- Nuevo dinamismo sectorial.
- Nuevos miembros: mejor estructura del sector.
- El Comercio Justo interno por fin se hace posible y tiene un marco.
- Múltiples impactos directos.

AMENAZAS

- "Lavado de cara" y uso indebido del término "Comercio Justo".
- Cualquiera podía arrogarse el derecho de usar la palabra "justo".
- Riesgo de diluir la comprensión del concepto o término.
- La nueva comisión no logró su meta de reconocimiento de las etiquetas.

Modificación relativa al Comercio Justo en la Ley Pacto de 2019

FORTALEZAS

- Las etiquetas y afirmaciones relativas al Comercio Justo ahora están bajo control; se ha completado la investigación a nivel nacional y se ha controlado una gran cantidad de productos.
- Controles nuevos y perfeccionados por parte de la DGCCRF. Aunque los controles de afirmaciones y productos pueden requerir muchísimo tiempo, la DGCCRF está procurando acelerar el proceso.
- Nuevos mercados y cobertura de nuevos medios de comunicación, por ejemplo, medios agrícolas.

DEBILIDADES

- Las etiquetas no son obligatorias, pero las empresas y organizaciones deben respetar los principios definidos en la Ley de 2014.
- Se necesitan más recursos humanos para el seguimiento.
- Falta de conocimiento sobre Comercio Justo de parte de algunas empresas y actores emergentes. Falta de comprensión del Comercio Justo e ignorancia sobre etiquetado de parte de minoristas y empresas.

OPORTUNIDADES

- El Comercio Justo es más comprensible: aclaración de la definición de 2014.
- Unión de los actores del Comercio Justo en la lucha contra el "lavado de cara".
- Profesionalización del sector.
- Garantías de que se fortalecerán los sistemas.
- Múltiples ángulos del trabajo de promoción: se refuerzan marcadamente los conocimientos prácticos.

AMENAZAS

- El uso indebido del término podría haberse solucionado antes: desperdicio de tiempo y energía y pérdida de credibilidad para el sector.
- Riesgo de una "guerra fría" entre etiquetas.
- El balance de masas y la identificación del Comercio Justo por separado (para ingredientes) es un desafío nuevo dentro de esta Ley: algunos sectores se oponen al uso de una etiqueta solo por un ingrediente.
- Multiplicación de etiquetas.

Programa Équité y desarrollo internacional	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Financiación importante. • Estrategia nacional de cooperación internacional. • Programa exclusivo. • Programa renovado, muchos impactos. • El apoyo de la AFD posibilita la innovación. • Muy pertinente por la gestión de proyectos conjunta (AVSF y Commerce Équitable France). • La evaluación satisfactoria determinó un nuevo presupuesto. • Mejora del seguimiento entre Équité 1 y Équité 2. • Financiamiento directo para las cooperativas de Comercio Justo. • Apoyo directo para las etiquetas de Comercio Justo en el África occidental y las plataformas nacionales de Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de cobertura de los medios de comunicación aunque existen herramientas de comunicación. • Se debe extender a otras regiones (Asia, América Latina). • Incongruencia entre el comercio exterior francés y el desarrollo internacional. • Motivación insuficiente por parte de las organizaciones de productores, y falta de un enfoque centrado en las tareas de promoción (regulación del cacao, regulación de las maderas importadas, debida diligencia, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad del Comercio Justo; demuestra que es una solución real. • Apoyo a los productores de Comercio Justo y a asociados de empresas y organizaciones francesas de Comercio Justo. • En el nuevo programa se duplica el presupuesto. • Preservación de la biodiversidad, refuerzo de la asociación entre el Comercio Justo y los ODS de las Naciones Unidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunos actores no conectan el medio ambiente con el Comercio Justo. • Tomó un tiempo comenzar. • Se necesita ampliar la escala de los proyectos. • La comunicación con los países africanos abarcados no fue suficiente. • Enfoque centrado principalmente en los alimentos.

**El Comercio
Justo en
Francia**
FORTALEZAS

- Los jóvenes están cada vez más implicados en los temas relacionados con el clima.
- Conciencia pública sobre los temas afines al Comercio Justo (comercio interno, circuitos cortos, etc.).
- Las prácticas comerciales injustas (PCI) y la debida diligencia en derechos humanos (DDDH) presentes en la agenda; las PCI ya se han traspuesto a la legislación nacional.
- "Apetito democrático" francés.
- La sociedad civil es muy fuerte.

DEBILIDADES

- Crisis económica y social por el COVID-19.
- No es un momento político; las elecciones no tendrán lugar hasta 2022.
- El gobierno no tiene interés en el Comercio Justo.
- Múltiples políticas públicas; el Comercio Justo es invisible.
- Disminución en el número de asociaciones.
- Aumento de la edad de los voluntarios en general.
- Flujo de trabajo lento y complejo en la administración gubernamental.
- País orientado al consumidor.
- Complejidad del proceso de estandarización y normalización.

OPORTUNIDADES

- Empoderamiento del Comercio Justo por vía de la legislación y reconocimiento por parte de la AFD; mejora su credibilidad.
- Enorme trabajo de promoción y experiencia de Commerce Équitable France.
- El COVID-19 condujo a más comercio interno.
- Nueva cobertura de los medios de comunicación gracias al Comercio Justo interno; podría ayudar a llamar la atención sobre el Comercio Justo Norte-Sur y las nuevas sinergias entre los actores del Sur y el Norte.
- Gran cantidad de diálogo entre actores del Comercio Justo y también con actores de medio ambiente.
- Los actores del Comercio Justo franceses son muy innovadores, en especial en materia educativa.
- Unidad de los actores del Comercio Justo, que están de acuerdo en el reconocimiento público de las etiquetas.

AMENAZAS

- Tensiones entre los actores, en especial en cuanto al Comercio Justo Norte-Norte.
- La actitud indecisa del gobierno desde 2005 causa agotamiento.
- Las redes antiguas están en declinación.
- El Comercio Justo no es una política pública nacional ni es una estrategia nacional.
- División entre múltiples ministerios.
- En algunos casos el Comercio Justo queda obsoleto.
- La campaña de las ciudades de Comercio Justo no está funcionando; falta de interés de los políticos.

2.4.5 Recomendaciones y perspectivas futuras

Coyuntura favorable

Los actores del Comercio Justo aún están esperando el reconocimiento público de las etiquetas. A diferencia de lo que sucede en muchos otros países, desde el punto de vista cultural, el sector francés de Comercio Justo tiene una posición muy a favor, y para el movimiento es sumamente importante finalizar este proceso. La adopción del Comercio Justo por parte de las autoridades públicas sigue sin ser suficiente, pero en 2021 la coyuntura es favorable y, luego de la Convención de los Ciudadanos sobre el Clima de 2019, se prevé que se promulgará una ley⁸⁹. La legislación propuesta contiene un artículo relacionado con el Comercio Justo, que haría obligatorio el uso de las etiquetas de Comercio Justo. Eso contribuiría al reconocimiento de la marca. La promoción del Comercio Justo y un frente unido más visible de los actores del Comercio Justo son factores enormes para el futuro éxito del movimiento. Las actividades de promoción deben continuar y el gobierno debe respaldar las cláusulas jurídicas referidas al Comercio Justo. Para aportar claridad al uso de las etiquetas, recomendamos crear un nuevo grupo de trabajo que analice el reconocimiento público de la marca de Comercio Justo. Esto podría ayudar a identificarlas, demostrar la unión entre los actores y reunir a todas las etiquetas serias en una misma categoría clara. De

esta forma, se podría contribuir a poner fin a las tensiones entre algunas organizaciones.

Solidaridad internacional

- En cuanto a la cooperación internacional, está en preparación una nueva ley de programación "relativa al desarrollo solidario y a la lucha contra las desigualdades mundiales"; esta nueva ley reemplazará a la de 2014, referida a la "orientación y programación relativa a la política de desarrollo y de solidaridad internacional"⁹⁰. Al parecer, en la nueva ley se mencionará el Comercio Justo, como en la de 2014. Se ha sugerido celebrar un taller de Comercio Justo interno, y también iniciar conversaciones lo antes posible con el relator especial sobre la ley.
- Se recomienda que la AFD utilice el Comercio Justo como herramienta y lo integre transversalmente en todas las acciones o los programas que sea posible.
- Para contribuir a la identificación sectorial, se recomienda que el gobierno y la AFD examinen la idea de crear un "Centro de Comercio Equitativo" dentro de la AFD. De esta manera también se promovería la idea de un nuevo programa Équité para África, el Caribe, el Mediterráneo y otras regiones del mundo. Asimismo, se recomienda que la AFD use la sensibilización actual sobre el programa Équité como parte de la Agencia misma, y que tome como modelo el Centro de

Comercio para el Desarrollo de Bélgica (TDC). Un centro de este tipo también podría constituir un puente entre el Comercio Justo y el sostenible. Incluso se podría concebir una estrecha alianza entre esa nueva entidad y el TDC.

- Se podría instar a los funcionarios franceses y al sector chocolatero a encarar un proyecto similar a la iniciativa belga Beyond Chocolate o a SWISSCO, de Suiza. Aún se espera la creación de la iniciativa FRISCO⁹¹. También se sugiere considerar iniciativas similares con otros sectores de alimentos importados, sectores internos y posiblemente sectores no alimentarios.

Promoción futura

Teniendo en cuenta los siguientes factores, se recomienda convertir el Comercio Justo en una estrategia de política pública nacional:

1. El Comercio Justo forma parte de la esencia de los ODS, que son muy reconocidos en Francia.
2. El Comercio Justo ya se menciona en varias leyes; tiene una definición y principios claros y el movimiento está estructurado.
3. Hay órganos de control pero necesitan más apoyo.
4. El Comercio Justo interno está creciendo muy rápido y refleja el interés de los consumidores en los productores. Este podría ser un verdadero punto de inflexión para el Comercio Justo.

Para impulsar esta política pública nacional se recomienda que los órganos nacionales hagan suya la sugerencia de redactar un segundo plan nacional de Comercio Justo. A tal fin, podrían inspirarse en el informe de posición específico de los miembros de Commerce Équitable y capitalizar el éxito del primer plan nacional. Desde hace años, el Comercio Justo pasa de un departamento a otro. Con una estrategia nacional, podría haber un único ministerio de supervisión del Comercio Justo, por ejemplo, el Ministerio de Comercio. Esto permitiría una mejora en la implementación y el seguimiento de la legislación aplicable. También se recomienda que la Dirección General de Asuntos de la Competencia, el Consumo y el Control del Fraude (DGCCRF) continúe con su evaluación al menos cada dos años, y que en ese proceso intervengan múltiples actores, incluidos los medios de comunicación y las organizaciones de consumidores.

En cuanto a la contratación pública, sería positivo encontrar una forma de incorporar los objetivos cuantificables de los sectores de productos de Comercio Justo a la contratación pública y los servicios de comida colectivos. Podría introducirse una nueva carta voluntaria para los sindicatos de los servicios de comida colectivos, con el fin de dar impulso al sector. Por último, pero no por ello menos importante, se recomienda incluir criterios ecológicos en cualquier futura modificación a la legislación en pos del Comercio Justo.

Observatorio francés o laboratorio de Comercio Justo

Para facilitar las tareas de seguimiento y evaluación, hemos propuesto crear un observatorio francés de Comercio Justo o un laboratorio de innovaciones en Comercio Justo. Para analizar el tema, se sugiere que las partes interesadas francesas organicen un debate o una conferencia nacional sobre la materia, con la participación de la mayor cantidad de actores que sea posible. Esto se podría hacer con el patrocinio de Commerce Équitable France y convertirse en un evento periódico, en el que comentar ideas como un impuesto especial de Comercio Justo, el reconocimiento de las etiquetas, diversas leyes o nuevos métodos de implementación. El observatorio podría ser el vehículo perfecto para realizar evaluaciones, investigaciones exploratorias y estudios de impacto, y dejar que surjan nuevas narrativas. Algunos actores franceses, como la oficina BASIC⁹² o la red FairNESS, podrían ser sumamente valiosos para este accionar.

Comunicaciones y campañas

Con el fin de ayudar a reforzar la imagen del Comercio Justo y seguir unificando el sector, se sugiere organizar nuevos eventos públicos —como los festivales Fairpride⁹³ (abandonados después del tercer festival) o Alter Eco— tan pronto como quede atrás la crisis del COVID-19. Las artes y la cultura pueden ser una muy buena forma de influir tanto en el público como en los líderes políticos franceses. Un

evento específico que se ocupara del largo historial del Comercio Justo en Francia podría ser una forma de lograr que la gente participara.

Las partes interesadas del Comercio Justo deben prestar más apoyo a la campaña de las ciudades de Comercio Justo, con el objeto de crear nuevas alianzas locales, en especial en las ciudades y los pueblos pequeños. Recomendamos que la campaña de las ciudades de Comercio Justo en Francia diseñe una nueva etiqueta, con la intención de ayudar a los territorios y municipios a dar pequeños pasos adelante. Creemos que podría haber un premio en especial para el Comercio Justo interno, que promoviera más productos conjuntos Norte-Sur. Se podrían formar alianzas con otros movimientos similares, como el de las ciudades de transición, para ampliar la escala de la idea.

Para informar mejor a los consumidores y ayudar a los nuevos productores y minoristas del Comercio Justo interno, sugerimos establecer una plataforma de medios de comunicación y centro especializado en el Comercio Justo. Esta organización se podría crear en colaboración con escuelas de periodismo y la red actual de periodistas especializados en medio ambiente, y con el apoyo de las escuelas y universidades orientadas al Comercio Justo. También recomendaríamos elaborar una guía práctica para periodistas, destinada a ayudarles a comprender mejor el Comercio Justo. Además, se podría incluir el tema del Comercio Justo en más programas oficiales de becas.

Se recomienda alentar a la plataforma nacional de Comercio Justo, Commerce Équitable France, a desarrollar capacitación profesional para funcionarios gubernamentales, funcionarios públicos y nuevos miembros del sector nacional del Comercio Justo sobre los aspectos básicos del Comercio Justo.

2.5

Italia

La contratación pública de Comercio Justo

2.5.1 Introducción

En Italia, ha habido novedades muy interesantes en materia de política pública sobre el Comercio Justo, tanto en el ámbito nacional como en el regional, con un gran potencial de impulsar la adopción del Comercio Justo. Hay una ley de Comercio Justo en trámite legislativo. La política pública sobre cooperación internacional hace referencia directa a las organizaciones de Comercio Justo. Las leyes regionales y las políticas públicas de algunas regiones apoyan directa y eficazmente la promoción del Comercio Justo.

Italia es el único país europeo⁹⁴ que ha incluido los criterios de Comercio Justo como requisito obligatorio (y no voluntario) en las licitaciones públicas, en el caso de algunos productos alimentarios como el chocolate y el banano. Es por eso que este capítulo se centrará en la legislación italiana sobre contratación pública, y evaluará de qué manera otras políticas públicas se interconectan con tal legislación, si es que lo hacen, o cómo pueden haber contribuido a su creación.

2.5.2 Políticas públicas sobre Comercio Justo: Elementos clave y reseña histórica

A principios de 2006 se inició el trámite legislativo para una ley de Comercio Justo. Después de 10 años de altibajos políticos, la propuesta de ley logró la aprobación en una cámara del Parlamento italiano. Debido al cambio de gobierno producido en 2016, la ley no llegó a aprobarse en la segunda cámara⁹⁵. En 2017 se reinició el trámite legislativo, que se extendió hasta 2019. Las partes interesadas del Comercio Justo italiano presentaron sus sugerencias para modificar el proyecto de ley de 2016. Por el momento, a causa de los cambios políticos, no ha habido más novedades respecto de la ley de Comercio Justo.

En 2014 se aprobó una política pública de cooperación internacional. Esta fue la primera vez que el Comercio Justo se mencionó explícitamente como forma de implementar con éxito la cooperación internacional para el desarrollo. El resultado fue que las organizaciones de Comercio Justo ahora son elegibles para recibir financiación para la cooperación para el desarrollo (Art. 26).

En los últimos años, varias regiones italianas han aprobado legislación regional y políticas públicas de apoyo directo al Comercio Justo. La mayoría de las políticas públicas, que se han implementado en diversa medida, se centran en la provisión de fondos para actividades en las escuelas y en las ferias regionales de Comercio Justo.

Legislación sobre contratación pública

La tramitación de la legislación nacional sobre contratación pública se inició en 2008. El 11 de abril de 2008, mediante un decreto del Ministerio de Medio Ambiente, se aprobó un plan de acción en favor de prácticas de consumo ecológicamente sostenibles en la administración pública. Así pues, el Ministerio de Medio Ambiente tuvo que elaborar Criterios Ambientales Mínimos (CAM⁹⁶) para 17 sectores⁹⁷ y velar por su implementación voluntaria en todas las licitaciones públicas (nacionales y locales).

En 2011, se aprobaron los nuevos CAM para alimentos y comedores. Fairtrade Italia⁹⁸ y Equo Garantito⁹⁹ formaron parte del grupo de trabajo que definió el Comercio Justo para este CAM. Los criterios de Comercio Justo se incluyeron por primera vez en la licitación pública, pero solo como una buena práctica voluntaria. Esto significa que se pueden asignar puntos adicionales a la oferta de una empresa si esta cumple con los estándares de Comercio Justo durante el proceso de adjudicación. Se invita a las empresas a mencionar los criterios de Comercio Justo en su propuesta, pero no se las obliga a adherir efectivamente a ellos. Sigue habiendo una alta probabilidad de que la oferta más económica gane la licitación, porque la mayoría de los puntos corresponde al aspecto de costos. En ese momento, los estándares de Comercio Justo no estaban incluidos como requisito central ni en las

especificaciones técnicas de los productos ni en las condiciones de ejecución de los contratos¹⁰⁰.

Solo un año más tarde, el 12 % de las autoridades contratantes de todo el país aplicaba los Criterios Ambientales Mínimos (CAM) para alimentos y comedores en los llamados a licitación¹⁰¹. Más de la mitad ha solicitado voluntariamente el Comercio Justo (en especial para comedores escolares). El enfoque se centraba en los bananos de Comercio Justo. El Comercio Justo fue uno de los criterios más aplicados de la lista de CAM para alimentos y servicios de comida.

En 2014 se aprobó la Directiva de la Unión Europea sobre contratación pública. Los gobiernos nacionales de la Unión Europea se vieron obligados a trasponerla al ámbito nacional. Esto dio la oportunidad de revisar la legislación sobre contratación pública y los Criterios Ambientales Mínimos en Italia. Después de dos años, el Ministerio de Medio ambiente dio a conocer una versión revisada de la ley de contratación pública que establece que todos los CAM son obligatorios para todas las autoridades italianas contratantes. En 2017, se conformó un grupo de trabajo de múltiples partes interesadas abocado a la revisión de los CAM para alimentos y servicios de comida, y se invitó al movimiento de Comercio Justo a participar. En abril de 2020, el Ministerio de Medio Ambiente emitió un decreto ministerial sobre la adopción de los Criterios Ambientales Mínimos (CAM) para el sector de "los servicios de

comida colectivos y el suministro de productos alimenticios" (al que en este documento se denomina de "alimentos y servicios de comida"). Este CAM incluyó los criterios de Comercio Justo como parte obligatoria de los requisitos centrales (las especificaciones técnicas y las condiciones de ejecución del contrato)¹⁰².

En el texto se reconoce el Comercio Justo como parte de un sistema de certificación o una iniciativa de múltiples partes interesadas, como Fairtrade Labelling Organizations International e.V., la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) o equivalentes.

Los criterios del Comercio Justo son obligatorios para las siguientes autoridades contratantes y grupos de productos, con algunas diferencias entre ellos, según se detalla a continuación:

- Escuelas, estructuras de bienestar, centros de detención: los bananos y las piñas deben ser orgánicos o de Comercio Justo, y el chocolate debe ser de Comercio Justo.
- Universidades, oficinas públicas, comedores militares: los bananos, las piñas, el azúcar de caña (en bruto), el cacao, el café y el té deben ser orgánicos o de Comercio Justo.
- Hospitales: los bananos y las piñas deben ser orgánicos o de Comercio Justo.

Factores de éxito y desafíos de la legislación sobre contratación pública

Uno de los principales factores de éxito que llevaron a la inclusión de los criterios de Comercio Justo en el CAM para alimentos y servicios de comida fue la voluntad política del principal funcionario responsable de un departamento del Ministerio de Medio Ambiente, y de otros funcionarios interesados y comprometidos. El proceso de trasposición de la Directiva 2014/24/UE sobre contratación pública creó una coyuntura favorable para iniciar un proceso de revisión de los CAM. Se estableció que todos los CAM serían obligatorios y, en consecuencia, el Comercio Justo pasó a formar parte del procedimiento obligatorio conforme al CAM para alimentos y servicios de comida. En Italia, el Comercio Justo es cada vez más reconocido por los consumidores y las instituciones, como también por los actores de la sociedad civil. Crece sin descanso, y tanto las ventas como la presencia de los productos de Comercio Justo en los supermercados y tiendas están en aumento desde 2008. En 2017, cuando comenzó a funcionar el grupo de trabajo del CAM para alimentos y servicios de comida, hubo en el mercado disponibilidad de bananos, chocolate y azúcar —los productos adquiridos con más frecuencia en los comedores—¹⁰³ y de muchos más productos de Comercio Justo en los volúmenes requeridos. Como resultado, fue fácil mitigar algunas de las preocupaciones del ministerio.

El gobierno tenía otras inquietudes que planteaban retos más complejos, y esto fue un obstáculo para la inclusión con carácter obligatorio de algunos productos de Comercio Justo, como el azúcar¹⁰⁴. Entre estas inquietudes, cabe citar el precio más alto y el costo extra asociados a los productos de Comercio Justo, como también la preocupación por una posible distorsión de los mercados a causa de la falta de competencia¹⁰⁵.

