

## **El comercio justo en el Norte: cómo reconciliar la importación de productos de comercio justo con la producción local**

by Revista Vinculando - martes, julio 08, 2008

[https://vinculando.org/comerciojusto/concurrence\\_produits\\_locaux\\_au\\_nord\\_et\\_produits\\_equitables.html](https://vinculando.org/comerciojusto/concurrence_produits_locaux_au_nord_et_produits_equitables.html)

Los años noventa marcan el principio de una nueva era en el comercio internacional, sobre todo en lo que respecta al libre intercambio.

Según los instigadores de la apertura comercial, el fin del proteccionismo tiende a ser favorable para la mayor parte de los países a varios niveles: permite una repartición óptima de recursos y ofrece una mayor variedad de productos al consumidor a un precio más bajo. Durante algún tiempo, poca gente cuestionó los verdaderos efectos que el libre mercado tiene sobre la producción local. Los países del llamado Norte cuentan con materias primas a bajo precio y los consumidores del Sur se deslumbran con la nueva gama de productos que son ahora accesibles.

Sin embargo, recientemente ha surgido una nueva preocupación por la producción local. Esta tendencia no es particular de los países del Sur, concierne también a los productores del Norte. Los consumidores parecen estar cada vez más atentos de los efectos de la entrada de mercancías extranjeras sobre la economía nacional y se le da preferencia a lo elaborado en casa. Esta tendencia abre la puerta a un nuevo debate en torno al comercio justo. Puesto que el comercio justo se inscribe en la dinámica del comercio internacional, particularmente entre el Norte y el Sur, algunos grupos del Norte se cuestionan sobre los efectos de algunos productos sobre el mercado local. En efecto, la entrada de productos de comercio justo puede ser un factor de competencia para los productos locales.

Por otro lado, se ha puesto el acento recientemente tanto en la creación de redes locales de comercio justo en el Sur como en el crecimiento del mercado nacional. Poco se decía de los efectos del comercio justo en el Norte y de la importancia del mercado interno. En efecto, la tendencia del comercio justo ha alcanzado a una buena parte de la población, es posible que los consumidores prefieran el artículo que viene del Sur, que será justo y la mayor parte del tiempo orgánico, a un producto local. La pregunta que se impone ante este sector de la población es que tan equitativo acaba siendo el comercio justo en el Norte.

Cabe mencionar que el comercio justo en sus orígenes se concentraba en productos agrícolas, destinados principalmente a la exportación, como es el caso del café. Dichos productos rara vez se producen en el Norte, y suele ser en esta región donde se consumen. Por poner un ejemplo, a pesar de que México es uno de los principales productores de café orgánico, el consumo local es muy bajo. A pesar de las críticas que se le suele hacer al comercio justo (que se basa principalmente en cultivos de exportación) esto tiene la ventaja que no compromete la agricultura en el Norte. Incluso en algunos casos ofrece la posibilidad de crear nuevas empresas: tostadores de café, fabricantes de chocolates, etc.

Sin embargo, con el paso del tiempo, la variedad de productos de comercio justo ha ido aumentando para incluir bienes como la miel, flores, ropa, e incluso vino y otros licores. Estos nuevos productos podrían, efectivamente, competir con aquellos del mercado local. El consumidor responsable se encuentra

entonces en un dilema: tiene que decidir entre un producto local, que quizá no sea de comercio justo ni orgánico, y un producto que viene de una cooperativa de pequeños productores del Sur y cuyo desarrollo se basa en gran parte en la exportación.

En este sentido, la conciliación entre la economía local y el comercio justo toma cada vez más importancia en los países importadores de productos de comercio justo, sobre todo cuando entra un producto que se produce localmente y es parte importante de la economía local. La cuestión es saber realmente si los productos de comercio justo representan una amenaza y como se podría equilibrar la situación. Algunos productos son especialmente sensibles, como es el caso de Quebec con la miel de abeja. La producción de miel de abeja ha disminuido bastante en los años pasados, en parte por problemas locales, como lo son las plagas que afectan las flores, pero en parte por la entrada de miel extranjera. Ahora bien, la miel es un producto que se encuentra certificado por FLO. En el caso de Quebec, hasta la fecha, no hay ningún distribuidor de miel de comercio justo acreditado por Transfair Canada(1).

