



El sistema de comercio justo.

LUIS SUÁREZ PUELLES
Secretario Ejecutivo
CNCJ-PERÚ

Lima, 16 de noviembre del 2011.



Marco conceptual del Comercio Justo

¿Qué es el Comercio Justo?



- El Comercio Justo es un movimiento de concertación económica, social y política de alcance internacional, cuya filosofía lleva a desarrollar un sistema alternativo de relaciones de confianza entre pequeños productores organizados y consumidores, que valoran de manera conjunta el desarrollo sostenible.



Nacimiento (1)

- Este movimiento, nacido en los Países Bajos en 1988, partió de la iniciativa que tomó el nombre de **Max Havelaar**, personaje emblemático en una novela que trata sobre la opresión colonial y la lucha contra la esclavitud y formas injustas de comercio en Indonesia.
- Esta iniciativa holandesa se desenvuelve y extiende en abierta competencia con formas tradicionales de transar que van en detrimento de las familias directamente involucradas en la producción local.

Nacimiento (2)

- En consecuencia, el Comercio Justo surge como una relación alternativa libre y directa entre tres actores económicos que son:
 - a) los pequeños productores asociados u organizados;
 - b) los consumidores solidarios; y
 - c) los intermediarios responsables.

Estos últimos anteponen su propio interés de lucro en favor de la sociedad, haciendo que las iniciativas comerciales busquen principalmente comprar a los productores y colocar sus productos en el mercado a un precio justo.



¿Qué entendemos por Sistema de Comercio Justo? (1)

El Sistema de Comercio Justo es el conjunto de:

- a) Productores organizados y certificados (sello FLO, u otro sello);
- b) Trabajadores y trabajadoras;
- c) Comerciantes (con sello de comercio justo); y,
- d) Consumidores;

Todos ellos comprometidos con el propósito de operar en un espacio transaccional que permite obtener beneficios mutuos.



¿Qué entendemos por Sistema de Comercio Justo? (2)

- La filosofía del movimiento alimenta el Sistema de Comercio Justo, mediante el cual se ponen en práctica los mecanismos operacionales transaccionales indispensables para que los pequeños productores se beneficien cobrando precios mínimos que garanticen los márgenes de ganancia y que, además, de cubrir la totalidad de costos de producción, y otras inversiones sociales, que permiten que los pequeños productores financien mejoras continuas en la calidad de vida de sus familias.



CNCJ-PERÚ

¿Qué entendemos por Sistema de Comercio Justo? (3)

- Los consumidores finales están seguros de obtener productos de calidad y seguros de que el plus sobre el precio mercantil lo recibirá directamente el productor. Además, mediante el Sistema de Comercio Justo, la producción y el consumo se hacen más compatibles con los valores y principios del desarrollo sostenible, que consiste en compatibilizar el progreso humano con la equidad social, la salud individual, la limpieza y el equilibrio ambiental, así como la supervivencia de la biodiversidad.



¿Qué entendemos por pequeño productor organizado para el Comercio Justo?