Con respecto a otras políticas públicas existentes, ni la legislación regional, ni la legislación sobre cooperación internacional, ni el trámite legislativo del Comercio Justo han tenido ninguna influencia, ni positiva ni negativa, sobre la evolución de la ley de contratación pública. Todas las políticas públicas fueron emitidas por separado por distintos ministerios y tuvieron un ciclo de vida legislativo diferente.

2.5.3 Implementación, evolución y evaluación de las políticas

El decreto ministerial de adopción de los Criterios Ambientales Mínimos (CAM) para alimentos y comedores, que incluye los criterios de Comercio Justo como componente obligatorio de los requisitos centrales, se dio a conocer en abril de 2020. Debido al COVID-19, por el momento la mayoría de las autoridades públicas solo están

prorrogando los contratos existentes. No se han puesto en marcha aún licitaciones donde se apliquen los criterios de Comercio Justo, por lo que todavía no se ha empezado a implementar la legislación sobre contratación pública.

2.5.4 Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación

Uno de los principales puntos fuertes de la legislación italiana sobre contratación pública es que a la vez presenta una oportunidad, pues los criterios de Comercio Justo son obligatorios para el sector de alimentos y servicios de comida, y se incluyen como parte de los requisitos centrales de los procesos licitatorios. Las etiquetas de Fairtrade y de la WFTO se dan como referencia de cumplimiento con los criterios de Comercio Justo¹⁰⁶. Los criterios de Comercio Justo son aplicables a todas las entidades públicas a nivel nacional y local. Los factores mencionados ofrecen una base muy sólida para avanzar en la tramitación legislativa de otros CAM; por ejemplo, en la actualidad está en curso el trámite legislativo del CAM para máquinas expendedoras, que abarca el café como grupo principal de productos. Lamentablemente, hasta la fecha no se ha invitado a los actores del Comercio Justo a participar en este grupo de trabajo. El trámite legislativo en Italia está sujeto a una

importante amenaza: la falta de transparencia en la toma de decisiones y en el procedimiento para hacer intervenir a otros actores en el proceso de consulta. Un punto débil que se destaca en la legislación sobre contratación pública es que los criterios de Comercio Justo se aplican solo a los alimentos y servicios de comida, y no abarcan otros productos como los balones de fútbol, los textiles ni ninguno de los otros 16 sectores. Otro punto débil es que las autoridades contratantes no tienen obligación de elegir los criterios de Comercio Justo para todos los productos descritos. Pueden elegir entre los criterios de Comercio Justo y los orgánicos y aun así satisfacer los criterios obligatorios.

Un punto fuerte clave para toda la tramitación legislativa referida a la contratación pública, como también para otras áreas de la legislación, es que los actores del Comercio Justo parecen tener un pensamiento coincidente. Los ministerios ven las organizaciones de Comercio Justo como un movimiento unido, con una voz potente, y con responsabilidades y personas de contacto establecidas de forma clara y transparente. Otro punto fuerte clave es que los funcionarios responsables y más importantes del Ministerio de Medio Ambiente son conscientes de la importancia de incluir los criterios de Comercio Justo en el proceso de licitación pública. La falta de conocimiento y sensibilización sobre el Comercio Justo entre las autoridades contratantes, y en especial la incertidumbre sobre las cuestiones

legales, podrían representar amenazas a la mayor implementación de la legislación sobre contratación pública (véase la Tabla 6).

Algunas autoridades locales implementaron los criterios de Comercio Justo antes de que fuesen obligatorios. El movimiento de Comercio Justo pide a las autoridades contratantes desde hace muchos años que apliquen voluntariamente los estándares de Comercio Justo en su proceso de contratación pública, mediante contactos personales o en el ámbito de la campaña de las ciudades de Comercio Justo. Equo Garantito y Fairtrade Italia volvieron a lanzar conjuntamente la campaña de las ciudades de Comercio Justo en 2018. Esta constituye una gran oportunidad de abordar directamente a las autoridades públicas ya sensibilizadas, informadas e interesadas para tratar con ellas la implementación de los criterios de Comercio Justo en las licitaciones públicas. Por otra parte, el tener un espectro muy amplio de productos de Comercio Justo ayuda además a motivar a las autoridades locales para que inicien el proceso con algunos productos.

Tabla 10: Análisis FODA de la legislación sobre contratación pública y su implementación concreta en Italia

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los criterios de Comercio Justo son obligatorios para el sector de alimentos y servicios de comida, y están incluidos en los requisitos centrales del proceso licitatorio (especificaciones técnicas y cláusulas de ejecución de los contratos). • Los criterios de Comercio Justo se aplican a todas las entidades públicas a nivel nacional y local. • El decreto de 2020 ofrece una muy buena base para trámites legislativos posteriores. • Las etiquetas de Fairtrade y de la WFTO se dan como referencia en el decreto de 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidades • Los criterios de Comercio Justo se aplican solo a los alimentos y servicios de comida, y no hacen referencia a otros productos, por ejemplo los textiles. • En algunos casos, las autoridades contratantes pueden elegir entre los criterios de Comercio Justo o los orgánicos como criterios obligatorios. • Sin experiencia práctica con sistemas de certificación equivalentes. • No hay un mecanismo de verificación regulado por ley para velar por que las autoridades locales apliquen los criterios de Comercio Justo. • Aún no se han completado licitaciones utilizando los nuevos CAM con criterios de Comercio Justo. • No se ha invitado a los actores de Comercio Justo al grupo de trabajo del CAM para máquinas expendedoras (azúcar y café). 	<ul style="list-style-type: none"> • Hay funcionarios clave en el Ministerio de Medio Ambiente que están interesados y comprometidos. • El Ministerio de Medio Ambiente conoce bien los criterios internacionales de Comercio Justo. • El movimiento de Comercio Justo es fuerte, activo y unido; tiene participación en algunos grupos de trabajo. • A raíz de la campaña de las ciudades de Comercio Justo, las autoridades públicas ya están sensibilizadas, informadas e interesadas, y se las puede abordar directamente. • Una red "verde" de contratación pública de las autoridades locales y las redes de Comercio Justo Italia como parte de la iniciativa pueden apoyar la divulgación de información sobre el Comercio Justo. • La disponibilidad de productos de Comercio Justo y de empresas que cumplen con los criterios de Comercio Justo pueden motivar a otros. • La legislación nacional sobre Comercio Justo podría poner en marcha un proceso de definición de Comercio Justo que impulse un mayor avance de los estándares de Comercio Justo en la legislación sobre contratación pública. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento y sensibilización sobre el Comercio Justo entre las autoridades contratantes a nivel nacional y local. • Inseguridad entre las autoridades públicas respecto de la implementación concreta de la ley. • Las estructuras de contratación en Italia están descentralizadas. • Un cambio de funcionarios ministeriales puede provocar la pérdida de contacto con representantes gubernamentales clave, lo que dificultaría el proceso de consulta. • Falta de transparencia en los trámites legislativos y en las decisiones sobre la participación en los grupos de trabajo y procesos de consulta. • El COVID-19 ha dado lugar a la reorganización del personal y las capacidades financieras, como también a un desplazamiento de las prioridades. • Un cambio de gobierno puede dar lugar a un cambio de prioridades y a que se interrumpa el trabajo en pos de la legislación sobre contratación pública o su implementación.

2.5.5 Recomendaciones y perspectivas futuras

Tomando en consideración el análisis FODA de la legislación sobre contratación pública, se observa que el decreto ministerial de 2020 tiene gran potencial de favorecer toda futura tramitación legislativa. Para lograr la incorporación obligatoria efectiva de los criterios de Comercio Justo en los procedimientos licitatorios, se identificaron cuatro próximos pasos fundamentales:

- Hacer que los criterios de Comercio Justo sean obligatorios para todos los productos alimentarios del CAM para alimentos y servicios de comida, para todas las instituciones mencionadas en el decreto de 2020.
- Incluir los criterios de Comercio Justo en los otros 16 CAM, empezando con el CAM para máquinas expendedoras (este proceso ya está en marcha).
- Incluir en la legislación sobre contratación pública un mecanismo de verificación (por ejemplo, un órgano de control), que asegure y controle la aplicación de los criterios de Comercio Justo por parte de las autoridades locales mediante comprobaciones aleatorias.
- Establecer una definición jurídica del Comercio Justo en Italia, a fin de ayudar a las autoridades públicas a distinguir entre sistemas de certificación y otros medios de prueba, y de

velar por que los productos efectivamente estén cumpliendo con los criterios de Comercio Justo.

Dado que la futura inclusión de los criterios de Comercio Justo con carácter obligatorio depende en gran medida de la voluntad política y el compromiso de las partes interesadas clave del Ministerio de Medio Ambiente, es probable que alcanzar este objetivo tome varios años. Sigue habiendo numerosas restricciones que se debe resolver en todo momento, por ejemplo, los costos más altos. Incluso si los productos de Comercio Justo no representan costos adicionales en comparación con otros sistemas de sostenibilidad, las autoridades públicas tienden a comparar los productos de Comercio Justo con los convencionales, que quizá sean menos caros porque no internalizan los costos externos, como sí lo hacen los productos de Comercio Justo.

Los principales desafíos para la implementación de la normativa actual son la falta de conocimiento y sensibilización sobre el Comercio Justo entre las autoridades contratantes a nivel nacional y local, como también las dudas respecto de la implementación concreta de la ley por parte de ellas. Para resolver esta cuestión pueden tomarse las siguientes medidas:

- Elaborar materiales informativos y de sensibilización que incluyan argumentos favorables a la implementación de los criterios de Comercio Justo en el proceso de licitación pública, en especial haciendo referencia

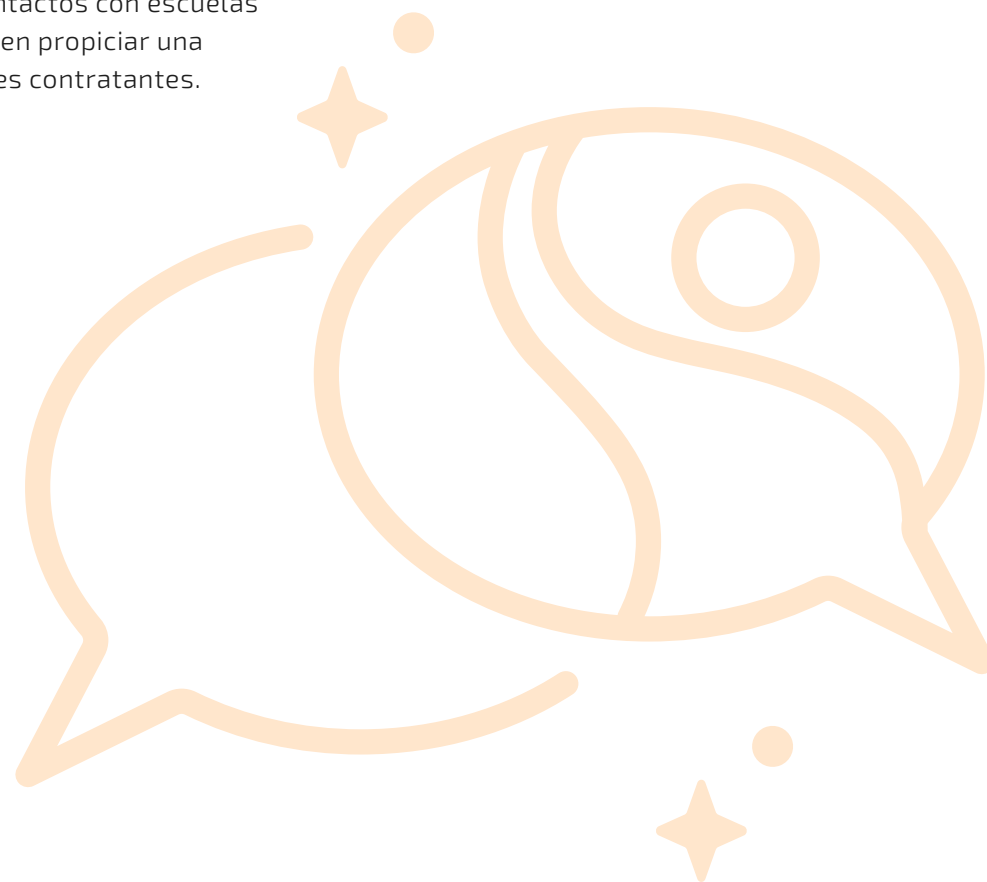
al impacto de la contratación pública para los pequeños productores, y a la función y responsabilidad del Estado.

- Crear una guía práctica para responsables de la contratación pública, donde se expliquen todos los pasos del proceso de licitación pública y las oportunidades que existen para incluir en él los criterios de Comercio Justo.
- Difundir materiales informativos por medio de la asociación de autoridades locales, con el objeto de llegar a tantas autoridades públicas como sea posible.
- Crear una plataforma en línea desarrollada por una iniciativa de múltiples partes interesadas (gobierno, sector privado, actores del Comercio Justo y la sociedad civil) donde se comparen y expliquen los sistemas de certificación y estándares privados sobre Comercio Justo, con el propósito de ofrecer un panorama general, orientación y apoyo práctico a las autoridades locales.
- Acompañar los materiales de apoyo y la información digital para responsables de la contratación pública con actividades de concienciación y sensibilización, de la siguiente manera:
 - Para las autoridades contratantes que ya han aplicado en sus licitaciones voluntariamente los criterios de Comercio

Justo: 1) hacer referencia a sus conocimientos y sensibilización; 2) informarles de la nueva opción de aplicar los criterios de Comercio Justo como obligatorios; 3) invitarlas a motivar a otras autoridades locales en carácter de pares.

- Para las autoridades locales a nivel local y nacional, ofrecer talleres de pares con las autoridades contratantes que ya tengan experiencia.
- Iniciar y completar licitaciones piloto con autoridades locales interesadas, para alentarlas, despejar dudas y posibilitarles adquirir experiencia.
- Incluir capacitación sobre Comercio Justo y la inclusión de los criterios de Comercio Justo en el proceso de licitación pública en las academias y los institutos educativos que forman autoridades locales.

Para implementar con eficiencia los criterios de Comercio Justo en el proceso de licitación pública, se requiere un esfuerzo conjunto de los actores del Comercio Justo y el mismo Estado italiano. Revisten importancia crítica el trabajo directo y el apoyo de las autoridades públicas a nivel local. La campaña de las ciudades de Comercio Justo, relanzada conjuntamente por Equo Garantito y Fairtrade Italia en 2018, como también sus contactos con escuelas y universidades, también pueden propiciar una mayor llegada a las autoridades contratantes.



2.6

UE

Comercio para Todos, ¿justo para quiénes?

2.6.1 Introducción

La Unión Europea (UE) adopta un enfoque mixto en sus políticas públicas, en especial en las externas, cuando se trata de la promoción del Comercio Justo; en este contexto, los términos más definidos son los de economía social y solidaria, cooperativas, modelos de negocios inclusivos y Comercio Justo. Desde los años ochenta se advierte una relación contradictoria entre el comercio justo y libre tanto en las comunicaciones como en las acciones de la UE. La Comisión Europea (CE) suele usar e interpretar el término "justo" como equivalente a libre comercio, en el sentido de "comercio sin *dumping*" o de lo que algunos investigadores denominan la "paradoja del comercio libre y justo".

En los últimos años, ha habido gran cantidad de legislación de la UE, y también varios programas, que corresponden a las cuatro categorías examinadas en la presente investigación como pertinentes para el Comercio Justo. Parte de esta legislación ha repercutido directamente sobre las leyes nacionales dentro de la UE, al trasponer los países varias de las directivas a su propias legislación (por ejemplo, las directivas de la UE sobre contratación pública y sobre prácticas comerciales desleales). La UE tiene un enfoque blando, de no intervención, respecto del Comercio Justo. Varios de los documentos normativos hacen referencia al Comercio Justo pero a un nivel muy superficial y voluntario. La UE ha intentado

combinar su orientación comercial neoliberal con varias iniciativas destinadas a abordar algunas consecuencias negativas del comercio, por ejemplo, por las siguientes vías: 1) los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible de los acuerdos comerciales bilaterales¹⁰⁷; 2) la reciente estrategia Comercio para Todos; 3) varias iniciativas sobre temas relacionados con los derechos humanos o el desarrollo sostenible (en cadenas de suministro específicas, como las de la madera, la vestimenta o los minerales procedentes de zonas de conflicto); y 4) la continuación de la promoción del Comercio Justo. La siguiente sección se concentra en las políticas públicas que mencionan explícitamente el Comercio Justo, y se enfoca en la Comunicación de la Comisión Europea de 2009 que se ocupa del Comercio Justo, como también en la estrategia Comercio para Todos, de 2015.

2.6.2 Políticas públicas sobre Comercio Justo: Elementos clave y reseña histórica

Desde la creación de la UE, su agenda siempre ha incluido temas de comercio y asistencia, aunque el enfoque central ha pasado de tener una orientación al desarrollo en las primeras décadas a una clara orientación a las políticas neoliberales de libre comercio desde los años ochenta, por ejemplo a través de la participación de la UE en los acuerdos de asociación económica (AAE).

El Parlamento Europeo ha mantenido conversaciones con el movimiento de Comercio Justo desde principios de los años noventa. Entre 1991 y 2005, se aprobaron varias resoluciones sobre temas pertinentes para el Comercio Justo, como los desequilibrios estructurales y sugerencias relativas a la certificación. En 1995, 1999 y 2009, la Comisión emitió comunicaciones bastante descriptivas detallando el concepto de Comercio Justo y adoptando la definición del movimiento de Comercio Justo¹⁰⁸. Históricamente, fue la resolución de 2006 del Parlamento que dio el impulso para la significativa Comunicación de la CE de 2009¹⁰⁹. En su Comunicación de 2009 titulada "Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial", la Comisión Europea reconoció la definición de Comercio Justo dada por los principios de la Carta del Comercio Justo, y mencionó los criterios de Comercio Justo¹¹⁰.

Desde 2008, muchos Estados miembros de la UE han incluido los criterios de Comercio Justo en las licitaciones públicas, y la Corte Europea de Justicia ha dado a conocer varios fallos favorables a este enfoque¹¹¹. Esta dinámica de la contratación pública ha dado como resultado la presencia de disposiciones más claras sobre los criterios sociales y de Comercio Justo en la Directiva 2014/24/UE sobre contratación pública (la más reciente). Por ejemplo, el Artículo 43 de la directiva sobre el uso de etiquetas y "etiquetas equivalentes" introduce la

posibilidad de un llamado a licitación para "exigir [...] una etiqueta específica como medio de prueba de que las obras, servicios o suministros corresponden a las características exigidas", siempre que se respeten ciertas condiciones¹¹².

Por primera vez en la historia de la UE, se mencionó el Comercio Justo en la principal estrategia comercial de la UE, de 2015. Esta fue una novedad inesperada en vista de la orientación neoliberal de la UE en ese momento. En efecto, tradicionalmente, la UE respalda firmemente y actúa favoreciendo el interés de las grandes empresas y el sector de negocios. La estrategia de la UE titulada Comercio para Todos subraya la necesidad de una política comercial basada en el valor. Hace referencia a la promoción del desarrollo sostenible, de los derechos humanos y del buen gobierno por medio del comercio. La estrategia sugiere varios instrumentos para alcanzar este objetivo. Incluye una sección sobre los sistemas de comercio justo y ético¹¹³, reconociendo que la Comisión tiene un papel que cumplir en cuanto a la facilitación de la información y la sensibilización tanto del lado de la oferta como del lado de la demanda. Se la puede ver como una especie de puesta en operación de la Comunicación de 2009 de la CE, con especificación de algunas acciones concretas.

En 2017, la UE y sus Estados miembro acordaron un nuevo Consenso Europeo sobre Desarrollo, una visión compartida y marco de acción en la cooperación para el desarrollo. Este marco

normativo establece: "La cooperación para el desarrollo contribuirá a reforzar la inclusión y la ejecución de los capítulos de comercio y desarrollo sostenible en los acuerdos comerciales, a aumentar el acceso preferencial de los países vulnerables al mercado de la UE y a apoyar el comercio ético y justo y a desarrollar más políticas que garanticen la gestión responsable de las cadenas de suministro".

Factores de éxito y desafíos de la estrategia Comercio para Todos

Hubo cinco factores principales de éxito que llevaron a que se incluyera una sección sobre el Comercio Justo en la estrategia Comercio para Todos.

1. La existencia de la Comunicación de 2009 de la CE sirvió como base para otras normas legislativas. El comercio justo y ético era una prioridad personal de la entonces Comisaria de Comercio Cecilia Malmström¹¹⁴.
2. Otro factor propicio fue el firme apoyo del grupo de trabajo sobre Comercio Justo del Parlamento Europeo.
3. Dos integrantes del grupo de trabajo de gran actividad y dedicación (Linda McAvan y Bernd Lange) también presidían dos de los comités del Parlamento Europeo más prominentes: el de desarrollo y el de comercio internacional.
4. Al mismo tiempo, se presentó una coyuntura favorable con el lanzamiento en 2015 de la Agenda Internacional de Desarrollo Sostenible.

Esta política comercial se proponía reflejar los diversos valores de la UE e incluía los negocios responsables, la solidaridad y otros elementos.

- Por último, la CE aprobó algunas de las propuestas presentadas por el movimiento de Comercio Justo a través de la Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO), precisamente porque eran recomendaciones muy concretas, de orientación práctica y aplicables. Algunas de esas recomendaciones apuntaban a trasladar prácticas ya existentes a las políticas, y se basaban en ejemplos reales de Estados miembros de la UE; tal es el caso del exitoso premio alemán a las ciudades de Comercio Justo. Con esto, la CE ganó la confianza suficiente para lanzar su propio premio para ciudades de Comercio Justo y ético.

