

**Edita:**  
Grupo de Comunicación  
LA CERCA  
C.I.F. B-02257749

**Director:**  
Manuel Lozano Serna

**Redacción:**  
María Luisa García Moreno  
Marina Escrivá Belmonte

**Dirección:**  
Plaza de la Constitución nº 8 y  
c/Fernando Poo nº 14  
Apartado de Correos 7014  
02080 ALBACETE  
Teléfonos: 967613320  
967550353 - 609612632  
Fax: 967550353  
e-mail: lacerca@lacerca.com  
Web: <http://www.lacerca.com>

**Colaboradores habituales:**  
Julio Virseda, Urólogo; Despa-  
cho de Abogados Agudo & Ra-  
mírez.

**Maquetación, diseño e impresión:**  
Ideas Comunicación  
Plaza de la Constitución nº 8  
Entreplanta - Puertas 4 y 5  
Apartado de Correos 7014  
02080 ALBACETE  
Web:  
[www.ideascomunicacion.com](http://www.ideascomunicacion.com)  
e-mail:  
[ideascomunicacion@ideascomunicacion.com](mailto:ideascomunicacion@ideascomunicacion.com)  
Teléfonos: 967613320  
967613324 - 659793871  
Fax: 967613324

**Fotografía:**  
LA CERCA - JCCM

Prohibida la reproducción parcial o total de la información facilitada en esta revista sin consentimiento expreso y por escrito de la empresa editora.  
LA CERCA no se hace responsable de las opiniones y manifestaciones que sostienen sus autores sean o no firmados.

D.L. AB-335-1998

# LA CERCA



Manuel Lozano

## Globalización y comercio justo

La aceleración del proceso de globalización y de liberalización económica experimentado desde la última década del siglo XX, y la deslocalización de la actividad productiva hacia países con salarios más bajos y legislaciones sociales y medioambientales más permisivas, permitió una notable expansión del comercio internacional, que creció en los primeros años del siglo XXI a un ritmo del 6% anual en los países en vías de desarrollo, y del 2% en los países industrializados. En términos globales, el intercambio internacional de bienes y servicios se incrementó en un 4% en 2002, un 5% en 2003 y hasta un 8% en 2004. Sin embargo, la actividad comercial de los países más pobres tendió a disminuir desde 1990.

En 2005, los ingresos de un total de 80 países en vías de desarrollo dependían todavía en más de un 50% de sus exportaciones de materias primas, y de forma especial de los productos agrícolas. Sus ganancias comerciales se resintieron de la caída generalizada de los precios del sector primario en el mercado internacional. Además, la demanda de los países ricos había variado: muchas materias primas de gran consumo en el pasado han sido sustituidas por productos sintéticos (por ejemplo, el cobre por la fibra óptica o el azúcar por los edulcorantes). Por otra parte, las subvenciones que Estados Unidos y la Unión Europea (UE) concedían a su sector agrario actuaban como un dumping de consecuencias desastrosas para las exportaciones de los países pobres.

Finalmente, la situación se agravó por la acción de las grandes compañías transnacionales que controlaban la comercialización de la mayor parte de las materias primas del Tercer Mundo, a las cuales imponían precios ventajosos para sus intereses empresariales, sin consideración hacia el interés legítimo del productor.

Un sector creciente de la opinión pública internacional ha tomado conciencia de las situaciones de injusticia y pobreza que se derivan de esta coyuntura internacional. Como alternativa a ella ha sido impulsado el movimiento ciudadano en pro de un comercio justo.

El comercio justo puede definirse como una asociación entre productores, importadores, comerciantes y consumidores, destinada a evitar la intervención de intermediarios y especuladores en la cadena de producción, comercialización y consumo de los bienes exportados desde los países pobres hacia el mundo rico. De este modo, se garantiza a los productores un precio justo, que les permita cubrir sus costes de producción y atender dignamente sus necesidades familiares, y además, generar los recursos suficientes para poder invertir en la maquinaria y las herramientas precisas para la producción, de modo que

ésta no se interrumpa por falta de medios o de liquidez.

Al mismo tiempo, el comercio justo pretende concienciar al consumidor de las condiciones de vida de los productores en sus países de origen, que son muy deficientes. Las transacciones justas persiguen una mayor equidad, transparencia y humanidad en los intercambios de bienes, para contribuir al desarrollo sostenible de los países pobres. Se trata de crear un sistema comercial más igualitario, en el cual debe concienciarse a los consumidores de que el precio final abonado por los productos no es el resultado de las oscilaciones producidas por la "mano invisible" del mercado, sino que obedece a unos objetivos sociales de lucha contra la pobreza y la injusticia mediante un acceso directo a los mercados de los países ricos, sin intermediarios que reduzcan los precios en origen de sus productos hasta niveles ínfimos.

Los productores que trabajan para una cadena de comercio justo deben comprometerse a agruparse en cooperativas que se rijan por principios democráticos; a cambio, las organizaciones no gubernamentales dedicadas a esta actividad les garantizan el acceso directo al mercado europeo, el pago de un precio justo, el abono por adelantado de entre un 40% y un 50% del valor de los productos -para que puedan invertir esa cantidad, sin peligro de arruinarse, en la adquisición de las materias primas y herramientas necesarias para su trabajo- y el mantenimiento de relaciones contractuales a largo plazo. Además, la actividad objeto de comercio justo debe ser sostenible a escala económica, medioambiental y social. Así se configura la dimensión pedagógica del comercio justo, cuya práctica implica la instrucción de los productores en los valores del civismo, la democracia y el respeto al medio ambiente.

Paralelamente, las organizaciones promotoras facilitan la transformación del producto en origen, para aumentar su valor añadido, y ofrecen a los productores formación y asistencia técnica, así como control de calidad. En los países consumidores del primer mundo, tales organizaciones promueven campañas de sensibilización de la opinión pública, así como la creación y expansión de redes de distribución de los productos importados, contribuyendo a la creación de empleos en los lugares de destino.

El precedente del movimiento en pro de un comercio justo se remonta a la década de 1950 y surgió de una iniciativa caritativa, destinada a socorrer a los exiliados chinos en Londres. La organización humanitaria Oxfam Internacional incorporó a la oferta de sus tiendas los artículos de artesanía producidos por tales refugiados, que hallaron así un medio de subsistencia. □