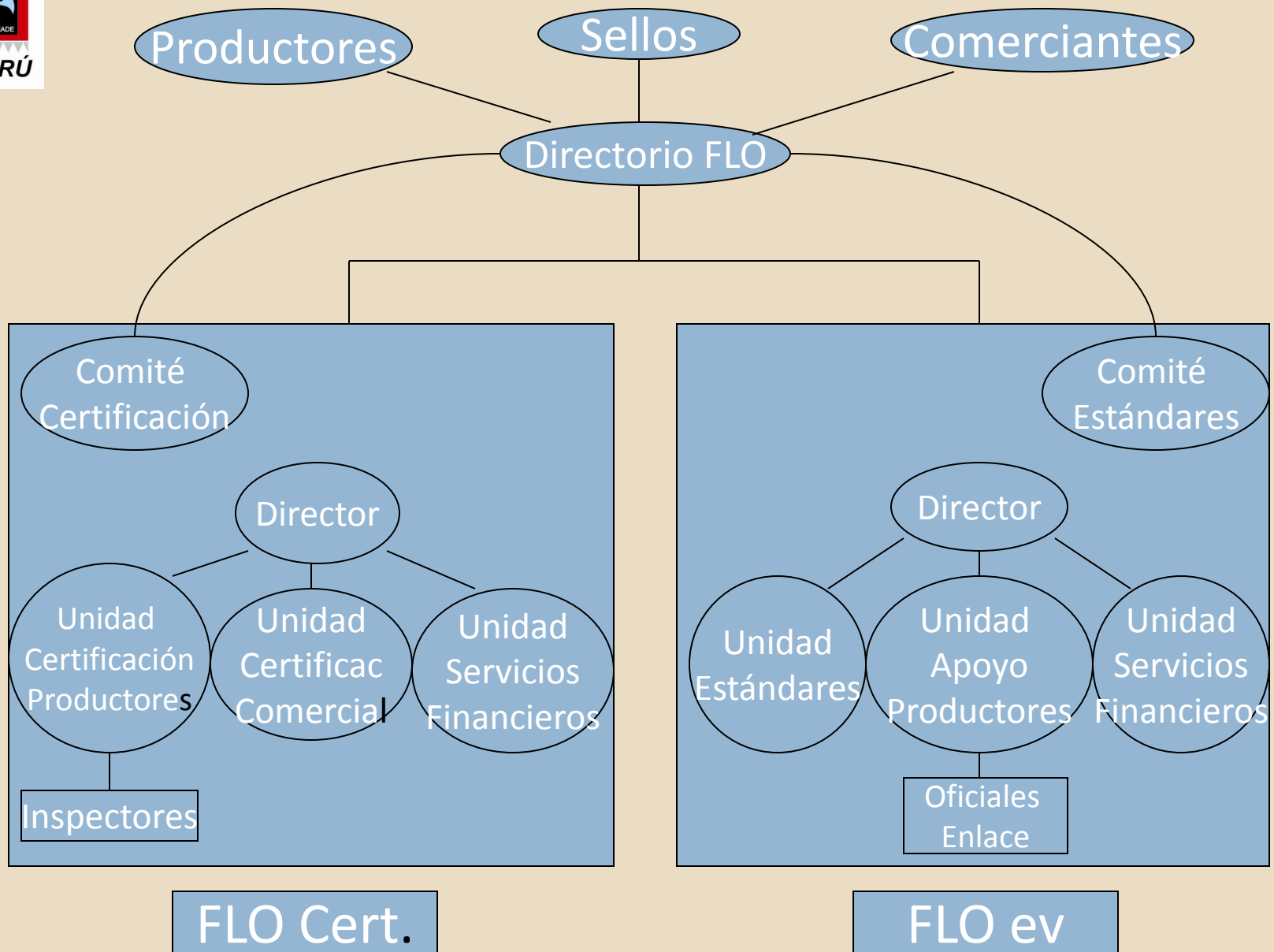
- El pequeño productor es un agente económico que comparte valores o tradiciones culturales ancestrales y tiene como principal actividad económica algún tipo de producción familiar, ofrecida a los consumidores mediante los mecanismos establecidos por el Sistema de Comercio Justo.
- La característica fundamental del pequeño productor es la de trabajar su unidad productiva con su propia familia. La contratación de trabajadores debe ser únicamente eventual de acuerdo al tipo y etapa de cultivo. Entonces, la condición de pequeño productor en comercio justo no está ligada necesariamente al tamaño de la parcela en la cual puede haber mucho terrero no cultivable.



¿Qué entendemos por Organización de Pequeños Productores de Comercio Justo?

La organización de pequeños productores es una asociación de carácter privado que agrupa a pequeños productores debidamente acreditados con sello FLO u otro sello de comercio justo, con el fin de participar de los beneficios generados por el Sistema de Comercio Justo.