Las principales dificultades radicaban en que algunos funcionarios de la CE no querían adoptar acciones explícitas en materia de Comercio Justo. Les preocupaba la posibilidad de que se percibiera a la CE como discriminatoria de otros sistemas de certificación. Por otra parte, las conversaciones iniciales tuvieron lugar en inglés, y se confundió el concepto del Comercio Justo ("Fair Trade") con la etiqueta Fairtrade en sí. Posteriormente, este error de interpretación se aclaró gracias al trabajo de la persona responsable de representar a la FTAO en Bruselas. No obstante, a nivel de la UE se sigue confundiendo el Comercio Justo, en tanto concepto definido en la Carta Internacional del Comercio Justo, con la etiqueta Fairtrade.

2.6.3 Implementación, evolución y evaluación de las políticas

En la sección 4.2.4. de la estrategia Comercio para Todos, sobre la promoción de regímenes de comercio justo y ético, la CE previó varias medidas para abordar las exigencias de los consumidores de la UE, y también contribuir a generar más oportunidades de comercio sostenible para los pequeños productores del Sur.

La Comisión planeó las siguientes actividades; debajo de cada una se presenta un análisis del actual estado de implementación. La Comisión:

- Utilizará la estructura existente para la aplicación de acuerdos de libre comercio a fin de promover el comercio justo y otros sistemas de garantía de la sostenibilidad, como el régimen ecológico de la UE.*

Habitualmente, los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible de los acuerdos de libre comercio bilaterales incluyen una referencia a los sistemas de comercio justo y ético. Sin embargo, los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible son de implementación muy débil y no es posible imponer el cumplimiento. Hasta ahora no ha habido un mecanismo práctico que permita ejercer presión sobre la UE y sus asociados comerciales para implementarlos. Gracias al intenso trabajo de promoción por parte de la FTAO, se ha logrado que los gobiernos de Perú, Colombia y Ecuador¹¹⁵

incluyeran el Comercio Justo en la agenda de las reuniones bilaterales de los gobiernos que supervisan los acuerdos de libre comercio. Se esperaba que la CE actuara, motivada por los gobiernos de los asociados comerciales, y esto se logró recién hace muy poco, en noviembre de 2020. Este ejemplo muestra a las claras que los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible no se aplican automáticamente a los proyectos de Comercio Justo, como también la importancia de las tareas de promoción dirigidas a los asociados de la UE.

- Tratará el comercio justo y ético de forma más sistemática en la futura revisión de la estrategia de la UE de Ayuda al Comercio e informará sobre los proyectos relacionados con el comercio justo en el marco de su informe de Ayuda al Comercio.*

En su Comunicación de 2017 sobre una nueva estrategia de Ayuda al Comercio, la Comisión en efecto mencionó la promoción de las prácticas comerciales justas y éticas como un aporte importante para la Agenda 2030. Desde 2017, el informe anual de la estrategia de la UE de Ayuda al Comercio actualizada incluye una sección sobre los proyectos de comercio justo y ético que recibieron apoyo financiero de las delegaciones de la UE y los Estados miembro de la UE. El informe ofrece un buen panorama de la situación vigente y del avance en la implementación de los proyectos con un enfoque transversal, pues abarca temas como el trabajo decente, la conducta empresarial responsable, y el comercio justo y ético.

3. Promoverá, a través de las delegaciones de la UE y en colaboración con altos representantes, regímenes de comercio justo y ético ante los pequeños productores de terceros países, basándose en las iniciativas vigentes sobre mejores prácticas.

En los últimos años, las delegaciones de la UE han apoyado diversos proyectos de Comercio Justo. El presidente del Comité de Comercio Internacional del Parlamento Europeo, Bernd Lange, quien ha organizado tres reuniones anuales con embajadores de la UE, impulsó algunos de ellos. Un muy buen ejemplo de fuentes alternativas de financiación es el caso de Brasil: en ese país, la financiación para la promoción de los sistemas de Comercio Justo provino del presupuesto de diplomacia económica de la UE, mediante el instrumento europeo de asociación¹¹⁶. Además, la Dirección General de Comercio de la CE anunció en 2016 que crearía una plataforma en línea para intercambiar buenas prácticas; esta promesa todavía no se ha cumplido.

4. Reforzará el apoyo al trabajo en los foros internacionales, como el Centro de Comercio Internacional (CCI o ITC), a fin de recopilar datos de mercado en relación con los mercados de comercio justo y ético, lo que podría servir después como base para seguir la evolución de los mercados.

El Centro de Comercio Internacional emitió un informe sobre el mercado de la sostenibilidad en

la UE, pero no específicamente sobre el Comercio Justo. El trabajo se enfocó especialmente en las políticas para minoristas.

4. Realizará actividades de sensibilización en la UE, en particular colaborando con autoridades locales de la UE en la posible organización de un premio "Ciudad de la UE por el Comercio Justo y Ético".

El Premio Ciudad de la UE por el Comercio Justo y Ético se inauguró en 2017¹¹⁷. Tiene por objetivo celebrar y apoyar las iniciativas que actualmente tienen lugar en las ciudades con el objeto de fomentar prácticas comerciales más justas y éticas. Esta es la acción más exitosa de la estrategia Comercio para Todos implementada en los últimos cinco años. Con el apoyo del Centro de Comercio Internacional, la ciudad ganadora puede implementar un proyecto de sostenibilidad en el Sur global. El presupuesto del proyecto es de EUR 100.000. Además, todas las ciudades participantes —y en especial la ciudad ganadora— obtienen visibilidad y oportunidades para establecer redes.

2.6.4 Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación

Aunque la Comunicación de 2009 de la UE es un documento solo descriptivo, ha funcionado como "vehículo legislativo" y ha abierto la puerta para

otras políticas públicas sobre Comercio Justo. La estrategia Comercio para Todos no hubiese sido posible sin ella. Además, como fruto de los esfuerzos por dar coherencia a las políticas, en el Consenso Europeo sobre Desarrollo se incluyó una sección sobre comercio y desarrollo que hace hincapié en el apoyo al comercio justo y ético. Gracias a la Comunicación de 2009, el Comercio Justo y otros sistemas de sostenibilidad han sido agregados a la plantilla para los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible en los acuerdos de libre comercio. Esto abre una oportunidad de más trabajo de promoción para la implementación de proyectos concretos de Comercio Justo, como los antes mencionados, por parte de las delegaciones de la UE. Por medio de las delegaciones de la UE, hay una excelente oportunidad de acceder a financiación para los proyectos de Comercio Justo. Esta experiencia ha demostrado que también existen otras oportunidades de financiación, además del presupuesto de las delegaciones de la UE (véase la Tabla 11).

Actualmente, no hay políticas específicas de la UE sobre el Comercio Justo, sino solo sobre el comercio justo y ético. El capítulo sobre los regímenes de comercio justo y ético de la estrategia Comercio para Todos incluye medidas muy poco profundas para la promoción y el apoyo al Comercio Justo. Esto se podría interpretar como un "lavado de cara" para dar una falsa apariencia de la estrategia comercial como justa.

Tabla 11: Análisis FODA de las políticas públicas sobre Comercio Justo y su implementación en la Unión Europea

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La Comunicación de 2009 de la CE ofreció una base para las políticas públicas de la UE, como la estrategia Comercio para Todos, y es una buena referencia para otras normas legislativas. • El Comercio Justo y otros sistemas de sostenibilidad se agregaron a la plantilla para los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible en los acuerdos de libre comercio; como resultado, podrían implementarse más proyectos de Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay políticas específicas de la UE sobre Comercio Justo; solo sobre el comercio justo y ético o sobre "el comercio justo y otros sistemas de sostenibilidad relacionados con el comercio". • El capítulo sobre los sistemas de comercio justo y ético de la estrategia Comercio para Todos es flojo, con actividades muy "blandas". • Los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible no son tan vinculantes como la parte principal de los acuerdos de libre comercio. • No hay un mecanismo efectivo que imponga el cumplimiento de los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible. • Los actores del Comercio Justo y el movimiento no intervinieron en las investigaciones del Centro de Comercio Internacional (CCI, o ITC) sobre datos de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas conexiones con un presidente del Comité de Comercio Internacional del Parlamento Europeo que ha asumido un gran compromiso. • Representación fuerte y activa por parte del movimiento de Comercio Justo en el ámbito de la UE. • Acceso a fondos para los proyectos de Comercio Justo a través de las delegaciones de la UE. • La nueva política de comercio de la UE es una oportunidad para facilitar la mayor adopción y promoción del Comercio Justo. • El Premio Ciudad de la UE por el Comercio Justo y Ético respalda la sensibilización y el reconocimiento del Comercio Justo por parte del público. 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay una clara diferenciación entre el Comercio Justo y otras iniciativas de comercio ético o sostenible; no se da cabida a políticas de la UE específicas sobre el Comercio Justo. • "Lavado de cara" para dar una falsa apariencia de la estrategia de comercio como justa; se incluyen medidas muy poco profundas. • El Comercio Justo no es una prioridad para la Dirección General de Comercio de la CE. • Si se promulgara legislación nueva específica sobre el Comercio Justo ahora mismo, esto podría bajar el nivel de los estándares de Comercio Justo.

2.6.5 Recomendaciones y perspectivas futuras

La estrategia Comercio para Todos es un muy buen primer paso, que favorece la adopción y la promoción del Comercio Justo en el ámbito de la UE. Ofrece una buena base en ciertas áreas que es preciso implementar con más eficiencia.

Con respecto a las futuras políticas públicas sobre Comercio Justo, se recomienda lo siguiente:

- Incluir una sección sobre Comercio Justo en la nueva política comercial de la UE.
- Hacer que todos los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible de los acuerdos de libre comercio sean vinculantes, y crear un mecanismo eficiente para imponer su cumplimiento.
- Hacer sistemáticamente que los proyectos de Comercio Justo tengan prioridad en los acuerdos comerciales; por ejemplo, incluyendo iniciativas de Comercio Justo encabezadas por la sociedad civil como objetivos prioritarios en los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible de los acuerdos de libre comercio.
- Orientar a las delegaciones de la UE sobre la implementación de los proyectos de Comercio Justo en los países asociados de la UE, incluidos los países vecinos; por ejemplo, mediante la creación de una plataforma en línea para intercambiar buenas prácticas, como anunció en

2016 la Dirección General de Comercio.

- Promover las iniciativas de Comercio Justo mediante programas de la UE con una perspectiva de múltiples partes interesadas, entre ellas, los jóvenes, el sector privado y participantes de los países del Espacio Económico Europeo.
- Emitir un informe sobre los mercados sostenibles en la UE, que incluya datos de mercado específicos sobre el Comercio Justo, teniendo en cuenta las iniciativas de Comercio Justo reconocidas por la Comunicación de 2009 y proporcionando apoyo financiero a los actores del Comercio Justo para un análisis de mercado específicamente sobre potenciales mercados de Comercio Justo.
- Inaugurar una semana de Comercio Justo de la UE, temática y con frecuencia anual, para facilitar el intercambio de conocimiento, sensibilizar, y promover actividades y buenas prácticas de Comercio Justo entre las autoridades locales, regionales y nacionales de la UE, los actores de la sociedad civil, las escuelas y las universidades.
- Incluir el Comercio Justo en otras políticas, como las de educación, cultura y digitalización.
- Continuar con el Premio Ciudad de la UE por el Comercio Justo y Ético; organizarlo regularmente y ampliar el alcance del premio de modo de abarcar escuelas, universidades, y actividades e iniciativas de la sociedad civil; reforzar la conexión entre la campaña de las ciudades de

Comercio Justo y la iniciativa de la UE; dar más apoyo promocional a las ciudades ganadoras para propiciar una participación más amplia; pedir al Comité de Cultura que incorpore una sección sobre el comercio justo y ético en la selección de las Capitales Europeas de la Cultura, a fin de dar más publicidad al comercio justo y ético.

- Seguir informando sobre el apoyo a las iniciativas de Comercio Justo por parte de la UE y los Estados miembro en el informe anual de la Comisión sobre Ayuda al Comercio.
- Apoyar la inclusión de los criterios de Comercio Justo en los nuevos criterios obligatorios de la UE sobre contratación pública sostenible en el área de alimentos, de próxima aprobación, y en el nuevo sistema de contratación de la UE denominado De la Granja a la Mesa, para la contratación por parte de las escuelas.
- Promover las iniciativas de Comercio Justo mediante políticas comerciales y externas de la UE; por ejemplo, las iniciativas de diplomacia económica, alianzas "verdes", cooperación para el desarrollo y economía digital.
- Promover las iniciativas de Comercio Justo como una forma de abordar algunas de las causas originarias del trabajo infantil, en los planes de acción o iniciativas de la CE sobre la materia; promover las iniciativas de Comercio Justo como un punto de apoyo que permita impulsar los derechos de género en iniciativas y planes de

acción, como el plan de acción de la UE sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, en las relaciones externas.

Dar más visibilidad y reconocimiento oficial al grupo de trabajo sobre Comercio Justo del Parlamento Europeo, y modificar su situación actual: lograr que pase de ser un grupo de trabajo informal a ser un grupo de trabajo interparlamentario.

La CE dio a conocer el nuevo documento de la UE sobre la política comercial¹⁷⁸ el 18 de febrero de 2021, cuando se estaba finalizando este informe. El documento ofrecía una oportunidad única de influir en las políticas de la UE de modo tal de facilitar la adopción y la promoción de las iniciativas de Comercio Justo. No obstante, debido a la orientación liberal de la CE y del actual Comisario de Comercio, como también a la falta de compromiso de la Dirección General de Comercio, la nueva política comercial de la UE no va mucho más allá de la estrategia Comercio para Todos de 2015. Incluye el compromiso de "promover cadenas de valor circulares, responsables y sostenibles", pero carece de propuestas concretas para hacer esto realidad. La estrategia no incluye ninguna medida específica destinada a asegurar que el comercio funcione a favor de los pequeños agricultores y de los modelos de negocio sostenibles, éticos y justos que ponen a las personas y el planeta por encima de las ganancias a corto plazo.

No hay una clara diferenciación entre el Comercio Justo y otras iniciativas de comercio ético o

sostenible; este fenómeno se observa ya desde hace muchos años. Pese a que la Comisión en 2009 y el Parlamento en 2006 reconocieron los criterios internacionales de Comercio Justo, la Comunicación de 2009 no respalda el desarrollo de políticas específicas de la UE sobre Comercio Justo, sino solo sobre comercio justo y ético. Se requiere una revisión de la Comunicación de 2009 que defina exactamente qué es el Comercio Justo, y qué iniciativas y organizaciones de Comercio Justo reconoce la UE.

Para el futuro, recomendamos que la UE emita una política especial sobre Comercio Justo, demostrando que el Comercio Justo tiene un valor agregado, y tomando en cuenta iniciativas que han sido reconocidas por la Comisión en la Comunicación de 2009 y por el Parlamento en 2006. Es preciso definir el Comercio Justo del mismo modo que se ha definido el sector orgánico, poniendo gran atención a que, en la definición, sean centrales los principios y la visión del Comercio Justo tal como se definen en la Carta Internacional del Comercio Justo.

En vista de que las ventas e iniciativas de Comercio Justo están en rápido crecimiento, debe considerarse poner en marcha una iniciativa de Comercio Justo interno intereuropea. Esto podría ayudar al movimiento de Comercio Justo a conectar mejor su trabajo de promoción con la futura política agrícola común (PAC) de 2027, tendiendo así un puente entre la comprensión interna y la comprensión global de los principios del Comercio Justo. Por otra parte, si se propicia

una resolución del Parlamento para hacer de Europa un continente de Comercio Justo antes del año 2030, se podría lograr más visibilidad del Comercio Justo en Europa y sensibilizar más sobre él. Tomando en consideración el drástico impacto del cambio climático en los productores de Comercio Justo de todo el mundo, y la publicidad que rodea a los movimientos de justicia climática, recomendamos forjar coaliciones más fuertes con esos movimientos. También podría ser útil para el movimiento europeo de Comercio Justo implicarse más en las próximas negociaciones sobre el nuevo Pacto Verde Europeo, y participar activamente en la conferencia sobre el futuro de Europa.

3. Casos emergentes en África y Asia

Durante la fase de preselección para la investigación, se analizó en mayor profundidad cuatro países de Asia y cuatro países de África. Todos los países tienen un elemento en común: no hay casi ninguna política pública, ni estrategias ni planes de acción sobre el Comercio Justo, o bien las únicas políticas son las que hemos clasificado como políticas de apoyo de Tipo 3 (por ejemplo, políticas sobre la promoción del consumo ético, la economía social y solidaria y el Comercio Justo interno; legislación sobre niñez y género; políticas agrícolas y de reforma agraria; estrategias de desarrollo sostenible; planes nacionales de acción sobre el cambio climático; programas de promoción de exportaciones para productos sostenibles; etc.). En algunos países, los ministerios de gobierno y las instituciones públicas saben un poco sobre el Comercio Justo. La mayor parte de los gobiernos no apoyan directamente el Comercio Justo mediante ningún programa ni ninguna legislación. En contraposición, algunos países sí tienen programas que apoyan la exportación de productos orgánicos. Sin embargo, hay algunas novedades que podrían merecer un seguimiento en los próximos años, pues podrían convertir a estos países en estudios de caso emergentes sobre el Comercio Justo.

3.1 Asia en breve

En la India hay legislación de Tipo 3 muy interesante. Por ejemplo, las pautas nacionales voluntarias sobre las responsabilidades sociales, ambientales y económicas de las empresas; las políticas de salario mínimo de algunos estados; y las políticas que regulan la duplicación del ingreso de los agricultores. Lamentablemente, debido al gobierno actual —muy restrictivo— y al ambiente hostil contra las ONG en el país, es improbable que en los próximos años se apruebe legislación progresista o políticas sobre Comercio Justo. Exactamente lo contrario se observa en Japón, donde el Ministerio de Asuntos Exteriores y su órgano de implementación de la asistencia oficial para el desarrollo (AOD)¹¹⁹, denominada JICA, han prestado apoyo financiero, en una medida reducida, a las ONG del área del Comercio Justo. Pese a ello, las políticas públicas sobre Comercio Justo solo se ven en un nivel muy local, y son comparables al movimiento de las ciudades de Comercio Justo. Una novedad que vale la pena analizar en el futuro es la aparición del sello de Comercio Justo de Japón, que se acreditó como ONG en 2018 y empezó a promover activamente el Comercio Justo en todo el país. Hasta ahora, el caso emergente más interesante de Asia es el de Sri Lanka.

3.2 El ejemplo de Sri Lanka: Un marco de cooperación sobre el Comercio Justo

En Sri Lanka, existen varios ejemplos de legislación de Tipo 3, pero ninguno de Tipo 1 ni de Tipo 2. Sin embargo, está en marcha el proceso de lanzamiento de un marco único de cooperación entre el gobierno de Sri Lanka y las redes internacionales de Comercio Justo. Este podría perfilarse como un marco de Tipo 4 o un programa específicamente sobre Comercio Justo. Este marco adopta un enfoque intergubernamental y en él interviene la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), como también representantes y redes de Comercio Justo. Abarca una amplia gama de cadenas de suministro. En el caso de Sri Lanka, el gobierno nacional tomó la iniciativa y se puso en contacto con las redes de Comercio Justo mediante funcionarios de la embajada en Bruselas.

Los objetivos del marco guardan relación directa con el Comercio Justo y tienen un gran potencial de estimular el desarrollo del Comercio Justo en Sri Lanka por las siguientes vías, entre otras:

- Apoyo a la certificación y la acreditación de los estándares de Comercio Justo
- Creación de un entorno normativo propicio para apoyar a las organizaciones de productores y las empresas de Comercio Justo
- Sensibilizar y difundir conocimientos sobre el

Comercio Justo entre los productores de Sri Lanka, para que puedan identificar mercados y compradores de Europa

- Intercambiar información sobre la nueva normativa de la UE que pudiera repercutir sobre los productores de Sri Lanka, estudios de mercado, desarrollo de productos y certificación
- Explorar oportunidades de apoyo a los laboratorios técnicos y de asistencia técnica y financiera para las organizaciones de productores de Comercio Justo
- Explorar oportunidades para reducir los costos de la certificación de Comercio Justo

Sri Lanka tiene el potencial de convertirse en un estudio de caso de Comercio Justo interesante en un futuro muy cercano. Funciona como fuente de inspiración y ejemplo de un trámite legislativo y un marco único de cooperación en materia de Comercio Justo entre el gobierno de Sri Lanka y las redes internacionales de Comercio Justo. Los procesos que condujeron a esta cooperación pueden inspirar a los movimientos de Comercio Justo de otros países respecto de los pasos que pueden dar y las instituciones a las que se pueden dirigir a fin de obtener más apoyo para el Comercio Justo. Lo que hace realmente interesante este caso y amerita un mayor análisis es el papel que pueden desempeñar los representantes de la embajada en Bruselas en cuanto a las redes de contactos y la conexión entre las principales partes interesadas.

3.3 África en breve

Es bien sabido que la economía social y solidaria¹²⁰ tiene una larga tradición en muchos países latinoamericanos. Existe una base para muchas políticas públicas sobre Comercio Justo gracias a la normativa existente relacionada con la economía solidaria. Se sabe menos, pero recientemente ha habido una lenta adopción de la economía social y solidaria también en los países africanos. En 2019, después de cinco años de negociaciones e interrupciones, se aprobó en Túnez una nueva ley marco sobre economía social y solidaria. Esta ley tiene el potencial de inspirar a otros gobiernos africanos. Sería interesante estudiar los factores de éxito del caso tunecino, pues otros países africanos tienen leyes similares, aunque menos progresistas (este es el caso de Malí, Marruecos y Senegal). Otro punto de interés para estudiar el caso tunecino en el futuro cercano es la política de contratación pública muy ambiciosa reservada para las organizaciones de la economía social y solidaria.