Este es el mismo caso en otras regiones del mundo y con otros productos, como Andalucía en España. En esta zona, los movimientos sociales que promueven el consumo responsable promueven principalmente los productos locales. Según algunos miembros de la red cordobesa de trueque, Kotruco, el comercio justo debería limitarse a aquellos productos que no se encuentran en casa. Siguiendo los principios de los grupos sociales en Andalucía, las políticas agro-alimentarias deberían, en un principio al menos, concentrarse en la demanda del mercado interno y luego abrirse al mercado internacional. Esto permitiría a los productores controlar tanto la producción como la distribución a nivel regional o nacional.

Si bien no existen estadísticas concluyentes en cuanto al verdadero peligro que podrían representar los productos de comercio justo para los productores locales, para ciertos consumidores responsables se trata de una cuestión de base de la justicia social. El desarrollo económico está lejos de ser homogéneo en el Norte y la producción para el mercado nacional es un aspecto básico de la economía. Tomando en cuenta estas preocupaciones, varias ONG de comercio justo han ido agregando productos locales a sus catálogos. Por ejemplo, la ONG portuguesa Cores do Globo(2) se asegura que los dos nichos tienen espacio en sus tiendas de comercio justo, ofreciendo así vino producido por pequeños productores locales. Siguiendo el mismo ejemplo, Équita(3), la marca de comercio justo de Oxfam-Quebec, ofrece canastas de productos locales, de apelación de origen, junto con los otros productos.

La organización Catalana Xarxa de Consum Solidari resume bien esta problemática: "Entendemos el comercio internacional como un complemento de la producción local. De ahí que, trabajamos con organizaciones que centran su producción en mercado local, no dependientes de las exportaciones. No importamos productos que ya se produzcan aquí, con componentes sociales y ecológicos equivalentes.(4)"

Ahora bien, en términos generales, el movimiento de comercio justo puede reforzar el consumo local si se inserta en una estrategia global de consumo responsable y de economía social y solidaria. En efecto, la tendencia a verificar el origen de los alimentos se aplica también a lo que produce en casa y a buscar núcleos de desarrollo local. Por otro lado, las mismas redes que ya existen para la distribución del comercio justo y para la sensibilización de los consumidores pueden servir para la inserción de productos locales. La creación de redes comerciales entre los países del Norte podría también darle un nuevo empuje a la producción local y facilitar el intercambio en estas zonas, minimizando los costos sociales y ambientales. Visto desde esta perspectiva, el comercio justo favorece la toma de conciencia y confronta al

consumidor a hacer un análisis más profundo acerca de los efectos del consumo sobre el desarrollo local.

El comercio justo debería, entonces, relacionarse con las formas de economía solidaria existentes para asegurar el equilibrio entre la importación, la creación de redes comerciales y el desarrollo tanto del Sur como del Norte. En este sentido, el comercio justo es mucho más que una lista de criterios. Se le debe entonces considerar como una herramienta de desarrollo y como un medio de reconocimiento del valor de la producción en todas las regiones.

## Referencias:

- Comunicación con miembros de la Red andaluza de consumo responsable y de Kotruco: Francisco Rodríguez et Gala Lorenzo, Mar Fayos y Lola.
- Comunicación con Isabelle St-Germain, Équiterre, Montreal

## Páginas de internet:

- Cores do Globo
- Equita  
[www.equita.qc.ca/](http://www.equita.qc.ca/)
- Transfair Canada
- Xarxa de Consum Solidari

## Notas

[\(1\)](#)

[\(2\)](#)

[\(3\)](#) [www.equita.qc.ca/](http://www.equita.qc.ca/)

[\(4\)](#)