El sello Fairtrade





Funciones

FLO e.V

1. Establecer los estándares de Comercio Justo
2. Facilitar el cumplimiento de estos por los productores y trabajadores así como su acceso al mercado

FLO Cert

1. Certificación de Productores, Trabajadores, Comerciantes

Funciones de los Sellos Nacionales

1. Promoción de ventas de productos del Comercio Justo, marketing
2. Crear conciencia creciente en consumidores sobre CJ
3. Otorgamiento de Licencias



Productos en Comercio Justo...

- Palta en fresco
- Limas en fresco
- Naranja en fresco y en jugo
- Uvas de vino, uva fresca, jugo de uva
- Coco entero fresco
- Limón fresco
- Peras en fresco
- Ciruelas frescas



Productos en Comercio Justo...

- Pimientos frescos
- Frijoles verdes
- Papas frescas
- Litchi
- Vainilla
- Pimienta negra y blanca
- Kion
- Nuez moscada
- Canela



Productos en Comercio Justo...

- Cardamono
- Miel
- Mandarina en jugo
- Maracuyá en jugo
- Banano fresco, deshidratado y en puré
- Caña de azúcar : blanca, rubia e integral
- Cacao en grano, licor, polvo y manteca
- Café verde

Productos en Comercio Justo...

- Piña fresca, deshidratada y pelada – cortada – congelada.
- Albaricoque
- Manzana fresca, jugo y deshidratada
- Tomate deshidratado
- Mango fresco, pulpa, deshidratado
- Dátil deshidratado
- Pasas
- Maní en grano seco
- macadamia



Productos en Comercio Justo...

- Anacardo, Castaña
- Ajonjolí
- Quinua, Arroz
- Algodón pima
- Te
- Aromáticas: limoncillo, hierba luisa, bálsamo de melisa, orégano, eneldo, menta, hoja de naranja, camomila, borraja, romero, tomillo y ajo.
- Balones de fútbol, flores.



Nivel de precio y premio para el café

• Precio mínimo (base)	(125.00)	US\$ 140.00
• Premio Fairtrade	(10.00)	15.00
• Premio Inversión	(0.0)	5.00
• Total fairtrade	(135.00)	160.00
• Premio orgánico	(20.00)	30.00
• TOTAL:	(155.00)	190.00



Comercio Justo en el Mundo...

- Más de 600 organizaciones de pequeños productores y trabajadores certificadas.
- Alrededor de más de 1 millón de familias beneficiadas.
- Más de 600 comerciantes registrados en 50 países.
- 22 países consumidores entre Europa, Asia, América y Oceanía.
- Banana es el principal producto transado seguido del café.

Sellos Nacionales (20)



Representantes de FLO en Perú

Región Norte:

Manuel Aguirre

Oficial de Enlace FLO Peru norte

Cel. +51 73 96 9996776

RPM *696776

m.aguirre-external@fairtrade.net

Región Centro-Sur:

Emilio Rojas

Oficial de Enlace para Peru Central y Sur

Celular: +51 - 990 292 386

RPM *301720

Email: e.rojas-external@fairtrade.net



La Coordinadora Nacional de Pequeños Productores de Comercio Justo en el Perú

CNCJ-PERÚ

ANTECEDENTES (1)

- Nuestro país se involucró a este mercado el año 1994, cuando se negoció a Max Havelaar de Holanda, el primer contenedor de café, producido por pequeños cafetaleros del nororiente peruano. A la fecha, son 80, las organizaciones peruanas certificadas con el sello FLO Fairtrade, con 10 productos, siendo estos , café, cacao, banano, frutas frescas, mangos, nueces de Brasil, te, panela, jugos de frutas, mermeladas, constituyendo el Perú, en el país latinoamericano con más organizaciones, y más productos involucrados en el comercio justo.