La mayoría de los países africanos tienen diversas políticas públicas referidas a ciertos sectores clave de la producción, como el cacao (por ejemplo, Costa de Marfil, Ghana, Camerún), y marcos de cooperación para el desarrollo con países en su mayor parte europeos. En la mayoría de estos documentos hay referencias a temas afines al Comercio Justo pero a un nivel muy bajo. Con su enfoque especialmente centrado en el cacao, la Iniciativa Internacional

del Cacao puede ser interesante de estudiar en el futuro, en combinación con las diversas iniciativas de múltiples partes interesadas "más allá del cacao" (como SWISSCO, DISCO, etc.), pues todas muestran el potencial de mejorar los medios de vida de los pequeños productores africanos de cacao.

En general, se recomienda brindar apoyo a más redes de Comercio Justo africanas continentales, ampliando la capacidad de promoción y de intercambio de conocimientos y experiencia. El trabajo de promoción, encabezado por los movimientos y organizaciones de Comercio Justo de los países, debe recibir apoyo especialmente para los productos principales y para los proyectos de investigación sobre el Comercio Justo en los sectores clave. Asimismo, se recomienda examinar las consecuencias inesperadas del Brexit para los países africanos, en especial en vista del cese de los acuerdos comerciales con terceros países. Como enfoques interesantes para estudiar en el futuro, cabe citar los casos de Etiopía, con la ley de organizaciones de la sociedad civil, que permite registrar comités de la Prima Fairtrade; Senegal, donde actualmente está en desarrollo la economía solidaria; y Sudáfrica, como país consumidor y productor.

3.4 El ejemplo de Tanzania: Reducción de impuestos para productores cafeteros de Comercio Justo

En Tanzania no hay políticas públicas relevantes que guarden relación directa con el Comercio Justo. No obstante, sería interesante investigar la eliminación de un impuesto aplicado a los productores cafeteros, que demuestra cómo una alianza de partes interesadas puede lograr influir sobre un gobierno a fin de reducir la carga tributaria del café para los productores cafeteros de Comercio Justo. La organización de productores cafeteros certificada por Fairtrade KADERES PLC¹²¹, en colaboración con la Red de Comercio Justo de Tanzania, el Foro de Actores Agrícolas No Estatales (ANSAF) y el Foro de Partes Interesadas del Café, pudo ejercer influencia sobre el Ministerio de Agricultura, a través del Parlamento tanzano, para reducir la carga tributaria del café. El resultado fue una reducción del 26 % al 17 % en los impuestos al café. A fines de 2018, el Parlamento de Tanzania emitió un informe de posición común por el que abolió el 8 % de impuestos que anteriormente soportaban en su totalidad los caficultores.

En comparación con otros países, este caso refleja el éxito de las actividades y los procesos de promoción. La ventaja de profundizar el estudio de este caso es que puede revelar qué factores propicios y de éxito (por ejemplo, el trabajo conjunto de los grupos de presión y los contactos bien establecidos de estos grupos con el gobierno) influyeron en la decisión parlamentaria favorable a los caficultores de Comercio Justo. Se prevé la formulación de una política pública en el futuro cercano.

4. Conclusión

Los seis estudios de caso analizados durante la segunda fase de este estudio presentan muchos instrumentos de política pública distintos, todos tendientes a lograr apoyo para el Comercio Justo. Ilustran de qué manera las políticas públicas sobre Comercio Justo pueden abrir a los productores de Comercio Justo el acceso a los mercados, apoyar a las empresas de Comercio Justo, y lograr que los gobiernos reconozcan los principios y las redes de Comercio Justo.

La investigación indica que el Comercio Justo contribuye al logro de los ODS. Ha demostrado que, para algunos países, el Comercio Justo ha llegado a ser una prioridad nacional. Lo que la mayoría de los seis estudios de caso tienen en común es que en esos países hay redes de Comercio Justo muy activas y estructuras bien establecidas. Todos los casos examinados han demostrado la importancia de la intervención de distintos grupos de partes interesadas en el proceso de elaboración de políticas públicas sobre Comercio Justo. Asimismo, el compromiso gubernamental y el apoyo institucional son indispensables para lograr establecer las políticas públicas sobre Comercio Justo y para implementarlas.

Los estudios de caso demuestran que es urgente fortalecer las estructuras y capacidades de los movimientos de Comercio Justo —en especial en cuanto a las actividades de promoción—, y fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias entre los actores del Comercio Justo. Además, el Comercio Justo no es lo bastante conocido entre muchas autoridades gubernamentales. En la mayoría de los casos examinados, hacen falta actividades de sensibilización. También se recomienda asignar más recursos a proyectos de investigación intersectoriales y prolongados sobre el impacto del Comercio Justo en los medios de vida sostenibles, y sobre el verdadero costo de los productos de Comercio Justo, pues estas son dos de las preocupaciones más comunes de las autoridades públicas: el precio y el impacto del Comercio Justo.

Durante la fase de preselección, emergieron varios casos interesantes que valdría la pena examinar en un futuro próximo, pues tienen un gran potencial de alentar a los actores del Comercio Justo a reforzar sus actividades de promoción y presionar a favor de una legislación eficaz y progresista sobre Comercio Justo. Por tal razón, se recomienda enfáticamente continuar esta investigación. Un mapa interactivo en línea y un sitio web que muestre todas las novedades sobre políticas públicas de Comercio Justo y conecte a los actores de todo el mundo podría funcionar como sostén para el intercambio de información y experiencia, y servir como herramienta para el trabajo de promoción. Una de las lecciones clave aprendidas del estudio es que las políticas públicas favorables al Comercio Justo solo serán útiles si van seguidas de una implementación y de actividades y proyectos concretos y ambiciosos. Por lo tanto, sería interesante ahondar la investigación de los procesos concretos de implementación de las políticas públicas ya existentes sobre Comercio Justo, y centrarse en los factores favorables y los impedimentos.

Anexos

ANEXO I

Leyes de contratación pública en Francia y Bélgica

Legislación francesa sobre contratación pública

Servicios de comida colectivos y contratación pública: Reseña histórica

Desde 2015, la legislación en materia de contratación pública reconoce el Comercio Justo: gracias a la trasposición de la Directiva 2014/24 de la Unión Europea sobre contratación pública, por medio de la Ordenanza N.º 2015-899, del 23 de julio de 2015 y su decreto de implementación, el Decreto N.º 2016-360 del 25 de marzo de 2016, se permite requerir una etiqueta. En 2019, conforme a la Ley de Agricultura y Alimentación (EGalim), se permitieron los productos de Comercio Justo en los servicios de comida colectivos. Un problema es que el restaurante colectivo solo debe cumplir con una acción obligatoria por año¹²². La Ley no obliga a ordenar un porcentaje de productos. Esto menoscaba el crecimiento del Comercio Justo en los servicios de comida colectivos¹²³ e impide las mediciones que permitirían determinar si ha habido una implementación real y eficaz.

Servicios de comida colectivos y contratación pública: Implementación

La Conferencia sobre los Estados Generales de la Alimentación¹²⁴ fue una de las promesas de campaña de Emmanuel Macron. La Conferencia se puso en marcha oficialmente en julio de 2017. Se realizaron sesiones de grupos de trabajo de múltiples partes

interesadas – entre otras, con productores, distribuidoras, consumidores y la sociedad civil – a fin de proponer modelos de producción y nutrición orientados a la salud, la economía y el medio ambiente. La Conferencia terminó en diciembre y dio como resultado la Ley EGalim, de 2018. En cuanto al papel de los actores del Comercio Justo, la Plataforma Francesa de Comercio Justo creó un grupo de trabajo, y se han llevado adelante múltiples negociaciones y tareas de promoción. Se han sugerido algunas modificaciones, pero se rechazó la obligatoriedad de las adquisiciones de Comercio Justo porque “comercio justo” no es una cualidad intrínseca del producto. La Conferencia sobre los Estados Generales de la Alimentación hizo posible que quienes promovían el Comercio Justo en Francia estructuraran mejor su propuesta y mejoraran la vinculación con los miembros del sector orgánico y ecológico. También les permitió forjar nuevas relaciones con algunas empresas de servicios de comida colectivos. Se sigue aguardando los resultados. Tras la adopción de la Ley de 2018, la Plataforma Francesa de Comercio Justo fue invitada a incorporarse al Consejo Nacional sobre los Restaurantes Colectivos, encargado de la aplicación de la Ley. Según Commerce Équitable France, esto constituye un importante reconocimiento del Comercio Justo por parte de las autoridades públicas.

**Ley EGalim:
Servicios
de comida
colectivos**

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ley ambiciosa en un inicio; conferencia sobre alimentación. • Nuevo marco para alimentos y servicios de comida. • Los responsables públicos de la adquisición pueden remitirse a la Ley. 	<ul style="list-style-type: none"> • El balance entre los productos de Comercio Justo y los orgánicos es negativo. • El enfoque central apunta a los productos orgánicos y no a los de Comercio Justo. • Mercado difícil. • Los profesionales de los servicios de comida colectivos no están muy interesados en el Comercio Justo; falta de comprensión. 	<ul style="list-style-type: none"> • La Ley también prevé la introducción de productos de Comercio Justo. • Nuevas redes. • Ayuda para revitalizar la campaña de las ciudades de Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> • En el sector de Comercio Justo se espera una nueva ley que incluya un porcentaje de productos obligatorio para el sector de servicios de comida colectivos.

Legislación belga sobre contratación pública

a) Legislación sobre contratación pública: Reseña histórica

Con fecha 17 de junio de 2016, la Ley sobre los Mercados Públicos – la norma federal sobre contrataciones públicas – traspuso la Directiva 2014/24 de la Unión Europea sobre contratación pública a la legislación belga. La norma prevé ahora la posibilidad de incorporar criterios de sostenibilidad, incluidos los de Comercio Justo, como especificación técnica o criterio de adjudicación. Cabe recordar que la Directiva de la UE sobre contratación pública es consecuencia de un fallo del Tribunal Europeo de Justicia en un juicio neerlandés¹²⁵. El Tribunal Europeo de Justicia falló a favor de la preferencia por un producto de Comercio Justo al reconocer el derecho de manifestar dicha preferencia. A nivel federal y regional, se ha publicado una Guía de adquisiciones sostenibles, que incorpora los criterios sostenibles y de Comercio Justo sobre la base de hojas de producto.

b) Legislación sobre contratación pública: Implementación

Desde 2014, el Instituto Federal de desarrollo Sostenible (FIDO) ayuda al Estado federal a incorporar el desarrollo sostenible a sus prácticas. FIDO ha creado una guía para las contrataciones públicas favorables al desarrollo sostenible, que se centra en el comercio social sostenible, ético y

justo. Todas las tostadoras belgas de café ahora ofrecen una variedad de productos con certificación de Comercio Justo. La campaña de las ciudades de Comercio Justo y la campaña "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo", que cuentan con el apoyo de la legislación federal, promueven las contrataciones públicas.

La campaña Ropa Limpia, que lleva adelante en Bélgica la ONG AchACT, muestra que en la administración pública se pueden usar los textiles de Comercio Justo, y que es preciso hacer un esfuerzo para que esto suceda. El próximo paso para el avance de las contrataciones públicas de Comercio Justo es una mesa redonda. La legislación ahora contempla la posibilidad de incorporar criterios de sostenibilidad, entre ellos los de Comercio Justo, como especificación técnica o criterio de adjudicación. siempre que dichos criterios tengan vinculación con la materia del contrato, su valor y sus objetivos. Este es un paso adelante de gran importancia.

Contratación pública

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de desarrollo sostenible de Valonia. • Comedores del Pacto Verde Europeo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No vinculante. • Arquitectura institucional. • Sin definición oficial de Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El de Comercio Justo es un mercado en crecimiento. • Se aguarda la debida diligencia sobre prácticas comerciales injustas para lograr que la adquisición pública de ropa y textiles justos y sostenibles tenga carácter vinculante. • Con las ciudades de Comercio Justo se agregó un sexto criterio, referido a los productos locales, que puede dar un impulso al Comercio Justo en general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falsas denuncias debido a una falta de definición y control del Comercio Justo. • Intensa presión de las empresas más grandes contra los actores del Comercio Justo (en particular, en la campaña de las ciudades de Comercio Justo). • La falta de una definición posibilita un "lavado de cara" para dar una falsa apariencia ecológica o justa.

ANEXO II

Referencias

Brasil

Ballet, J.; Renard, M.-C.; Carimentrand, A. (2012). "Le commerce équitable Sud-Sud et l'émergence des labels locaux" [El comercio justo Sur-Sur y la emergencia de las etiquetas locales]. En *Mondes en développement*. 2012, vol. 2012/4, n.º 160(4). Pp. 75-84.

Bossle, M. B.; Neutzling, D. M.; Wegner, D.; Bitencourt, C. C. (2017). "Fair trade in Brazil: current status, constraints and opportunities" [El comercio justo en Brasil: situación actual, limitaciones y oportunidades]. *Organizações & Sociedade*. 2017, vol. 24, n.º 83. Pp. 655-673.

Conti, B. R.; De Carvalho Antunes, D. (2019). "Avances y retos de la política nacional de comercio justo y solidario en Brasil". En *Revue internationale des études du développement*. 2019, vol. 2019/4, n.º 240: "Commerce équitable: entre amplification et instrumentalisation" [Comercio justo: entre ampliación e instrumentalización]. Pp. 123-146.

Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). (2017). *Políticas públicas para el fomento del comercio justo y solidario en América Latina: los casos de Brasil, Ecuador y Colombia*. 2017. <http://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/04/Pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas-para-el-fomento-del-comercio-justo-y-solidario-en-Am%C3%A9rica-Latina-los-casos-de-Brasil-Ecuador-y-Colombia.pdf>

"El Plan Brasil sin Miseria" (Decreto 7.492/2011). (2011). http://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/brasil_sem_miseria/www/BSM_introducao_ESP.pdf

Gomes, R. (2007). "Proposta de Instrução Normativa do Sistema de Comércio Justo e Solidário" [Propuesta de instrucción normativa del Sistema de Comercio Justo y Solidario]. 2007. <https://fbes.org.br/2007/05/15/proposta-de-instrucao-normativa-do-sistema-de-comercio-justo-e-solidario/> (en portugués)

Grupo de Trabalho – Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário. (2016). "Documento base sobre Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário" [Documento base sobre el Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario]. 2016. <https://docplayer.com.br/10576492-Documento-base-sobre-sistema-nacional-de-comercio-justo-e-solidario-o-que-e-e-para-quem-e-o-comercio-justo-e-solidario.html> (en portugués)

Instituto Marista de Solidariedade (IMS). (2013). "Projeto Nacional de Comercialização Solidária: 20º Relatório de Atividades – IV Trimestre de 2013 (Outubro a Dezembro)" [Proyecto nacional de comercialización solidaria: 20.º informe de actividades, IV trimestre de 2013 (octubre a diciembre)]. 2013. <https://drive.google.com/file/d/1WTF5uBiKq5vLh-b0waOAWFNyYNCMRbm-Fk/view> (en portugués)

Mendonça, H. (2011). "Comércio justo e economia solidária no Brasil e o papel da política pública na sua promoção" [El comercio justo y la economía solidaria en Brasil y el papel de la política pública en su promoción]. En Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), *Boletim Mercado de Trabalho*. 2011, n.º 49. Pp. 59-65. http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3934/1/bmt49_econ01_comerciojusto.pdf (en portugués)

Ministerio de Trabajo y Empleo (MTE). (2014). "Institui os princípios, critérios, sistema de avaliação de conformidade e os mecanismos de gestão do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - SCJS" [Establecimiento de los principios, criterios, sistemas de evaluación de la conformidad y mecanismos de gestión del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario, SCJS]. Disposición n.º 2.060 del 30 de diciembre de 2014. <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=279940> (en portugués)

Estratégia ODS [Estrategia para los Objetivos de Desarrollo Sostenible]. <https://www.estrategiaods.org.br/> (en portugués)

Presidencia de la República. (2003). Decreto n.º 4.764 del 24 de junio de 2003. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4764.htm (en portugués)

Presidencia de la República. (2010). Decreto N.º 7.358, del 17 de noviembre de 2010. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm (en portugués)

Silva, S. P. (2018). "A Política de Economia Solidária no Ciclo Orçamentário Nacional (2004-2018): inserção, expansão e crise de paradigma. Texto para Discussão n.º 2434" [La política de economía solidaria en el ciclo presupuestario nacional (2004-2018): inserción, expansión y crisis del paradigma. Texto para debate n.º 2434]. Brasilia (Brasil): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2018. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/211384/1/1042347182.pdf> (en portugués)

Secretaría Nacional de Economía Solidaria, Ministerio de Trabajo y Empleo. (2012). "Apoyo ao Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário por Meio do Reconhecimento de Práticas de Comércio Justo e Solidário" [Apoyo al Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario por medio del reconocimiento de las prácticas de comercio justo y solidario]. Edicto de llamado público SENAES/MTE n.º 002/2012. https://drive.google.com/file/d/1R_1Ek7GVrIojDdGdkKfwKvRtUA_hpvmU/view?usp=sharing (en portugués)

Torres, A. P. (2010). "Estado e comércio justo: quais regulações? Elementos conceituais" [Estado y comercio justo: ¿cuáles regulaciones? Elementos conceptuales]. Notas personales 2000-2010 sobre comercio justo y solidario. Río de Janeiro: junio de 2010. (En portugués).

Winckler, C. R.; Farias, J. M.; Dias, R.; De Mattos, R. (2018). "Economía Solidária – Memória, Legislação e Finanças" [Economía solidaria: informe, legislación y finanzas]. CAMP – Escola de Cidadania, 2018. <http://camp.org.br/files/2018/08/Cartilha-Memoria-e-Fundos-792864.pdf> (en portugués)

Zerbini, F.; Pateo, F. V.; Sígolo, V. (2010). "El Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario: del sueño a la práctica". En Mercado Justo, Periódico Digital del Comercio Justo en América Latina. 2010. http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-407_fr.html

Ecuador

Andino, V. (2013). "Políticas públicas para la economía social y solidaria: Caso de estudio de Ecuador". Centro Internacional de Referencia y enlace sobre las políticas públicas en economía social y solidaria (RELISS), 2013.

Cassinelli, J. C.; Carriel, V. J.; López, N. V.; Marchán, A. O.; Wong, H. L.; Núñez, B.; Farías Bohórquez, R.; Mendoza, C. G.; Garzón, G.; Armendáriz, C. (2016). "Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo". Pro Ecuador, Ecuador: Guayaquil y Quito, 2016. https://issuu.com/pro-ecuador/docs/anuario_comercio_justo_2016_issu

Clark, P.; Reed, D.; Decker, L. (2016). "El Comercio Justo, Regulación y el Desarrollo: el caso de la estrategia ecuatoriana de comercio justo". En STELZER, J.; GOMES, R. (eds.), Comercio Justo e Solidário no Brasil e na América Latina, 2016. Pp. 221-249. <http://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/04/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-el-fomento-del-comercio-justo-y-solidario-en-Am%C3%A9rica-Latina-los-casos-de-Brasil-Ecuador-y-Colombia.pdf>

Clark, P. (2019). "Campesino Organizations and Public Policies in Ecuador: From Neoliberal to Post-Neoliberal Rural Development 2006-2016" [Organizaciones campesinas y políticas públicas en Ecuador: del desarrollo rural neoliberal al posneoliberal 2006-2016]. Tesis presentada ante la Facultad de Asuntos de Grado y Posdoctorales, en cumplimiento parcial de los requisitos para el grado de Doctor en Ciencias Políticas con Especialización en Economía Política. Ontario (Canadá): Carleton University Ottawa, 2019. https://curve.carleton.ca/system/files/etd/a1ad096f-3006-43e7-907e-5d45723ccc78/etd_pdf/9707a4c4550a77e35ad88254c9e78429/clark-campesinoorganizationsand-publicpoliciesin.pdf (en inglés)

Constitución de la República del Ecuador 2008. Registro Oficial, n.º 449, 20 de octubre de 2008. https://corporativo.cnt.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Constitucion_Republica_del_Ecuador_2008_RO.pdf

Decker, L.; Clark, P. (2017). "Políticas Públicas y Comercio Justo en el Ecuador: el Camino hacia un 'País Justo'". En CLAC, Políticas públicas para el fomento del comercio justo y solidario en América Latina: los casos de Brasil, Ecuador y Colombia, 2017. Pp. 41-77. <http://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/04/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-el-fomento-del-comercio-justo-y-solidario-en-Am%C3%A9rica-Latina-los-casos-de-Brasil-Ecuador-y-Colombia.pdf>

El Universo. (2020). "Superintendencia de Control del Poder de Mercado recupera facultades normativas con Decreto 1193". 20 de noviembre de 2020. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/19/nota/8054854/superintendencia-control-poder-mercado-decreto-ejecutivo-1193>

Ministerio de Comercio Exterior. (2014). "Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017: Aporte del sector de Comercio Justo para promover el desarrollo de un sistema económico social, soberano, justo, democrático, solidario y sustentable". Quito (Ecuador): 2014. <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (2018). "Implementación de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo". 2018.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). (2020). Acuerdo n.º MPCEIP-DMPCEIP-2020-0025. 19 de febrero de 2020. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/04/MPCEIP-DMP-CEIP-2020-0025.pdf>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). (2020). Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. Acuerdo Ministerial n.º 003-2017; Acuerdo n.º MPCEIP-DMP-CEIP-2019-0025. Presentación. 2020.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). (2020). "Resumen Ejecutivo: Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo". Noviembre de 2020.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2013). "Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017: Todo el mundo mejor". Quito (Ecuador): 2013. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/Plan-Nacional-Buen-Vivir-2013-2017-Mintel.pdf> (en español) <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/12/Buen-Vivir-ingles-web-final-completo.pdf> (en inglés)

