

3.4 Iniciativas nacionales de comercio justo

Autor: Francisco Aguirre S. - 29-11-2005

https://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/iniciativas_nacionales_comercio_justo.html

Distintas ONG's que trabajan en la promoción de los valores y prácticas del comercio justo frente al consumidor surgieron en cada país donde la iniciativa se puso en práctica, agrupándose inicialmente bajo dos grupos principales. El primero nació en 1988 y correspondió a la iniciativa Max Havelaar, con sede en Holanda, la cual recibió dicho nombre en memoria de una novela de Multatuli,^[1] quien desde el siglo XIX denunciaba la explotación sufrida en los plantíos cafetaleros de las colonias holandesas, y de la cual Max Havelaar era el protagonista. La iniciativa Max Havelaar se puso en práctica en Holanda, Suiza, Bélgica, Dinamarca, Francia y Noruega.

Según María Cristina Renard, la asociación Max Havelaar no compra ni vende café, sino que pone en contacto a productores organizados con torrefactores que se comprometen a respetar los lineamientos del comercio justo. También se lleva un control de las operaciones comerciales de las empresas licenciatarias, verifica el funcionamiento democrático de las cooperativas y se hace cargo de la promoción entre los consumidores.

Por su parte, en 1993 surgió otro sello de comercio justo llamado TransFair^[2], con sede en Alemania y que fue promovida en Italia, Estados Unidos, Canadá, Japón y Austria. Finalmente nacieron otras instancias con denominaciones locales en Reino Unido e Irlanda, Suecia y Finlandia.

No obstante la diversidad de denominaciones, todas ellas tenían en común la misión de promover el comercio justo en los distintos mercados internos, ayudando con ello a incrementar el interés y la demanda del público por los productos de comercio justo, si bien esta actividad se realizó a través de distintas estrategias, obteniendo también resultados diferentes dependiendo de las costumbres y apertura de los consumidores de cada país. Ejemplo de ello son el mercado suizo y el alemán, pues en el primero el grado de aceptación y conocimiento del comercio justo y sus productos es ejemplarmente alto, mientras que en el segundo los consumidores han reaccionado muy lentamente y con poco interés a esta iniciativa.

Tabla IV: Iniciativas nacionales de comercio justo y año de introducción de sus productos 1988 - 1999

Iniciativas nacionales	Café	Cacao	Plátanos	Té	Miel	J. naranja
Max Havelaar - 1988 Holanda		1993	1996	1998	1995	-
Max Havelaar - 1991 Bélgica		-	1997	-	-	-
Max Havelaar - 1992 Suiza		1994	1997	1995	1993	1999
Transfair - Alemania	1993	1996	1998	1994	1996	1999
TransFair - Minka - Luxemburgo	1993	1996	1999	1996	-	-
Max Havelaar - 1993 Francia		-	-	-	-	-
Fairtrade Foundation -	1994	1994	-	1994	-	-

3.4 Iniciativas nacionales de comercio justo - 11-29-2005

autor Francisco Aguirre S. - Revista Vinculando - <https://vinculando.org>

Reilun Kaupan Edistamisyhdistys - Finlandia	1999	-	-	1999	-	-
TransFair Canada	1998	-	-	-	-	-
TransFair Estados Unidos	1998	-	-	-	-	-
TransFair Japón	1998	-	-	-	-	-
Comercio Justo México	-	-	-	-	-	-
Reino Unido						
TransFair - Austria	1994	1996	1994	-	-	-
TransFair - Italia	1995	-	1995	1998	-	-
Irish Fair Trade Network - Irlanda	1998	1996	-	-	-	-
Max Havelaar - Dinamarca	1995	1999	1997	1996	-	-
Föreningen för Rattvisermarknng - Suecia	1997	1998	1998	1997	-	-
Reilun Kaupan Edistamisyhdistys - Finlandia	1999	-	-	1999	-	-

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Frans VanderHoff y Nico Roozen; op.cit., Pág. 115; Canadá: información con Kay-c Allen de TransFair Estados Unidos; Laure Waridel; *Coffee with pleasure. Just java and World Trade*; BlabRose Books, 2002; Pág. 99 y; Comercio Justo México; op.cit.; Pág. 17. Cabe señalar que la iniciativa mexicana empezó a reportar una modesta venta de café con su sello hasta 2001.

Significado: En Frans VanderHoff y Nico Roozen cabe señalar que las divisiones existentes dentro del movimiento mexicano de comercio justo, principalmente referidas al grupo de iniciativas Max Havelaar frente a las de TransFair, no pudieron ser superadas sino hasta 1996, con la fundación de FLO, que se creó para coordinar hasta cierto punto a las iniciativas nacionales de comercio justo.

Adicionalmente a los logotipos de Max Havelaar y TansFair, cada iniciativa nacional contaba con su propio distintivo, adaptado a la cultura de cada país, lo que planteó una creciente confusión entre los consumidores europeos principalmente.

[1] Multatuli, seudónimo de Eduard Douwes Dekker (1820-1887). Su novela “Max Havelaar, o las subastas de café de la compañía comercial holandesa”, defiende a los nativos de las llamadas Indias Orientales, colonizados y explotados por los holandeses. Tomado de Nico Roozen y Frans VanderHoff; *op.cit.*; Pág. 12.

[2] Después de su resistencia inicial, las organizaciones de comercio alternativo (una decena en nueve países europeos), agrupadas dentro de la asociación Europea de Comercio Alternativo, la EFTA (European Fair Trade Association) decidieron rebasar los límites de sus tiendas e ingresar a la distribución masiva. Fundaron otro label [o

3.4 Iniciativas nacionales de comercio justo - 11-29-2005

autor Francisco Aguirre S. - Revista Vinculando - <https://vinculando.org>

sello de comercio justo], llamado Transfair, con principios de funcionamiento similares a los de Max Havelaar. Sin embargo, esta segunda iniciativa es más centralizada que la primera. Tomado de Marie-Christine Renard; *op.cit.*; pág. 208