Ministerio de Comercio Exterior. (2017). Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. Acuerdo Ministerial n.º 003-2017. Registro Oficial Edición Especial 945 del 10 de marzo de 2017. <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>

República de Ecuador. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI). Ley 0. Registro Oficial Suplemento 351 del 29 de diciembre de 2010. Última modificación: 30 de diciembre de 2016. <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec088es.pdf>

República de Ecuador. (2011). Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. Ley 0. Registro Oficial Suplemento 555 del 13 de octubre de 2011. https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ley_organica_regulacion_control_poder_mercado.pdf

República de Ecuador. (2011). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS). Ley 0. Registro Oficial 444 del 10 de mayo de 2011. Última modificación: 23 de octubre de 2018. <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

República de Ecuador. (2020). Reglamento a Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria. Decreto Ejecutivo 1061. Registro Oficial Suplemento 648 del 27 de febrero de 2012. Última modificación: 4 de agosto de 2020. <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO%20GENERAL%20DE%20LA%20LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20agosto2020.pdf/66c4825b-cf79-4aa1-b995-1739be63bee3>

Vega Ugalde, S. (2016). "La política de Economía Popular y Solidaria en Ecuador. Una visión de su gubernamentalidad". En Otra Economía. 2016, vol. 10, n.º 18. Pp. 77-90. DOI: <https://doi.org/10.4013/otra.2016.1018.07> <http://revistas.unisinos.br/index.php/otraeconomia/article/view/otra.2016.1018.07>

Programa Mundial de Alimentos (PMA). (2017). "Ecuador Country Strategic Plan (2017-2021)" [Plan estratégico de país para Ecuador (2017-2021)]. Roma (Italia): 2017. <https://documents.wfp.org/stellent/groups/internal/documents/projects/wfp291794.pdf> (en inglés)

Bélgica

Barry Callebaut. (2019). "Annual Report 2019/20" [Informe anual 2019/20]. <https://www.barry-callebaut.com/en/group/investors/annual-report-201920> (en inglés)

Senado de Bélgica. (2006). Proposition de loi modifiant les lois du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et du 21 décembre 1998 relative à la Coopération technique belge et portant une définition du « commerce équitable » [Proyecto de ley que modifica las leyes del 14 de julio de 1991 sobre las prácticas comerciales y del 21 de diciembre de 1998 sobre la cooperación técnica belga y la definición de "comercio justo"]. 16 de mayo de 2006. <https://www.senate.be/www/?MIval=publications/viewPub&COLL=5&PUID=50334888&TID=50349214&POS=1&LANG=fr> (en francés)

Cámara de Representantes de Bélgica. (2017). Communications à la séance plénière 19 juillet 2017. Chambre-4E Session de la 54E Législature. Annexe au compte rendu intégral CRIV 54 PLEN181 Annexe [Comunicaciones a la sesión plenaria del 19 de julio de 2017. Anexo al acta literal de la sesión CRIV 54 PLEN181]. 19 de julio de 2017. <http://www.lachambre.be/doc/pcr/pdf/54/ip181a.pdf#search=%2219%20juillet%202017%20%2055k,54k%20%3Cin%3E%20keywords%22> (en francés)

Cámara de Representantes de Bélgica. (2017). Proposition de résolution visant à promouvoir le commerce équitable et la campagne "Faites de la Belgique le pays du commerce équitable" [Propuesta de resolución con vistas a promover el comercio justo y la campaña "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo"]. Documento n.º 54 2496/001. 31 de mayo de 2017. <https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2496/54K2496001.pdf> (en francés)

Cámara de Representantes de Bélgica. (2020). Exposé d'orientation politique de la ministre de la Coopération au développement, chargée des Grandes villes [Declaración de política general de la ministro de Cooperación para el Desarrollo, responsable de grandes ciudades]. Documento n.º 55 1610/018. 5 de noviembre de 2020. https://diplomatie.belgium.be/sites/default/files/downloads/expose_orientation_politique_kitir_2020.pdf (en francés)

Communes du Commerce Équitable. (2017). "Le commerce équitable (Fair Trade) dans les marchés publics" [El Comercio Justo en los mercados públicos]. Bird&Bird, 2017. https://www.fairtradebelgium.be/fileadmin/fairtrade/user_upload/Fair_Trade_-_marches_publics_pour_tous_les_produits_a%C3%BBt_2017.pdf (en francés)

Centre National de Coopération au Développement (CNCND) et al. (2020). "Mémorandum: Fondements essentiels pour une loi belge sur le devoir de vigilance" (Memorando: Fundamentos esenciales para una ley belga sobre el deber de vigilancia). Octubre de 2020. https://www.cncd.be/IMG/pdf/nlfr_memorandum_zorgplicht_final-27-11-2020.pdf (en francés)

Direction Générale de la Coopération au Développement (DGCI). (2002). "Note stratégique économie sociale" [Nota estratégica sobre economía social]. Noviembre de 2002. <https://docplayer.fr/7698827-Note-strategique-economie-sociale.html> (en francés)

Fairtrade Bélgica. (2020). "Fairtrade Annual Report. 2019: A Year of Fruitful Connections" [Informe anual de Fairtrade. 2019: un año de conexiones fructíferas]. 2020. https://www.fairtradebelgium.be/fileadmin/fairtrade/user_upload/PDF_s/FTB-AnnualReport-_2019.pdf (en inglés)

Fairtrade International. (2018). "Cocoa Farmer Income: The household income of cocoa farmers in Côte d'Ivoire and strategies for improvement" [El ingreso de los productores de cacao: el ingreso familiar de los productores de cacao en Costa de Marfil y estrategias para lograr mejoras]. Respuesta al estudio de parte de la entidad que lo encomendó, Fairtrade International. 2018. https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/01_was_ist_fairtrade/05_wirkung/studien/study_true_cost_cocoa_farmer_income_2018.pdf (en inglés)

Departamento de Gobierno Público y Cancillería de Flandes. (2018). "Vision 2050: A long-term strategy for Flanders" [Visión 2050: una estrategia a largo plazo para Flandes]. 2018. <https://www.vlaanderen.be/publicaties/vision-2050-a-long-term-strategy-for-flanders> (en inglés)

Fountain, A. C.; Hütz-Adams, F. (2020). "Cocoa Barometer 2020" [Barómetro del cacao 2020]. Cocoa Barometer Consortium, 2020. <https://www.voicenetwork.eu/wp-content/uploads/2020/12/2020-Cocoa-Barometer.pdf> (en inglés)

Iniciativa de Desarrollo Sostenible (IDH). (2019). "Beyond Chocolate: Partnership for sustainable Belgian Chocolate" [Beyond Chocolate (más allá del chocolate): una alianza para el chocolate belga sostenible]. IDH/The Shift, 2019. <https://www.idhsustainabletrade.com/publication/beyond-chocolate-program-document-english/> (en inglés)

Iniciativa de Desarrollo Sostenible (IDH). (2020). "Beyond Chocolate: Rapport annuel 2019" [Beyond Chocolate: Informe anual 2019]. IDH, 2020. <https://www.idhsustainabletrade.com/uploaded/2020/06/French-BC-Annual-Report-2.6.pdf> (en francés)

Iniciativa de Desarrollo Sostenible (IDH). (2020). "Sustainable Banana Round Table Report" [Informe de la mesa redonda sobre el banano sostenible]. IDH/The Shift. 10 de septiembre de 2020. <https://theshift.be/en/activities/what-future-for-the-banana> (en inglés)

Gobierno de Valonia. (2018). "Développement Durable: 2e Stratégie Wallonne" [Segunda estrategia de Valonia para el desarrollo sostenible]. <http://developpementdurable.wallonie.be/sites/default/files/2020-01/2de-Strat%C3%A9gie%20wallonne%20de%20d%C3%A9veloppement%20durable.pdf> (en francés)

Servicio Público de Valonia (SPW)/Secretaría General (SG)/Departamento de Desarrollo Sostenible. (2018). "Vers un système alimentaire durable en Wallonie: Le Référentiel" [Hacia un sistema alimentario durable en Valonia: documento de referencia]. 2018. http://developpementdurable.wallonie.be/sites/default/files/2019-05/Referentiel_AD_WEB_compressed.pdf (en francés)

Lidl. (2019). "Rapport de durabilité 2019" [Informe de sostenibilidad 2019]. Lidl Bélgica y Luxemburgo, 2019. <https://corporate.lidl.be/fr/durabilite/rapports-de-durabilite> (en francés)

Ministerio de Asuntos Exteriores, Comercio Exterior y Cooperación para el Desarrollo. (2013). "Loi relative à la Coopération [belge] au Développement" [Ley relativa a la cooperación belga para el desarrollo]. Expediente n.o 2013-03-19/06. 19 de marzo de 2013. https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg_2.pl?language=fr&nm=2013015084&la=F (en francés)

Oxfam. (2020). "L'année en revue. Rapport annuel 2019" [Repaso del año. Informe anual 2019]. Oxfam Magasins du Monde, 2020. <https://indd.adobe.com/view/83540aa0-fc83-442d-a695-87633facc549> (en francés)

Trade for Development Centre (Centro de Comercio para el Desarrollo, TDC). (2018). "Bâtir un monde plus juste grâce au commerce durable. L'impact du programme du Trade for Development Centre entre 2014 et 2017" [Construir un mundo más justo gracias al comercio sostenible. Impacto del programa del Centro de Comercio para el Desarrollo entre 2014 y 2017]. TDC, 2018. https://issuu.com/tradefordevelopmentcentre/docs/batir_un_monde_plus_juste_gr_ace_au_ (en francés)

Trade for Development Centre (Centro de Comercio para el Desarrollo, TDC). (2020). "Baromètre 2020 du commerce équitable" [Barómetro 2020 del comercio justo]. Incidence 360° Market Research Solutions para el TDC, 2020. <https://www.tdc-enabel.be/wp-content/uploads/2020/10/Barometre-2020-du-commerce-equitable.pdf> (en francés)

The Shift. (2016). Carta belga para el desarrollo sostenible internacional. 2016. <https://theshift.be/uploads/media/57f3a8cfcfffe/Charter%20SDG4D%20-%20DEFINITIEF.pdf>

Francia

Agir pour l'Environnement. (2020). "Bilan des EGA: États généraux de l'alimentation. 2 ans après, la loi EGalim définitivement à l'abandon" [Balance de los estados generales de la alimentación. Dos años después, abandono definitivo de la ley EGalim]. 2020. https://www.agirpourenvironnement.org/sites/default/files/communiqués_presses/bilan_2ansEgalim.pdf (en francés)

Asamblea Nacional. (2001). "Proposition de loi n° 3342 visant à promouvoir un commerce international équitable entre le Nord et le Sud" [Propuesta de ley n° 3.342 con vistas a promover un comercio internacional justo entre el Norte y el Sur]. 2001. <https://www.assemblee-nationale.fr/11/propositions/pion3342.asp> (en francés)

Asamblea Nacional. (2020). "Projet de loi n° 3699 de programmation relatif au développement solidaire et à la lutte contre les inégalités mondiales" [Proyecto de ley n.º 3.699 de programación relativa al desarrollo solidario y a la lucha contra las desigualdades mundiales]. 2020.

https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b3699_projet-loi (en francés)

Commerce Équitable France. (2017). "Principales réalisations du plan d'action national en faveur du commerce équitable 2013-2017" [Principales resultados del plan nacional de acción de comercio justo 2013-2017]. 2017. <https://www.commerceequitable.org/publication/principales-realisation-du-plan-daction-national-en-faveur-du-commerce-equitable-2013-2017/> (en francés)

Commerce Équitable France / Initiatives pour une agriculture citoyenne et territoriale (INPACT) / Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB). "Charte du commerce équitable origine France. Principes fondamentaux du commerce équitable appliqués aux agricultures citoyennes et durables en France" [Carta del comercio justo de origen francés. Principios fundamentales del comercio justo aplicados a las agriculturas ciudadanas y sostenibles en Francia]. https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/notre-collectif/charte_ce_origine_france_2018.pdf (en francés)

Commerce Équitable France. (2020). "Rapport d'activité, juin 2019 – mai 2020" [Informe de actividad, junio de 2019 a mayo de 2020]. <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cef-rapportannuel-2020.pdf> (en francés)

Commerce Équitable France. Definición jurídica del Comercio Justo en Francia. Nota interna. (Sin fecha).

Dirección General de Asuntos de la Competencia, el Consumo y el Control del Fraude (DGCCRF). Encuesta sobre el uso del término "Comercio Justo" en productos alimentarios y no alimentarios. Publicación a principios de 2021.

Durochat, E.; Stoll, J.; Frois, S.; Selvaradj, S.; Lindgren, K.; Gefner, D.; Carimentrand, A.; Pernin, J.-L.; Dufeu, I.; Malandain, E.; Smith, A. (2015). "International Guide to Fair Trade Labels" [Guía internacional de etiquetas de comercio justo]. Para Commerce Équitable France / French Fair Trade Platform (PFCE) / Fair World Project (FWP) / FairNESS. 2015. https://b4f9dc7c-5c48-4f70-a571-5aab8e77d722.filesusr.com/ugd/0a2b60_fde-485975db1495f9315e0dd85f4fc9a.pdf (en inglés)

Dutreil, R. & Bussereau, D. (2007). "Le commerce équitable" [El comercio justo]. Discurso al Consejo de Ministros del 2 de mayo de 2007. <https://www.vie-publique.fr/discours/166536-conseil-des-ministres-du-2-mai-2007-le-commerce-equitable> (en francés)

Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia. (2019). "France's International Strategy for Food Security, Nutrition and Sustainable Agriculture" [Estrategia internacional de Francia para la seguridad alimentaria, la nutrición y la agricultura sostenible]. Informe de estrategia de la Dirección General de Asuntos Globales, Cultura, Educación y Desarrollo Internacional. 2019. https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/frances_international_strategy_for_food_security_nutrition_and_sustainable_agriculture_cle4f3e1a.pdf (en inglés)

Herth, A. (2005). "Le commerce équitable: 40 propositions pour soutenir son développement. Rapport au premier ministre Jean-Pierre Raffarin" [El comercio justo: 40 propuestas para sostener su desarrollo. Informe al Primer Ministro Jean-Pierre Raffarin]. 2005. <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/054000304.pdf> (en francés)

Ministerio de Economía, Industria y Empleo / Ministerio de Ecología, Energía, Desarrollo Sostenible y Mar. (2010). "Installation de la Commission nationale du commerce équitable" [Creación de la Comisión Nacional de Comercio Justo]. Carpeta de prensa. 2010. https://www.economie.gouv.fr/files/finances/presse/dossiers_de_presse/100422_installation_cncc.pdf (en francés)

Max Havelaar France. "Rapport annuel de Max Havelaar France 2019" [Informe anual de Max Havelaar France 2019]. <https://maxhavelaarfrance.org/liens-courts/long-max-havelaar-france/rapports-annuels/rapport-annuel-2019/> (en francés)

Ministerio de la Transición Ecológica. (2019). "La stratégie nationale de transition écologique vers un développement durable 2015-2020". [Estrategia nacional de transición ecológica hacia un desarrollo sostenible 2015-2020]. 2019. <https://www.ecologie.gouv.fr/strategie-nationale-transition-ecologique-vers-developpement-durable-2015-2020> (en francés)

Ministerio de Economía, Finanzas y Recuperación. (2013). "Plan d'action national en faveur du commerce équitable" [Plan nacional de acción de comercio justo]. 2013. <https://www.economie.gouv.fr/plan-d-action-national-en-faveur-du-commerce-equitable> (en francés)

Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional. "Innovating Together: Summary of the promotion strategy for new social and inclusive economy models abroad" [Innovando juntos: resumen de la estrategia de promoción para nuevos modelos de economía social e inclusiva]. (Sin fecha). https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/maedi_innovating_together_int_gb_bat_cle4f14e2.pdf (en inglés)

Programa Équité. (2019). "Contribuer au développement économique durable des pays à bas revenus en soutenant le développement des filières de commerce équitable en Afrique de l'Ouest" [Contribución al desarrollo económico sostenible de los países de ingreso bajo propiciando el desarrollo de las cadenas de comercio justo en el África occidental]. Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras / Commerce Équitable France / Fairtrade África, 2019. https://b4f9dc7c-5c48-4f70-a571-5aab8e77d722.filesusr.com/ugd/0a2b60_fb8ab06ae4b149f9a2d467b3904a05fc.pdf (en francés)

Programa Équité. "Contribuer au développement économique durable en soutenant le développement des filières de commerce équitable en Afrique de l'Ouest" [Contribución al desarrollo económico sostenible propiciando el desarrollo de las cadenas de comercio justo en el África occidental]. Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras / Commerce Équitable France / Fairtrade África. (Sin fecha). <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/programme-equite/flyer-equite.pdf> (en francés)

República Francesa. (2005). "Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises" [Ley n.o 2005-882 a favor de las pequeñas y medianas empresas]. 2 de agosto de 2005. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORF-TEXT000000452052/> (en francés)

República Francesa. (2014). "Loi n° 2014-773 du 7 juillet 2014 d'orientation et de programmation relative à la politique de développement et de solidarité internationale" [Ley n.o 2014-773 de orientación y programación relativa a la política de desarrollo y solidaridad internacional]. 7 de julio de 2014 (2014a). <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFF-TEXT000029210384/> (en francés)

República Francesa. (2014). "Loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire" [Ley n.o 2014-856 relativa a la economía social y solidaria]. 31 de julio de 2014 (2014b). <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFF-TEXT000029313296/> (en francés)

República Francesa. (2015). "Loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques" [Ley n.o 2015-990 para el crecimiento, la actividad y la igualdad de las oportunidades económicas]. 6 de agosto de 2015 (2015a). <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFF-TEXT000030978561/> (en francés)

República Francesa. (2015). "Décret n° 2015-1157 du 17 septembre 2015 relatif au commerce équitable" [Decreto n.o 2015-1157 relativo al comercio justo]. 17 de septiembre de 2015 (2015b). <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFF-TEXT000031183558> (en francés)

República Francesa. (2015). "Décret n° 2015-1311 du 19 octobre 2015 relatif à la commission de concertation du commerce" [Decreto n.o 2015-1311 relativo a la comisión de coordinación del comercio]. 19 de octubre de 2015 (2015c). <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000031345818> (en francés)

República Francesa. (2015). "Ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics" [Ordenanza n.o 2015-899 relativa a los mercados públicos]. 23 de julio de 2015 (2015d). <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000030920376/2021-01-26/> (en francés)

República Francesa. (2016). "Décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics" [Decreto n.o 2016-360 relativo a los mercados públicos]. 25 de marzo de 2016. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000032295952> (en francés)

República Francesa. (2019). "Loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises" [Ley n.o 2019-486 relativa al crecimiento y la transformación de las empresas]. 22 de mayo de 2019. <https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000037080861/> (en francés)

República Francesa. (2020). "Projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets" [Proyecto de ley sobre la lucha contra el desajuste climático y de refuerzo de la resiliencia frente a sus efectos]. NOR: TREX2100379L/Rose-1. 2020. <https://www.actu-envie-ronnement.com/media/pdf/news-36854-projet-loi-climat-convention-citoyenne.pdf> (en francés)

República Francesa. (2021). "Code de commerce" [Código de Comercio]. 2021. https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000005634379 (en francés)

Italia

Estrada, E. (2016). "Il commercio equo e solidale negli appalti pubblici. Considerazioni sul commercio equo e solidale nell'ambito della Direttiva 2014/24/UE" [El comercio justo y solidario en la contratación pública. Consideraciones sobre el comercio justo y solidario en el ámbito de la Directiva 2014/24/UE]. Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO), 2016. https://www.equogearantito.org/wp-content/uploads/2016/06/Quaderno-direttiva-2014_24_UE.pdf (en italiano)

Equo Garantito. Legislación sobre el comercio justo y solidario. (Sin fecha). www.equogarantito.org/documenti/leggi-sul-commercio-equo-e-solidale/ (en italiano)

Fornieris, C. (2016). "El comercio justo en Italia: análisis y evaluación de 'otro' posible modelo de desarrollo económico desde hace más treinta años". En STELZER, J.; GOMES, R. (eds.), Comercio Justo e Solidário no Brasil e na América Latina, 2016. Pp. 273-300. https://sodepaz.org/wp-content/uploads/imatges_sodepaz_ant/2016/pdf/ComercioJustoAL.pdf

Ministerio de Medio Ambiente y Protección del Territorio y del Mar. (2008). "Approvazione del Piano d'azione per la sostenibilità ambientale dei consumi nel settore della pubblica amministrazione" [Aprobación del plan de acción para la sostenibilidad ambiental del consumo en el sector de la administración pública]. Decreto del 11 de abril de 2008, publicado en el Boletín Oficial n.o 107, del 8 de mayo de 2008. <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2008/05/08/08A02995/sg> (en italiano)

Ministerio de Medio Ambiente y Protección del Territorio y del Mar. (2011). "Adozione dei criteri minimi ambientali da inserire nei bandi di gara della Pubblica amministrazione per l'acquisto di prodotti e servizi nei settori della ristorazione collettiva e fornitura di derrate alimentari e serramenti esterni" [Adopción de criterios ambientales mínimos para incluir en los llamados a licitación de la administración pública para la adquisición de productos y servicios en los sectores de los servicios de restaurantes colectivos y el suministro de productos alimenticios y cerramientos externos]. Decreto 11A12078 del 25 de julio de 2011, publicado en el Boletín Oficial n.o 220, del 21 de septiembre de 2011. <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2011/09/21/11A12078/sg> (en italiano)

Ministerio de Medio Ambiente y Protección del Territorio y del Mar. (2020). "Criteri ambientali minimi per il servizio di ristorazione collettiva e fornitura di derrate alimentari" [Criterios ambientales mínimos para los servicios de restaurantes colectivos y el suministro de productos alimenticios]. Decreto 20A01905 del 10 de marzo de 2020, publicado en el Boletín Oficial n.o 90, del 4 de abril de 2011. https://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/GPP/2020/guri_dm_65_del_2020_ristorazione_002.pdf (en italiano)

Presidencia de la República de Italia. (2014). "Disciplina generale sulla cooperazione internazionale per lo sviluppo" [Marco general sobre la cooperación internacional para el desarrollo]. Ley n.o 125 del 11 de agosto de 2014, publicada en el Boletín Oficial n.o 199, de 2014. https://www.aics.gov.it/wp-content/uploads/2016/03/LEGGE_125-2014.pdf (en italiano)

Presidencia de la República de Italia. (2016). "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture" [Implementación de las directivas 2014/23/UE, 2014/24/UE y 2014/25/UE sobre la adjudicación de los contratos de concesión, sobre las contrataciones públicas y sobre los procedimientos de contratación de los entes que operan en los sectores del agua, la energía, el transporte y el servicio postal, y para el reordenamiento del marco vigente en materia de contratos públicos relativos a los trabajos, los servicios y el abastecimiento]. Decreto Legislativo 16G00062 (n.o 50) del 18 de abril de 2016, publicado en el Boletín Oficial n.o 91, de 2016. https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2016-04-19&atto.codiceRedazionale=16G00062 (en italiano)

Rifici, R.; Caramelli, E.; Mascioli, A. (2020). "Relazione di accompagnamento. CAM Servizio di ristorazione collettiva e fornitura derrate alimentari" [Informe adjunto. CAM para el servicio de restaurantes colectivos y abastecimiento de productos alimentarios]. DM n.º 65, del 10 de marzo de 2020. Roma: Ministerio de Medio Ambiente y Protección del Territorio y del Mar, 2020. https://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/GPP/2020/relazione_accompagnamento_cam_ristorazione_aprile2020.pdf (en italiano)

Senado de la República de Italia. (2016). "Disposizioni per la promozione e la disciplina del commercio equo e solidale" [Disposiciones para la promoción y marco del comercio justo y solidario]. Ley n.º 2272, aprobada por la Cámara de Diputados el 3 de marzo de 2016. www.senato.it/service/PDF/PDFServer/BGT/00966573.pdf (en italiano)

Tepper, P.; McLennan, A.; Hirt, R.; Defranceschi, P.; Caimi, V.; Elu, A. (2020). "Making socially responsible public procurement work: 71 good practice cases" [Lograr que funcione la contratación pública con responsabilidad social: 71 casos de buenas prácticas]. Agencia Ejecutiva de la Comisión Europea para las Pequeñas y Medianas Empresas. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2020. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/69fc6007-a970-11ea-bb7a-01aa75ed71a1> (en inglés)

Toma, S.; Pignatelli, G. (2020). "Mandatory Fair Trade requirement for Italian green public procurement" [Requisito de Comercio Justo obligatorio para la contratación pública "verde" en Italia]. Fairtrade Italia y Equo Garantino, presentación del 2 de julio de 2020.

Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO). "Workshop on public procurement in EU countries" [Taller sobre la contratación pública en los países de la Unión Europea]. <https://vimeo.com/442296830>

Unión Europea

Angot, J.-L.; Bastid-Burdeau, G.; Bellmann, C.; Devienne, S.; Fontagné, L.; Genet, R.; Guibert, G.; Robert-Cuendet, S.; Schubert, K.; Atlani, A.; Lence, M. (2017). "L'impact de l'Accord Économique et Commercial Global entre l'Union européenne et le Canada (AECG/CETA) sur l'environnement, le climat et la santé. Rapport au Premier ministre" [Impacto del Acuerdo Económico y Comercial Global entre la Unión Europea y Canadá (AECG/CETA) sobre el medio ambiente, el clima y la salud. Informe al Primer Ministro]. 2017. <https://static.mediapart.fr/files/2017/09/08/rapport-ceta.pdf> (en francés)

Ashraf, N.; Van Seters, J. (2020). "Vers une stratégie européenne pour des textiles équitables et durables. Document de réflexion N° 264" [Hacia una estrategia europea en pos de productos textiles justos y sostenibles. Documento de reflexión n.º 264]. 2020. <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/etude/vers-une-strategie-europeenne-pour-des-textiles-equitables-et-durables/#.YBDKYhZ7m00> (en francés)

Daskalova, V. (2019). "The New Directive on Unfair Trading Practices in Food and EU Competition Law: Complementary or Divergent Normative Frameworks?" [La nueva Directiva sobre prácticas comerciales injustas en la alimentación y la legislación de la UE sobre la competencia: ¿marcos normativos complementarios o divergentes]. En *Journal of European Competition Law and Practice*. 2019, vol. 10, n.º 5. Pp. 281-296. <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpz032> (en inglés)

Dombrovskis, V. (2020). "European Parliament: Keynote speech by EVP Dombrovskis at the Fair Trade virtual event. Keynote speech at the Fair Trade Breakfast organized by informal European Parliament Fair Trade Working Group" [Parlamento Europeo: Discurso de presentación del Vicepresidente Ejecutivo Valdis Dombrovskis en el evento virtual de Comercio Justo. Discurso de presentación en el desayuno de Comercio Justo organizado por el grupo de trabajo informal sobre Comercio Justo del Parlamento Europeo]. Bruselas (Bélgica): 8 de diciembre de 2020. https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024/dombrovskis/announcements/european-parliament-keynote-speech-evp-dombrovskis-fair-trade-virtual-event_en (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2009). "Contributing to Sustainable Development: the role of Fair Trade and non-governmental trade-related sustainability assurance schemes. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and Social Committee" [Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial. Comunicación de la Comisión al Consejo, el Parlamento Europeo y el Comité Económico y Social Europeo]. COM/2009/0215. 2009. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009DC0215&from=EN> (en español) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52009DC0215> (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2015). "Trade for all – Towards a more responsible trade and investment policy" [Comercio para Todos. Hacia una política de comercio e inversión más responsable]. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Comisión Europea, 2015. https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/january/tradoc_154134.pdf (en español) https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/october/tradoc_153846.pdf (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2017). "Achieving Prosperity through Trade and Investment. Updating the 2007 Joint EU Strategy on Aid for Trade. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions" [El logro de la prosperidad mediante el comercio y la inversión. Actualización de la estrategia conjunta de 2007 de la Unión Europea de Ayuda al Comercio. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones]. COM/2017/667. 2017. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0667&from=E> (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2019). "EU Aid for Trade. Progress Report 2019. Review of progress on the implementation of the updated EU Aid for Trade Strategy of 2017" [Ayuda al Comercio de la Unión Europea. Informe de avance 2019. Repaso del avance en la implementación de la estrategia de la Unión Europea de Ayuda al Comercio actualizada a 2017]. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2019 (2019a). https://ec.europa.eu/international-partnerships/system/files/eu-aid-for-trade-progress-report-2019_en.pdf (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2019). "El Pacto Verde Europeo. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones". COM/2019/640 (2019b). https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0004.02/DOC_1&format=PDF (en español) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1588580774040&uri=CELEX%3A52019DC0640> (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2019). "The European Green Deal. Annex to the Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions" [El Pacto Verde Europeo. Anexo a la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones]. COM/2019/640 (2019c). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1596443911913&uri=CELEX%3A52019DC0640#document2> (en español) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1596443911913&uri=CELEX%3A52019DC0640#document2> (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2019). "2019 Report on Implementation of EU Free Trade Agreements. Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on Implementation of Free Trade Agreements 1 January 2018 - 31 December 2018" [Informe de 2019 sobre la implementación de los acuerdos de libre comercio de la Unión Europea. Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la implementación de los acuerdos de libre comercio (1.º de enero de 2018 al 31 de diciembre de 2018)]. 2019 (2019d). https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/october/tradoc_158387.pdf (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2019). "Rapport annuel 2019 sur la mise en œuvre des accords de libre-échange (ALE) de l'UE" [Informe de 2019 sobre la implementación de los acuerdos de libre comercio de la Unión Europea]. 2019 (2019e). https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/november/tradoc_158416.pdf (en francés)

Comisión Europea (CE). (2020). "EU Aid for Trade. Progress Report 2020. Review of progress on the implementation of the updated EU Aid for Trade Strategy of 2017" [Ayuda al Comercio de la Unión Europea. Informe de avance 2020. Repaso del avance en la implementación de la estrategia de la Unión Europea de Ayuda al Comercio actualizada a 2017]. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2019. https://ec.europa.eu/international-partnerships/system/files/eu_aid_trade_progress_report.pdf (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2020). "Overview of FTA and other trade negotiations" [Panorama de los acuerdos de libre comercio y otras negociaciones comerciales]. Actualizado a noviembre de 2020. https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/december/tradoc_118238.pdf (en inglés)

Comisión Europea (CE). (2021). "A European Green Deal: Striving to be the first climate-neutral continent" [Un Pacto Verde Europeo. Esforzarnos por ser el primer continente climáticamente neutro]. 2021. https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es (en español) https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en (en inglés)

Comisión Europea (CE). "Cooperatives" [Cooperativas]. Dirección de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes. (Sin fecha). https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/cooperatives_en (en inglés)

Comisión Europea (CE). "Social economy in the EU" [La economía social en la Unión Europea]. Dirección de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes. (Sin fecha). https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en (en inglés)

Parlamento Europeo (PE). (2006). "Report on Fair Trade and Development" [Informe sobre comercio justo y desarrollo]. 2005/2245(INI). Comité sobre Desarrollo. A6-0207/2006. 2006. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2006-0207_ES.html (en español) https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2006-0207_EN.html?redirect (en inglés)

Parlamento Europeo (PE). (2009). "Le traité de Lisbonne" [El Tratado de Lisboa]. 2009. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/5/le-traite-de-lisbonne> (en francés)

Comisión Europea (CE). (2019). "The Directive on unfair trading practices in the agricultural and food supply chain" [La Directiva sobre prácticas comerciales injustas en la cadena de suministro agrícola y alimentaria]. Unión Europea. 2019. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/brochure-utp-directive_en.pdf (en inglés)

Unión Europea (UE). (2020). "Free Trade Agreement between the LA UNIÓN EUROPEA and the Socialist Republic of Viet Nam" [Acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y la República Socialista de Vietnam]. En Diario Oficial de la Unión Europea, vol. 63, L 186 del 12 de junio de 2020. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2020:186:FULL&from=EN> (en español) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ%3AL%3A2020%3A186%3ATOC> (en inglés)

Farreng, L. (2020). "Initiative Report on Measures to Green the EU Culture and Education Programmes" [Informe de iniciativa sobre medidas ecológicas para los programas de cultura y educación de la UE] (en inglés). 2020.

Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO). (2014). "LA UNIÓN EUROPEA's policies and Fair Trade" [Las políticas de la Unión Europea y el Comercio Justo]. Nota interna. 30 de mayo de 2014. http://ftao.neocodis.com/wp-content/uploads/2018/06/EU_policies_and_Fair_Trade-FTAO_comparison_table_30_May_2014.pdf (en inglés)

Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO). (2019). "From local to EU level: Scaling up Fair trade in Europe" [Del nivel local al nivel de la UE: ampliación de la escala del Comercio Justo en Europa]. 2019. https://fairtrade-advocacy.org/wp-content/uploads/2019/03/publication_fromlocaltoEU_english_lowres.pdf (en inglés)

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2009). "Plan of Action for the promotion of social economy enterprises and organizations in Africa" [Plan de acción para la promoción de las empresas y organizaciones de la economía social en África]. Conferencia Regional de la OIT: "La economía social, la respuesta de África a la crisis mundial". 19 al 21 de octubre de 2009. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---africa/---ro-abidjan/documents/publication/wcms_166727.pdf (en inglés)

Centro de Comercio Internacional (CCI, o ITC). (2019). "EU Cities for Fair and Ethical Trade Award: Sustainable Trade Champions 2019 – Fair and ethical trade practices in EU cities" [Premio Ciudad de la UE por el Comercio Justo y Ético: Promotores del Comercio Sostenible 2019 – Prácticas comerciales justas y éticas en las ciudades de la UE]. 2019. <https://www.trade-city-award.eu/wp-content/uploads/2016/12/001-EUCFETA2021-Fair-and-Ethical-Practices-in-EU-Cities.pdf> (en inglés)

Centro de Comercio Internacional (CCI, o ITC). (2019). "The State of Sustainable Markets 2019. Statistics and Emerging Trends" [El estado de los mercados sostenibles 2019. Estadísticas y tendencias emergentes]. 2019. <https://www.intracen.org/uploads/Files/intracenorg/Content/Publications/Sustainable%20markets%202019%20web.pdf> (en inglés)

Martens, D. (2016). "An EU Fair Trade policy? Conceptual analysis and mapping the field" [¿Una política de Comercio Justo para la Unión Europea? Análisis conceptual y relevamiento del terreno]. Centro de Estudios sobre la Unión Europea de la Universidad de Ghent, 2016. https://www.oefse.at/fileadmin/content/Downloads/tradeconference/Martens_Conceptual_Framework_-_Mapping_EU_Fair_Trade_Policy.pdf (en inglés)

Martens, D.; Orbie, J. (2018). "The LA UNIÓN EUROPEA and Fair Trade: hands-off?" [La Unión Europea y el Comercio Justo: ¿sin intervención?]. En Khorana, S.; García, M. (eds.), Handbook on the EU and International Trade. Pp.281-295. Edward Elgar Publishing, 2018. https://www.researchgate.net/publication/327446631-The_European_Union_and_Fair_Trade_Hands-off (en inglés)

Sinigaglia, A.; Corbalán, S. (2019). "EU trade and development policies: How has Fair Trade been used as a tool to achieve sustainability for people and planet?" [Políticas comerciales y de desarrollo de la UE: ¿de qué manera se ha usado el Comercio Justo como herramienta para lograr la sostenibilidad para las personas y el planeta?]. En Bilal, S.; Hoekman, B. (eds.), Perspectives on the soft power of EU trade policy. Pp. 193-201. CEPR Press / VoxEU, 2019. http://respect.eui.eu/wp-content/uploads/sites/6/2019/11/Chapter20_Sinigaglia_Corbalan_Fair_Trade.pdf (en inglés)

Von der Leyen, U. (2019). "A Union that strives for more: My agenda for Europe. Political guidelines for the next European Commission 2019-2024" [Una Unión que se empeña en lograr más: mi agenda para Europa. Directrices políticas para la próxima Comisión Europea 2019-2024]. 2019. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/political-guidelines-next-commission_en_0.pdf (en inglés)

Asia

Japan for Sustainability (JFS). (2017). "Fair Trade Transforming into Ethical Consumption: Japan's Fair Trade Town Initiatives" [La transformación del Comercio Justo en el consumo ético: iniciativas de ciudades de Comercio Justo de Japón]. Boletín n.º 173, enero de 2017. https://www.japanfs.org/en/news/archives/news_id035745.html (en inglés)

Federación de Cámaras de Comercio e Industria de la India. www.ficci.in/ (en inglés)

Gobierno de la India, Ministerio de Comercio e Industria, Departamento de Desarrollo de la Exportación de Productos Alimentarios Agrícolas y Procesados (APEDA). "Financial Assistance Schemes" [Sistemas de asistencia financiera]. https://apeda.gov.in/apedawebsite/trade_promotion/Financial_Assistance_Schemes.htm (en inglés)

Gobierno de la India, Consejo del Primer Ministro sobre el Cambio Climático. (2008). "National Action Plan on Climate Change" [Plan nacional de acción sobre el cambio climático]. 2008. <http://www.nicra-icar.in/nicarevised/images/Mission%20Documents/National-Action-Plan-on-Climate-Change.pdf> (en inglés)

Gobierno de la India, Ministerio de Asuntos Empresariales. (2011). "National Voluntary Guidelines on Social, Environmental and Economic Responsibilities of Business" [Directrices nacionales voluntarias sobre las responsabilidades sociales, ambientales y económicas de las empresas]. 2011. http://www.nfcg.in/pdf/national_voluntary_guidelines2011.pdf (en inglés)

Gobierno de la India, Ministerio de Comercio e Industria, Departamento de Comercio. (2015). "Trade Promotion Programmes and Schemes" [Programas y sistemas de promoción del comercio]. 2015. <https://commerce.gov.in/international-trade/trade-promotion-programmes-and-schemes/> (en inglés)

Gobierno de la India, Ministerio de Agricultura y Bienestar de los Agricultores, Departamento de Agricultura, Cooperación y Bienestar de los Agricultores. (2020). "Doubling of Farmers' Income" [Duplicación del ingreso de los agricultores]. 2020. <http://agricoop.nic.in/doubling-farmers-income> (en inglés)

Instituto Nacional para la Transformación de la India (NITI Aayog). "An Overview of SDGs" [Panorama de los Objetivos de Desarrollo Sostenible]. (Sin fecha). <https://niti.gov.in/index.php/overview-sustainable-development-goals> (en inglés)

Instituto Nacional para la Transformación de la India (NITI Aayog). (2019). "SDG India Index and Dashboard 2019-20" [Índice y registro de los ODS en la India 2019-20]. 2019. https://niti.gov.in/sites/default/files/SDG-India-Index-2.0_27-Dec.pdf (en inglés)

Zenbird. "Fair Trade in Japan" [El Comercio Justo en Japón]. <https://zenbird.media/fair-trade-in-japan/> (en inglés)

Comité Organizador de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio. (2016). "Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games High-level Sustainability Plan" [Plan de sostenibilidad de alto nivel de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2020]. Enero de 2016. <https://gtimg.tokyo2020.org/image/upload/production/rzdmgz3rk0emozkg9ac6.pdf> (en inglés)

"Framework of Cooperation between Sri Lanka and International Fair Trade Networks" [Marco de cooperación entre Sri Lanka y las redes internacionales de Comercio Justo]. Documento interno.

África

Fairtrade África. "2019 Annual Report" [Informe anual de 2019]. www.fairtradeafrica.net/wp-content/uploads/2020/08/Fairtrade-Africa-Annual-Report-2019-Final.pdf (en inglés)

Independent. "Brexit: £100,000 of tariffs slapped on Fairtrade bananas from Africa threatening farmers with ruin" [Brexit: £100,000 en tarifas aplicadas al banano de Comercio Justo proveniente de África amenazan a los agricultores con la ruina]. www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-tariffs-bananas-africa-farmers-b1791225.html (en inglés)

Túnez

"Loi n° 2020-30 du 30 juin 2020, relative à l'économie sociale et solidaire" [Ley n.º 2020-30 relativa a la economía social y solidaria]. 30 de junio de 2020. (En francés).

Stokkink, D. (2020). "La loi tunisienne sur l'économie sociale et solidaire" [La ley tunecina sobre la economía social y solidaria]. Pour la Solidarité y progRESS Tunisie, 2020. https://www.ess-europe.eu/sites/default/files/publications/files/na_2020_la_loi_tunisienne_sur_leconomie_sociale_et_solidaire.pdf (en francés)

Sarra, A. (2020). "Tunisie: Pourquoi les textes d'application de la loi sur l'ESS ne sont toujours pas publiés?" [Túnez: ¿por qué no se publican siempre los textos de aplicación de la legislación sobre la economía social y solidaria?]. 2020. <https://www.webmanagercenter.com/2020/11/16/458797/tunisie-pourquoi-les-textes-dapplication-de-la-loi-sur-less-ne-sont-toujours-pas-publies/> (en francés)

Asociación de Consumidores de Túnez. "Review on Tunisian Fair Trade Movement" [Repaso del movimiento de Comercio Justo de Túnez]. https://tunisie-coop.tn/portfolio_cat/compmerce-equitable/

Tanzanía

Servicios de Desarrollo y Ayuda de Karagwe (KADERES). (2020). Presentación en PowerPoint al seminario web "Advocacy for removal of tax levied on coffee producers in Tanzania" [Apoyo a la eliminación del impuesto aplicado a los productores cafeteros de Tanzania]. 2020. (En inglés).

"The Tanzania Coffee Industry Regulations" [Normas de la industria cafetera de Tanzania]. (2003). (En inglés).

República Unida de Tanzania. (2013). "Subsidiary Legislation to the Gazette of the No. 41 Vol. 94 dated 11th October 2013" [Legislación complementaria del Boletín n.º 41, vol. 94, del 11 de octubre de 2013]. 2013. (En inglés).

Servicios de Desarrollo y Ayuda de Karagwe (KADERES). <http://kaderes.net/> (en inglés)

República Unida de Tanzania. Ministerio de Agricultura. <https://www.kilimo.go.tz/index.php/en> (en inglés)

República Unida de Tanzania. Ministerio de Industria y Comercio. <https://www.mit.go.tz/> (en inglés)

Foro de Actores Agrícolas no Estatales (ANSAF). <http://ansaf.or.tz/> (en inglés)

Costa de Marfil y Ghana

"Programme national d'investissement agricole de deuxième generation" [Programa nacional de inversión agrícola de segunda generación]. (2017). (En francés).

Ministerio de Aguas y Bosques (MINEF). (2019). "Le code forestier, loi n° 2019-675 du 23 juillet 2019" [Código forestal, Ley n.º 2019-675 del 23 de julio de 2019]. JORCI, Boletín Oficial de la República de Costa de Marfil (Côte d'Ivoire), 1-28. (En francés).

Camerún

<https://www.agenceecofin.com/cacao/2201-84408-d-ici-2025-le-cameroun-veut-garantir-un-cacao-tracable-a-100-des-plantations-au-port-d-exportation> (en francés)

Senegal

<https://www.lequotidien.sn/gestion-economique-du-covid-19-la-lecon-senegalaise-un-exemple-pour-lafrique/> (en francés)

Agencia Francesa de Desarrollo (AFD) / Commerce Équitable France / Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras (AVSF). África occidental: Programa Équité 1 y 2.

ANEXO III

Partenaires d'entretien

Brasil

Haroldo Mendonça	Director Ejecutivo	Coordinador de Comercio Justo de la SENAES (Ministerio de Trabajo y Empleo) y principal agente gubernamental en el debate sobre el Sistema Nacional de Comercio Justo
Rosemary Gomes	Directora General y Gestora Pública en la Prefectura de Maricá (Río de Janeiro)	Coordinadora Nacional del Foro de Articulación del Comercio Ético y Solidario (FACES) de Brasil y Coordinación del Foro Brasileño de Economía Solidaria (FBES)
Consuelo Pereira	Directora	ECOCERT
Fabiola Zerbini	Directora Ejecutiva Adjunta	FACES de Brasil
Arturo Palma Torres	Consejero a cargo del Comercio Justo, Departamento de Explotación Rural	Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales
Diogo Antunes	Analista Técnico de Políticas Sociales del Ministerio de Economía y la Secretaría Nacional de Economía Solidaria (2013-2016)	Ministerio de Economía de Brasil

Ecuador

Patrick Clark	Investigador posdoctoral	Universidad San Francisco Javier (Canadá)
Olga Parra	Consultora Coordinadora	CLAC Tibasosa Ciudad Comercio Justo
Sagrario Angulo		Camari, Quito Ciudad Comercio Justo
Wiliber Ibarra	Gestor de Fortalecimiento de CLAC	Equipo CLAC
Raúl Farías Bohórquez	Especialista en Comercio Inclusivo	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Lorena Muñoz	Especialista en Comercio Inclusivo	Ministerio de Comercio Exterior

Bélgica

Sanna Abdessalem	Coordinadora	AchACT
Anke Massart	Directora de Sostenibilidad para Europa, Medio Oriente y África (Fabricantes de Alimentos)	Barry Callebaut
Jo Willis	Gerente de Ventas y Clientes de Sostenibilidad Globales	Barry Callebaut
Thierry Noesen	Director	Belvas Chocolate
Charles Snoeck	Gerente de Programa	Beyond Chocolate
Pierre Yves Brasseur	Coordinador	Federación Belga de Comercio Justo (BFTF)
Adil El Madani	Asesor Económico	Gabinete de la Ministro de Cooperación y Desarrollo, Meryame Kitir
Guy Gallet	Secretario General	Choprabisco
Muriel Gerkens	Ex Diputada del Parlamento Federal	Ecolo
Daniel Hick	Vicepresidente	FairCoop SCRL
Nicolas Lambert	Director	Fairtrade Bélgica
Vicente Balseca	Funcionario de Desarrollo Sostenible	Galler
Philippe Weiler	Responsable de Sostenibilidad	Lidl Bélgica
Benoit Piedboeuf	Diputado del Parlamento Federal	(Movimiento Reformador)
Jonathan Matthysen	Asesor sobre Políticas y Promoción	Oxfam Bélgica

Bart Van Besien	Asesor sobre Políticas	Oxfam Bélgica
Sophie Duponcheel	Coordinadora de la Campaña de Comunas de Comercio Justo	Oxfam Magasins du Monde
Patrick Veillard	Responsable de La Cadena de Valores Textil	Oxfam Magasins du Monde
Bernard Mayne	Gerente de Proyectos del Área Económica	Prix Juste Producteur
Gwenaelle Grovonius	Diputada del Parlamento Federal	Partido Socialista
Samuel Poos	Director	Trade for Development Centre (Centro de Comercio para el Desarrollo, TDC), parte de la Agencia Belga para el Desarrollo (ENABEL)

Francia

Emmanuel Dolfus	Jefe de Equipo de Tareas	AFD
Bastien Beaufort	Director	Guayapi
Ludovic Brindejonc	Director	Agri Ethique
Mathilde Brochard	Responsable de Estudios y Promoción	Commerce Équitable France
Julie Maisonhaute	Directora Ejecutiva Adjunta	Commerce Équitable France
Julie Stoll	Directora General	Commerce Équitable France
Theodora Kypreos	Editora	DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes)

Genevieve Wibaux	Responsable Adjunta de la Oficina 3A, Legislación sobre el Consumidor	DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes)
Christophe Eberhart	Fundador	ETHIQUABLE
Adrien Lefevre	Tesorero	FairFrance
Gérald Godreuil	Director Ejecutivo	Fédération Artisans du Monde
Blaise Desbordes	Director Ejecutivo	Max Havelaar France
Valeria Rodriguez	Responsable de Promoción y Movilización Pública	Max Havelaar France
Maxime Baduel	Asesor Responsable de la Economía Social y Solidaria y las Inversiones de Impacto	Secrétaire d'Etat chargée de l'économie sociale, solidaire et responsable
Bernard de Boischevalier	Presidente	SPP France
Laurent Martinez	Responsable de Proyecto	Territoires de Commerce Équitable – Fair Trade Towns France

EU

Sergi Corbalán	Director Ejecutivo	Oficina de Defensa del Comercio Justo (FTAO)
Jan Orbie	Autor y Profesor Asociado de Ciencias Políticas	Universidad de Ghent

Italy

Stefano Toma	Gerente de Proyectos y Promoción	Fairtrade Italia
Gaga Pignatelli	Coordinación y Promoción	Equo Garantito

Sri Lanka

Sumedha Karuanatillake	Asesor Sénior sobre Relaciones Gubernamentales, Promoción y Apoyo al Personal	NAPP
Arumugam Arutselvan	Consultor para Programas	NAPP
Iresha Sanjeevanie	Consultora para Programas	NAPP

Tanzania

Leonard Kachebonaho	Director	KADERES PLC (organización de pequeños productores de Comercio Justo de Tanzania)
Martin Mubisi	Funcionario de Políticas, Investigación y Promoción	Fairtrade África

ANEXO IV

Mapa de casos investigados durante la fase de preselección

ÁFRICA

Etiopía
Ghana
Costa de Marfil
Tanzanía
Túnez

EUROPA

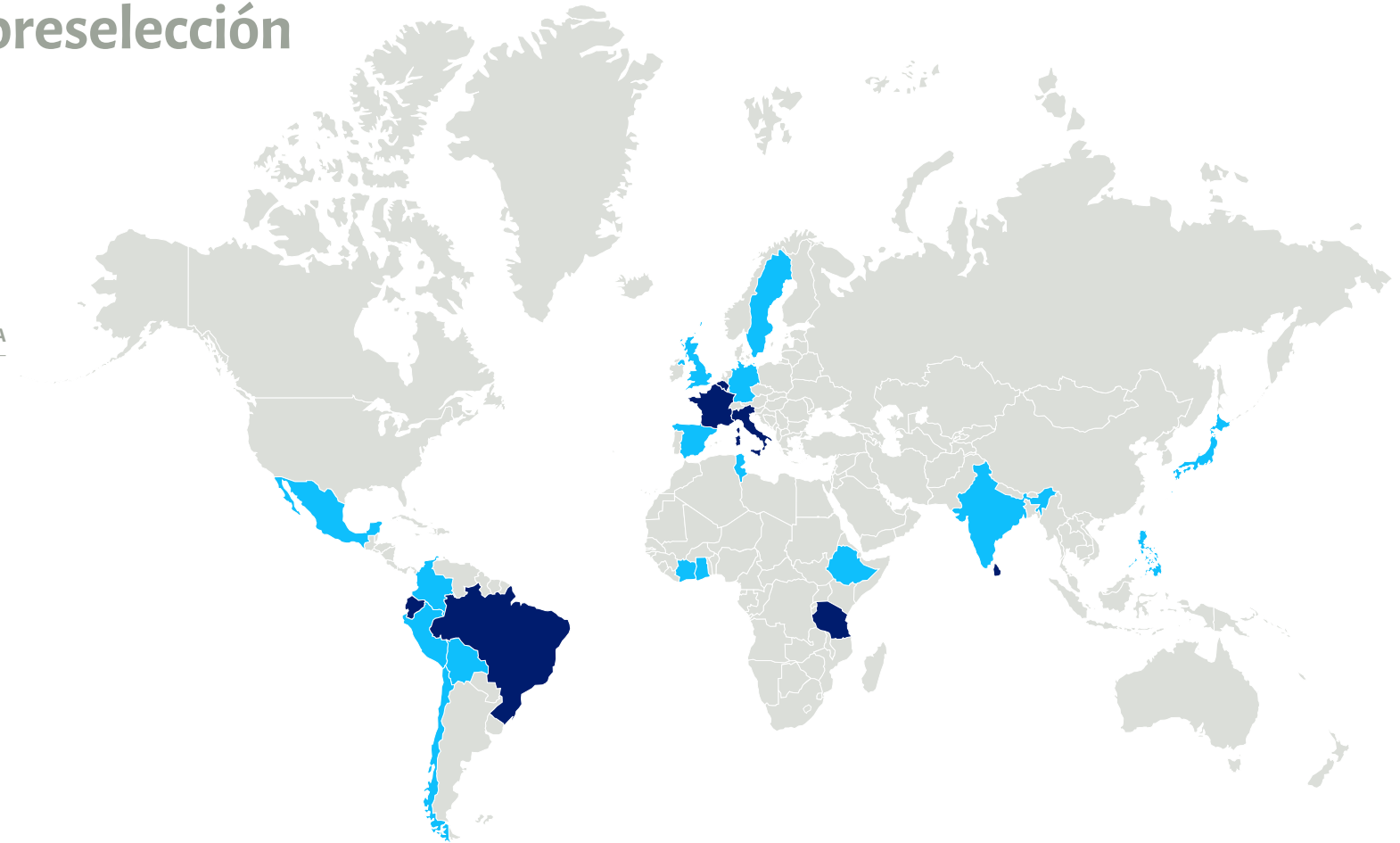
Reino Unido –
Escocia y Gales
Unión Europea
Bélgica
Francia
Alemania
Italia
España
Suecia

ASIA

Japón
India
Filipinas
Sri Lanka

AMÉRICA LATINA

Brasil
Bolivia
Colombia
Ecuador
México
Perú
Chile



Notes en fin de texte

- 1 Para más información, véase FTAO (2016): Localising the Sustainable Development Goals (SDGs) through Fair Trade – toolkit (<https://fairtrade-advocacy.org/wp-content/uploads/2020/03/Localising-SDGs-Fair-Trade-toolkit-FTAO.pdf>, en inglés) y Fairtrade International 2020: Fairtrade: Sustainable Trade for Sustainable Development (https://files.fairtrade.net/publications/2020-01-Updated_Fair-tradeSustainableTradeDevelopment_EN.pdf, en inglés).
- 2 La FTAO es vocera del movimiento de Comercio Justo para el Comercio Justo y la Justicia en el Comercio; su meta es mejorar los medios de vida de los productores y trabajadores marginados del Sur. La FTAO es una iniciativa conjunta de Fairtrade International, la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) y WFTO Europa.
- 3 La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) es una de las tres redes regionales de productores de Fairtrade International.
- 4 Para una mejor comprensión de la diferencia entre Comercio Justo (como concepto definido en la Carta Internacional del Comercio Justo, en inglés denominado Fair Trade) y Fairtrade (la etiqueta Fairtrade), consulte <https://www.flocert.net/es/glosario/> (en español); <https://www.flocert.net/fairtrade-terminology/> (en inglés).
- 5 Véase la Carta Internacional del Comercio Justo: https://wfto.com/sites/default/files/2018_FTCharter_Spanish_SCREEN.pdf (en español); www.fair-trade.website (en inglés).
- 6 La lista contiene elementos y aspectos importantes que fueron tenidos en cuenta para la selección final considerando la meta del estudio. Incluye comentarios y sugerencias de las redes regionales de productores de América Latina y Asia, y no aspira a ser totalmente abarcadora.
- 7 Un análisis FODA es una técnica de planificación estratégica utilizada para ayudar a una persona u organización a identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con la planificación de negocios o proyectos.
- 8 La historia de Brasil es tumultuosa. Después de 20 años de estricta dictadura, la nueva República Federativa del Brasil, creada en 1985, ha enfrentado múltiples crisis, de índole económica, social y estructural. Como resultado, en Brasil han surgido muchos movimientos sociales. Hacia el año 2000, esos movimientos eran poderosos, en especial en las zonas rurales, y tenían considerable influencia política. Incluían movimientos religiosos, sindicatos y ONG.
- 9 Foro de Articulación del Comercio Ético y Solidario.
- 10 Se verificó un gran apoyo a la exportación de materia prima del Sur al Norte, en función de los productos que el Norte quería comprar y el Sur no tenía interés en exportar.
- 11 El Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Agricultura Familiar y Desarrollo Agrícola, la Secretaría de Economía Solidaria y otros departamentos.
- 12 El renombrado profesor Paul Singer fue designado Secretario General.
- 13 En ese momento, la conexión con el Ministerio de Trabajo y Empleo estaba dada por la Secretaría de Desarrollo Territorial y la Secretaría de Agricultura Familiar, vinculadas con el Ministerio de Desarrollo Agrario.
- 14 En un principio, el Grupo de Trabajo Interministerial estuvo integrado por FACES de Brasil, Ecolus Brasil, el Foro Brasileño de Economía Solidaria (FBES), y representantes de la SENAES, la Secretaría de Agricultura Familiar, la Secretaría de Desarrollo Territorial y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas (SEBRAE) nacional.
- 15 Compuesto por representantes de la sociedad civil (FACES de Brasil, OPFCJS, Foro Brasileño de Economía Solidaria), el gobierno (SENAES, Secretaría de Agricultura Familiar, Secretaría de Desarrollo Territorial) y el sector de entidades privadas sin fines de lucro (Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas).
- 16 "La creación de un sistema nacional de Comercio Justo y Solidario que prevea un sistema de registro; un sistema gratuito de certificación de productos y servicios con garantía pública; una política de logística de almacenamiento y distribución; el refuerzo del marketing y la promoción; la promoción e incentivación del consumo responsable y solidario; la educación y la sensibilización; y un mecanismo participativo para discutir y definir precios justos".
- 17 Un gran testimonio de lo sucedido en Brasil es la inmensa cantidad de documentos de trabajo todavía disponibles.
- 18 Principio 1: fortalecimiento de la democracia, autogestión, respeto a la libertad de opinión, de organización y a la identidad cultural; Principio 2: condiciones justas de producción y remuneración justa a los trabajadores, valor agregado y marketing; Principio 3: apoyo al desarrollo local y sostenible de una manera comprometida con la sostenibilidad socioambiental y cultural de las comunidades; Principio 4: respeto al medio ambiente; Principio 5: respeto a los derechos humanos, en especial los de las mujeres, los niños, los grupos generacionales y étnicos, y los trabajadores; Principio 6: protección de la información al consumidor, derechos del consumidor, transparencia en las relaciones comerciales y educación; Principio 7: integración de los principios en toda la cadena de producción (capacitación y educación en los principios y prácticas del Comercio Justo y Solidario).
- 19 Esto se manifiesta en particular en el Artículo 3, de un solo párrafo, que asigna al Ministerio de Trabajo y Empleo la gestión del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario (SCJS). Así pues, el SCJS se creó formalmente en 2010 con la misión de promover el desarrollo fomentando las empresas de carácter social en todo el país.
- 20 Los PPA son elaborados por los gobiernos y se deben aprobar durante el primer año del período de mandato.
- 21 Incluso en el partido de Lula (el Partido de los Trabajadores) había elementos contrarios a la SENAES, por lo que no tenía apoyo de todas las secretarías o todos los ministerios del Estado.
- 22 Miembros de la sociedad civil: FACES de Brasil, OPFCJS, Foro Brasileño de Economía Solidaria; representantes gubernamentales: SENAES, Secretaría de Agricultura Familiar (Ministerio de Desarrollo Agrario, MDA), Secretaría de Desarrollo Territorial (MDA); miembros del sector de entidades sin fines de lucro: Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas (SEBRAE).
- 23 Un PPA es un plan general que todos los presidentes están obligados a poner en marcha al terminar su primer año. Provee orientación general y objetivos a las acciones del gobierno federal a lo largo del mandato, de cuatro años de duración. Este proyecto fue implementado en asociación con la Fundación Banco de Brasil (FBB) y el Instituto Marista de Solidaridad (IMS). En 2007, contaba con un presupuesto de BRL 1.500.000,00 y prestaba su apoyo a 24 ferias estatales, 2 ferias internacionales y 1 feria temática. En estos eventos tomó parte un total de 6.130 organizaciones.
- 25 Departamento de Fomento de la Economía Solidaria (DEFES)/SENAES-TEM (2016).
- 26 El nombre del proyecto era "Declaración de conformidad de emprendimiento de economía solidaria".
- 27 En la última conferencia de un PPA, se aprobó un plan especial de economía solidaria, por medio de la Resolución N.º 6, del 26 de marzo de 2015.
- 28 En enero de 2019, el Decreto Presidencial N.º 9.759/2019 eliminó varios órganos que eran esenciales para la implementación de las políticas del Comercio Justo y Solidario. El gobierno encabezado por Jair Bolsonaro suprimió el Ministerio de Trabajo y Empleo, y se menoscabo la importancia de la Secretaría de Economía Solidaria, que quedó subordinada al Ministerio de Ciudadanía. Hubo otras decisiones de reestructuración que tuvieron un efecto análogo en la política agrícola, de enorme importancia para la mayoría de los productores del Comercio Justo y Solidario. Algunos líderes intentaron seguir adelante y organizaron reuniones periódicas entre 2016 y 2019 pero, sin una secretaría nacional ni un presupuesto, era imposible implementar los planes.
- 29 También cabe mencionar que, una vez reconocido el Comercio Justo como parte de la economía solidaria, cambiaron por completo el liderazgo, la estructura y la composición de FACES.
- 30 Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario (SCJS).
- 31 Según esta ordenanza, la SENAES tenía que planear y ejecutar las acciones necesarias para estructurar y mejorar el SCJS, celebrar acuerdos para promover el sistema, desarrollar un sistema computarizado del SCJS, y proveer apoyo logístico y de secretaría ejecutivo.
- 32 FLOCERT, ECOCERT, etc.
- 33 En cuanto a este punto, es preciso comprender que la esencia del sistema era la voluntad de integrar a más productores, sumados a los productores reconocidos que ya contemplaban en un 100 % las prácticas del Comercio Justo. Destacamos que este sistema se orientó primero al productor y, a más largo plazo, se proponía hacer posible que los consumidores identificaran mejor los productos del Comercio Justo y Solidario.
- 34 Según Haroldo Mendonça, se encomendó un estudio con alcance a varios municipios para averiguar si se debería dar prioridad al consumo nacional o al internacional. Los resultados mostraron que había una gran expectativa de que se diera prioridad al Comercio Justo que en su mayor parte aportara beneficios a los productores internos y a los consumidores brasileños. Se realizó una encuesta en más de 5.570 municipios, con alrededor de 22.000 grupos, asociaciones, cooperativas, empresas de soluciones integrales, etc. de la economía solidaria. Según lo respondido a la encuesta, la mitad de los grupos prefería que se diera prioridad al consumo nacional frente al internacional.
- 35 La comercialización de productos.
- 36 La Ordenanza N.º 2.060/2014 debería haber conducido a un nuevo texto que reconociese los órganos que habían sido aprobados en la evaluación de conformidad, pero esto nunca sucedió.
- 37 Ministerio de Trabajo y Empleo.
- 38 Al parecer, en 2020, la CADSOL volvió a estar en línea y sigue funcionando en 2021. Actualmente, algunos estados federales están elaborando estrategias para implementarla localmente, con el objeto de dar a las organizaciones y empresas acceso a algunos programas y políticas de los estados.

- 39 Aunque Bolivia menciona algunos aspectos del Comercio Justo en su Constitución —por ejemplo, el comercio equitativo, los precios justos, el trabajo digno y la paga justa—, la Constitución ecuatoriana es la única en todo el mundo que se refiere de manera tan exhaustiva al concepto de Comercio Justo.
- 40 El plan de gobierno para el período 2013-2017 menciona el Comercio Justo en 6 de las 7 propuestas programáticas de la Revolución Económica, Productiva y del Trabajo. El Plan Nacional para el Buen Vivir (2013-2017) hace referencia a temas relacionados con el Comercio Justo en 6 de sus 12 objetivos nacionales. El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, aprobado en noviembre de 2010, menciona entre sus propósitos el Comercio Justo. La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS), promulgada en abril de 2011, considera el Comercio Justo entre sus principios. La LOEPS entró en vigor en 2018. Esta Ley prevé el diseño y la implementación de productos y servicios financieros especializados y diferenciados, con líneas de crédito a largo plazo para las actividades productivas de las organizaciones comprendidas por la Ley; por ejemplo, préstamos y apoyo financiero para la exportación de productos de Comercio Justo.
- 41 El área de incumbencia de la Dirección de Comercio Inclusivo se trasladó al nuevo Ministerio de Comercio Exterior y al organismo de promoción de las exportaciones, Pro Ecuador, en 2013. En 2019, el Ministerio de Comercio Exterior se fusionó con otros ministerios y pasó a conformar el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP).
- 42 Veco Andino, una organización no gubernamental ecuatoriana, financió a una consultora como apoyo al proceso de elaboración de la Estrategia.
- 43 En el Artículo 2 de la Estrategia se destaca que se debería crear un comité interinstitucional para la promoción del Comercio Justo en Ecuador; además, se mencionan 11 ministerios e instituciones responsables, cuyo propósito debería ser coordinar y hacer un seguimiento de la implementación de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. El Ministerio de Comercio Exterior sería responsable de conformar y conducir el comité interministerial.
- 44 El acuerdo ministerial remite, por ejemplo, al Objetivo 8 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, que tiene como meta consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario.
- 45 Nombre oficial: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). Sus facultades incluyen el establecimiento de "políticas de comercio justo y consorcios de comercio inclusivo y de comercio exterior, con trato preferencial a las microempresas y los actores de la economía popular y solidaria".
- 46 El comité empezó a trabajar inmediatamente después de la propuesta de estrategia, en 2014. El comité interministerial obtuvo entidad jurídica formal en 2017, con el lanzamiento de la estrategia como política pública. En 2019, se definieron legalmente sus responsabilidades concretas. El comité abarca las redes de Comercio Justo, como también todos los ministerios que participaron en la elaboración de la propuesta de estrategia y con competencia en la promoción del Comercio Justo.
- 47 Durante la Conferencia, organizada por la Dirección de Comercio Inclusivo, se creó un grupo de trabajo para el desarrollo de la estrategia de Comercio Justo.
- 48 Desde 2016, ya no ha habido un presupuesto específico para la implementación de la estrategia, y se ha reducido la distribución de recursos financieros a los ministerios. En la actualidad, a causa del COVID-19, los recursos financieros disponibles se están distribuyendo a los sectores social, de salud y educativo.
- 49 Esta afirmación de la tabla del análisis FODA fue actualizada en diciembre de 2021 para reflejar mejor el modo en que los cambios en el paisaje político pueden afectar las actitudes y las políticas. En el informe original de los consultores, finalizado en marzo de 2021, se indicaba como amenaza lo siguiente: "Situación política actual: el gobierno liberal no apoya el Comercio Justo ni a las organizaciones de pequeña escala".
- 50 Presentada por Gwenaëlle Grovonius, Georges Dallemagne, Anne Dedry, Muriel Gerkens y Fatma Pehlivan, Benoît Piedboeuf y Els Van Hoof.
- 51 Con 136 votos a favor y 3 abstenciones.
- 52 Resolución parlamentaria de 2006; dictamen de 2005 del Comité Económico y Social sobre comercio ético; estrategia de 2015 Comercio para Todos sobre los acuerdos de asociación económica internacionales.
- 53 Resolución del Parlamento europeo sobre Comercio Justo: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/9f60f97c-31f1-4377-b584-d2a1458f5120> (en español); <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9f60f97c-31f1-4377-b584-d2a1458f5120> (en inglés); <https://op.europa.eu/fr/publication-detail/-/publication/9f60f97c-31f1-4377-b584-d2a1458f5120/language-en> (en francés).
- 54 Debido a limitaciones presupuestarias, en la resolución adoptada se rechazó un punto original: la organización, bajo los auspicios del Ministerio de Cooperación para el Desarrollo, de una conferencia anual de Comercio Justo orientada a evaluar el progreso y a definir acciones prioritarias para el futuro.
- 55 El ingreso familiar promedio era de USD 2.707 al año. Esta cifra es significativamente inferior al ingreso digno, de USD 7.318 al año, pero está por encima de la línea de pobreza extrema, de USD 2.276 al año. El 7 % de todos los agricultores obtenía un ingreso digno (<https://www.fairtrade.net/library/cocoa-farmer-income-the-household-income-of-cocoa-farmers-in-cote-divoire-and-strategies-for-improvement>, en inglés).
- 56 Actual Primer Ministro.
- 57 Entre todos los proyectos y la variedad de sectores que abarca el TDC (café, cacao, aceite, plantas, frutas y verduras, té, frutos secos, turismo, artes y artesanías, madera), cabe apuntar que su trabajo en el terreno del oro condujo a la creación de la primera certificación de una mina de oro en todo el mundo (Cotapata, en Bolivia).
- 58 La campaña "Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo" es una iniciativa del TDC.
- 59 Designada en noviembre de 2020.
- 60 "También queremos centrarnos en el Comercio Justo y abordarlo desde la perspectiva de una cadena de valores que supere la división Norte-Sur. Los ciudadanos y los ciudadanos belgas toman cada vez más conciencia de la importancia de los alimentos y productos derivados de una producción sostenible. Debemos aprovechar esta oportunidad para trabajar en pos de buenas condiciones laborales para los productores locales, un precio justo para sus productos y un buen acceso al mercado. También queremos enfocarnos en el procesamiento local de los productos. Como, actualmente, esto sucede en Bélgica o en Europa, se pierde el valor agregado para los países en desarrollo. Por tal motivo, es importante subrayar [la necesidad de] un marco gubernamental de facilitación. Queremos ayudar a las autoridades locales a crear las condiciones para un crecimiento sostenible e inclusivo". Además, en la misma carta, el ministro reclamó un ingreso digno, respeto al medio ambiente e igualdad de género, de conformidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Bélgica.
- 61 <https://theshift.be/uploads/media/57f3a8cfcffe/Charter%20SDG4D%20-%20DEFINITIEF.pdf>
- 62 <https://www.idhsustainabletrade.com/news/discover-the-7-approved-beyond-chocolate-projects/> (en inglés).
- 63 La iniciativa de gestión del terreno para los medios de vida del cacao desarrollará y validará un marco de gestión de los terrenos orientado a diferenciar estrategias de medios de vida de los productores de cacao. Este enfoque tiene en cuenta que ciertos agricultores estarán en mejor posición para obtener un ingreso digno mediante la intensificación sostenible, mientras que otros, que generan más servicios ecológicos mediante la conservación forestal, se verán beneficiados por un componente más fuerte de pago por servicios ecológicos en sus medios de vida. Ambos grupos podrán verse beneficiados gracias a la diversificación de ingresos mediante la promoción de la agrosilvicultura (<https://www.idhsustainabletrade.com/news/discover-the-7-approved-beyond-chocolate-projects/>, en inglés).
- 64 SWISSCO est la plateforme suisse pour un cacao durable créée en 2018 ; GISCO est l'initiative allemande pour un cacao durable créée en 2012 ; DISCO est l'initiative néerlandaise pour un cacao durable créée en 2018. Une initiative française nommée FRISCO semble également être dans les tuyaux
- 65 La resolución requiere hacer de Bélgica un país de Comercio Justo.
- 66 Por ejemplo, la provincia de Luxemburgo ha sido "de Comercio Justo" desde 2018, al igual que cuatro provincias flamencas. El Centro de Comercio para el Desarrollo (TDC) y Oxfam Magasins du Monde enviaron una carta firmada por todos los actores del Comercio Justo de Bélgica al secretario de Estado, reclamando apoyo y acción. La campaña "Bruxelles-Capitale, une région de commerce équitable" (Bruselas capital, región de comercio justo) recibió apoyo oficial del secretario de Estado regional Pascal Smet, quien desea que la región llegue a ser un área de Comercio Justo.
- 67 Por ejemplo, el regidor de la ciudad de Dison es responsable de Comercio Justo.
- 68 Francia tiene un largo historial de participación en el terreno del Comercio Justo. Una de las primeras cooperativas de consumidores se creó en Francia en 1877: llevaba el nombre de La Bellevilloise. Fue uno de los primeros lugares de intercambio comercial "del productor al consumidor", una forma preliminar del Comercio Justo. Desde el inicio del Comercio Justo moderno, se hizo el intento de múltiples iniciativas para proteger tanto a los consumidores como a los productores. Más de un siglo después, los comercios especializados en el Comercio Justo se extendieron muy rápidamente por toda Francia e intentaron organizarse en redes. El desarrollo del Comercio Justo en Francia fue importante, existían múltiples actores y entre ellos tenían lugar numerosos debates.
- 69 Mediante la adopción del Decreto del Consejo de Estado del 15 de mayo de 2007, y abrogado por el Decreto N.º 2015-1157 del 17 de septiembre de 2015.
- 70 Commerce Équitable France.
- 71 1) El contrato (mencionado en el Artículo 60 de la Ley a favor de las pequeñas y medianas empresas) puede prever un período de prueba de un año; 2) el precio pagado por el comprador debe cubrir los costos de producción y representar una remuneración suficiente, pero también generar un margen que permita a los trabajadores hacer las inversiones necesarias para mejorar la eficiencia de su producción.
- 72 Art. 1.o. Se considera que los trabajadores están en situación económicamente desfavorecida —con ajuste al significado del Apartado II del Artículo 60 de la mencionada ley del 2 de agosto de 2005— si se encuentran en una u otra de las siguientes situaciones: a) no tienen acceso a los medios económicos y financieros ni a la capacitación que pudiera hacerles posible invertir en sus herramientas de producción y marketing; b) están en una situación de vulnerabilidad concreta en razón de su entorno físico, económico, social o político; c) su producción está vinculada a los recursos y características específicas de su territorio, y habitualmente solo tienen acceso al mercado local para la distribución de sus productos.
- 73 Su creación fue fruto de la Conferencia Internacional de Desarrollo y Solidaridad (noviembre de 2012 a marzo de 2013), que creó el Consejo Nacional de Desarrollo y Solidaridad Internacional (CNDSI).
- 74 Por ejemplo, Biocoop, Max Havelaar France y otras empresas o cooperativas, como Ethiquable, u ONG, como Artisans du Monde.
- 75 Ley Pacto 2019-486.
- 76 "Solo los productos que cumplan las condiciones definidas en el Apartado II [Nota

- de los autores: los 6 principios] podrán incluir el término 'justo' en su denominación de venta".
- 77 En su Artículo 9, la Ley del 7 de julio de 2014 establece: "La política de desarrollo y solidaridad internacional promueve las operaciones comerciales basadas en el Comercio Justo, y contribuye a respaldar las iniciativas de economía social y solidaria y el microcrédito en los países asociados".
- 78 La idea inicial surgió en 2011 y fue importante el influjo de la plataforma nacional francesa: un factor clave que condujo a la creación del programa fue la influencia del antiguo presidente de Commerce Équitable France Georges D'Andlau, quien puso en marcha un proyecto para ayudar a Fairtrade África. La AFD en general asigna la responsabilidad de gestión de los programas a los asociados que trabajan directamente con las áreas afectadas. Pero Fairtrade África tenía en ese momento problemas estructurales; entonces, como excepción a la regla, trasladaron la gestión del proyecto a las organizaciones francesas Commerce Équitable France y AVSF.
- 79 AFD opera el mecanismo francés bilateral de financiación para el desarrollo. Sus objetivos son contribuir a un crecimiento económico más sostenible y compartido, mejorar las condiciones de vida en las regiones y los países más pobres, preservar el planeta, y ayudar a estabilizar a los países frágiles o con conflictos recientes. Financia proyectos, estudios y actividades con el fin de respaldar a los países en desarrollo en el aumento de su capacidad, mediante subsidios o préstamos blandos.
- 80 Este proyecto es financiado por la AFD mediante su Programa de Desarrollo de la Capacidad Comercial (PRCC), por un valor de EUR 2,9 millones. El Fondo Francés para el Medio Ambiente Mundial (FFEM) aporta EUR 1 millón a la financiación de este proyecto.
- 81 En febrero de 2018, durante la primera reunión del Comité Interministerial de Cooperación Internacional y Desarrollo (CICID) del mandato del Presidente Emmanuel Macron, se renovó su compromiso con el Comercio Justo. Esto figura en la estrategia internacional francesa para la seguridad alimentaria, la nutrición y la agricultura sostenible. El Comercio Justo también está presente en la estrategia Innovar juntos, que apunta a promover iniciativas de asociación e inversiones de impacto en la economía inclusiva, social y solidaria.
- 82 Artículo 6 del Decreto del 15 de mayo de 2007.
- 83 Según Commerce Équitable France, en 2016, el crecimiento del Comercio Justo interno fue del 140 %. La visibilidad del Comercio Justo mejoraba rápidamente y se sumaron nuevos miembros a la plataforma nacional.
- 84 Los seis principios esenciales y la universalización del uso del Comercio Justo para todo tipo de intercambio (relaciones Norte-Norte) constituyen un gran paso adelante.
- 85 Commission de concertation du commerce (3C).
- 86 Hoy, Pascal Canfin es miembro del Parlamento Europeo y presidente de la Comisión de Medio Ambiente; asimismo, cabe destacar su participación en la declaración del estado de emergencia climática por parte del Parlamento Europeo.
- 87 La mitad de las anomalías observadas guardaban relación directa con el incumplimiento de la normativa relacionada con el Comercio Justo (afirmaciones engañosas o injustificadas). La otra mitad se relacionaba con el incumplimiento de otras normas: información precontractual, uso del idioma francés, información sobre precios y condiciones generales de venta, obligaciones en términos del etiquetado sobre seguridad del producto, fechas de vencimiento. En total, se ejecutaron 1.276 controles que dieron lugar a 102 medidas; entre estas, 77 advertencias, 23 órdenes de cumplimiento y 2 denuncias penales por engaño sobre el carácter justo de los productos.
- 88 Costa de Marfil, Burkina Faso, Malí, Ghana, Togo y Benin.
- 89 <https://www.actu-environnement.com/media/pdf/news-36854-projet-loi-climat-convention-citoyenne.pdf> (en francés).
- 90 https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/15b3699_projet-loi# (en francés).
- 91 Iniciativa francesa para el cacao sostenible.
- 92 Bureau d'Analyse Sociétale pour une Information Citoyenne (oficina de análisis social para la información ciudadana).
- 93 <https://www.fairpride.fr/> (en francés).
- 94 La Directiva de la Unión Europea sobre contratación pública, aprobada en 2014, plantea la oportunidad de mencionar explícitamente las etiquetas de Comercio Justo y los sistemas de certificación.
- 95 En Italia, el trámite legislativo tiene que volver a empezar desde el principio después de un cambio de gobierno.
- 96 Los Criterios Ambientales Mínimos (CAM) son requisitos de sostenibilidad definidos para las diversas etapas del proceso de contratación pública. Los CAM identifican el mejor diseño, producto o servicio desde el punto de vista de la sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida, tomando en consideración la disponibilidad en el mercado.
- 97 Fue necesario definir los CAM para 17 sectores y grupos de productos —por ejemplo, muebles de oficina, edificios, textiles, etc.— en todas las etapas del proceso de contratación pública (entre otras, las de especificaciones técnicas, criterios de adjudicación y cláusulas de ejecución de los contratos).
- 98 Fairtrade Italia representa a Fairtrade Internacional y el sello de certificación Fairtrade en Italia desde 1994.
- 99 Equo Garantito es la asociación de organizaciones italianas de Comercio Justo que cumple con la Carta Italiana de Criterios de Comercio Justo, basada en los 10 principios internacionales del Comercio Justo.
- 100 Las especificaciones técnicas y las condiciones de ejecución de los contratos son dos etapas distintas del proceso de licitación: una remite al producto en sí y la segunda, a la ejecución de la orden. Cuando se pregunta por los estándares de Comercio Justo en las especificaciones técnicas durante el proceso de licitación, se hace referencia al producto en sí. Este es el caso en que las autoridades contratantes adquieren de forma directa bienes que luego tienen que cumplir con los requisitos centrales enumerados en el CAM correspondiente. Cuando se pregunta por los estándares de Comercio Justo en las cláusulas de ejecución de los contratos, los comedores son administrados por empresas de servicios de comida que luego tienen que adquirir alimentos y productos de almacén de conformidad con los requisitos del CAM correspondiente (ejecución de la orden).
- 101 Este porcentaje se mantiene constante desde hace años. Incluso en 2020, aún solo el 12 % de las autoridades contratantes aplican CAM para alimentos y comedores.
- 102 Conforme a la Directiva 2014/24 de la Unión Europea, Artículo 43.
- 103 El café forma parte del CAM para las máquinas expendedoras que actualmente está en revisión; se otorga preferencia al arroz italiano de producción local.
- 104 Dado que las autoridades públicas no pueden cubrir los costos extra previstos del azúcar de Comercio Justo, una de las principales preocupaciones era que los consumidores pudieran decidir no visitar los comedores en caso de un aumento de precios.
- 105 La estrategia adoptada por los actores del Comercio Justo para convencer a los representantes ministeriales fue subrayar las ventajas del Comercio Justo y contrarrestar las preocupaciones con argumentos: los criterios de Comercio Justo son fáciles de aplicar y no cuestan más que otros criterios de sostenibilidad; hay disponibilidad de los productos de Comercio Justo; existen suficientes empresas sociales que ya cumplen con los criterios de Comercio Justo; el Comercio Justo tiene un impacto positivo probado en los medios de vida de los productores (argumento principal).
- 106 Este factor posibilita distinguir claramente las empresas que aplican los criterios de Comercio Justo de las que no, pues no hay definición oficial de Comercio Justo en Italia. La legislación nacional sobre Comercio Justo podría poner en marcha un proceso de definición de Comercio Justo que impulse un mayor avance de los estándares de Comercio Justo en la legislación sobre contratación pública.
- 107 Los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible incluyen la adhesión a los estándares y acuerdos internacionales clave en materia de trabajo y medio ambiente, el uso prudente de los recursos naturales, y la promoción de las prácticas concebidas para favorecer el desarrollo sostenible, como el Comercio Justo y la responsabilidad social de las empresas. Aunque los capítulos sobre comercio y desarrollo sostenible establecen mecanismos de seguimiento, en los que interviene la sociedad civil, no se refieren al contenido principal del acuerdo y son menos vinculantes que el resto del acuerdo. Han sido criticados porque su implementación ha sido débil o no ha sido posible imponer el cumplimiento.
- 108 Estas iniciativas se pueden relacionar con el aumento del activismo de los grupos de promoción, y con el hecho de que los países en desarrollo, frente a la mayor liberalización del comercio internacional, expresaron su creciente descontento con la equidad de la política comercial de la UE.
- 109 En su Resolución de 2006, el Parlamento Europeo: "Pide a la Comisión y al Consejo que favorezcan el comercio justo [...] y que reconozcan el importante papel de las organizaciones de comercio justo [...] a la hora de respaldar a los pequeños productores marginados de los países en desarrollo y a la hora de fomentar la sensibilización de los consumidores europeos en pos [...] del comercio justo, en particular".
- 110 La UE no tiene intención de cumplir un papel en la elaboración de los criterios de Comercio Justo y su seguimiento pues, conforme a la Comisión, su interferencia representaría una amenaza para el dinamismo que han mostrado las iniciativas privadas de etiquetado de Comercio Justo. No obstante, la UE parece dispuesta a crear un entorno propicio para el avance del Comercio Justo.
- 111 Por ejemplo, el llamado "caso del café holandés" https://ec.europa.eu/environment/gpp/case_law_en.htm (en inglés).
- 112 El Artículo 43 facilita que las autoridades públicas requieran una etiqueta específica de Comercio Justo o un equivalente, en lugar de enumerar todos los criterios de Comercio Justo.
- 113 La CE pasó a usar el término "comercio justo y ético", terminología nueva que no se ha definido explícitamente en ningún documento oficial de la UE, por lo que agrega cierta confusión.
- 114 El movimiento de Comercio Justo en Suecia dio un fuerte apoyo mediante su conexión personal con la Comisaria. Además, Cecilia Malmström proviene de un país comprometido con el Comercio Justo en todos los sectores políticos.
- 115 Cabe destacar que estos países tienen políticas públicas sobre Comercio Justo y la economía social y solidaria.
- 116 Como parte del proyecto concebido por la Dirección General de Comercio, en junio de 2018 tuvo lugar el primer Foro de Discusión sobre Comercio Justo y Ético de la UE y Brasil (enlace en inglés). Aún no se han llevado a la realidad los planes de realizar un estudio sobre el comercio justo y equitativo en Brasil; también se había planeado organizar un segundo foro a fines de 2018.
- 117 Uno de los principales objetivos del premio es contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y, en particular, el ODS 12, sobre producción y consumo responsables (<https://www.trade-city-award.eu/>, en inglés).
- 118 https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2021/february/tradoc_159438.pdf (en

- inglés).
- 119 El Comité de Asistencia para el Desarrollo (CAD) de la OCDE define la asistencia oficial para el desarrollo (AOD) como ayuda gubernamental que promueve y se destina específicamente al desarrollo económico y el bienestar de los países en desarrollo. El CAD adoptó la AOD como patrón de referencia para la ayuda extranjera en 1969, y sigue siendo la principal fuente de financiación de la ayuda para el desarrollo (<https://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-standards/official-development-assistance.htm>, en inglés).
- 120 Puede considerarse que la economía social y solidaria abarca un amplio espectro de relaciones económicas alternativas basadas en la solidaridad, dentro de las cuales también podemos encontrar las relaciones empresariales éticas y justas. La economía solidaria es una política pública que promueve el desarrollo de las organizaciones de pequeños productores, por lo que se la puede considerar una normativa de Tipo 3.
- 121 La organización es miembro de la Red de Comercio Justo de Tanzania.
- 122 Hay una breve mención del Comercio Justo en el Artículo L. 230-5-3, que establece que los restaurantes privados y públicos de carácter colectivo deben informar a su público al menos una vez al año sobre qué acciones han realizado para desarrollar la adquisición de productos de comercio justo.
- 123 "Art. L. 230-5-3. A partir del 1.º de enero de 2020, las personas jurídicas responsables de los restaurantes colectivos mencionados en el Artículo L. 230-5-1 y el Artículo L. 230-5-2 deberán informar una vez al año [...] a los usuarios de los restaurantes colectivos de los que son responsables sobre la parte de los productos definidos en el Apartado I del Artículo L. 230-5-1 que integre la composición de las comidas servidas, como también sobre los pasos que han dado para desarrollar la adquisición de productos de comercio justo".
- 124 Sobre los Estados Generales de la Alimentación: <https://agriculture.gouv.fr/alim-agri-les-etats-generaux-de-lalimentation> (en francés).
- 125 <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-368/10>



DICIEMBRE 2021

Esta publicación ha sido posible gracias al apoyo financiero de la Unión Europea y de la Charles Léopold Mayer Foundation for the Progress of Humankind (FPH). Los puntos de vista expresados en este documento son exclusivamente de sus autores y no reflejan la visión de las organizaciones que han encomendado el trabajo (Fairtrade International y la Oficina de Defensa del Comercio Justo), ni de la Unión Europea ni de la Charles Léopold Mayer Foundation for the Progress of Humankind (FPH).



Fondation Charles Léopold Mayer
pour le Progrès de l'Homme