ANTECEDENTES (2)

- En el 2004, la Junta Nacional del Café, estableció un espacio de coordinación entre las organizaciones de productores cafetaleros, involucrados en el comercio justo, denominado, Coordinadora nacional de comercio justo de productores de café.
- Este espacio sirvió para intercambiar experiencias e información, sobre el desarrollo del sistema, y sobre el mercado de comercio justo.
- Este nivel de coordinación duró hasta julio del 2006, cuando se convocó a las organizaciones de otros productos involucrados en el comercio justo, tales como, cacao, te, banano, frutas, para conformar la Coordinadora nacional de pequeños productores de comercio justo.



CONSTITUCIÓN DE LA CNCJ-PERÚ

- La CNCJ-PERÚ, se constituyó el 1 de agosto del 2006, con 22 organizaciones, a la fecha cuenta con 52 organizaciones socias.
- La Coordinadora Nacional de Comercio Justo es una asociación civil sin fines de lucro, que se rige por su Estatuto Institucional, por el Código Civil y demás normas vigentes.
- La Asociación lleva la abreviación: CNCJ-PERU.
- La CNCJ-PERU, es miembro de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de Comercio Justo. CLAC.



FINES DE LA CNCJ-PERÚ

La CNCJ-PERU, es una instancia de representación, coordinación y participación gremial de todas las organizaciones de pequeños productores de comercio justo, cuya finalidad es promover el desarrollo del concepto de Comercio Justo mediante encuentros, análisis y diálogo entre sus asociados, y otros actores del mercado, para lograr el desarrollo, fortalecimiento y consolidación de las relaciones entre productores y el mercado Justo.



OBJETIVOS DE LA CNCJ-PERÚ

- Representar a los pequeños productores peruanos integrados en las diferentes líneas de productos ante el mercado de Comercio Justo.
- Promover y apoyar una mayor participación de las organizaciones de pequeños productores dentro del Comercio Justo.
- Facilitar espacios de discusión y plantear alternativas de desarrollo en el sistema de Comercio Justo.



OBJETIVOS DE LA CNCJ-PERÚ (2)

- Apoyar a los pequeños productores mediante el desarrollo de sus organizaciones socio – empresariales.
- Fortalecer el nivel de integración y de intercambio de las organizaciones de pequeños productores a nivel Nacional, de Latinoamérica y el Caribe.
- Definir posiciones conjuntas sobre los diferentes aspectos que afectan a los pequeños productores en el mercado.
- Representar a las organizaciones de pequeños productores ante la diferentes instancias de la CLAC, FLO y otros Sellos, Redes e iniciativas de comercio justo

Problemática relevante (1)

- Los productores desconocen con precisión el significado de cada uno de los términos utilizados en el Sistema de Comercio Justo (Definición de Comercio Justo, definición de los actores comprendidos en la cadena de valor involucrada en el SCJ, definición del término premio, etc.)
- Los productores de base desconocen gran parte de la filosofía y los procedimientos reglamentarios del Sistema de Comercio Justo.
- Ante crecimiento del mercado justo, FLO flexibiliza requisitos de certificación, con riesgo de ingreso de seudo organizaciones, no representativas, y prevalencia de operadores transnacionales.
- Las grandes empresas comercializadoras que exportan directamente, retienen indebidamente el premio que toca recibir a los productores de base.

Problemática relevante (2)

- El país carece de un sistema de diferenciación e identificación de los productos de comercio justo en los mercados locales.
- Presencia de “actores de comercio justo”, sin acreditación, ponen en riesgo promoción del comercio justo nacional.
- La actividad minera es una amenaza de contaminación de los terrenos agrícolas donde opera una gran cantidad de pequeños productores integrantes al SCJ con prácticas que contravienen la filosofía del Sistema.
- Las autoridades locales , regionales y nacionales no se sienten identificadas con los impactos del comercio justo en sus localidades.
- Una amenaza para nuestra rica biodiversidad y para la agricultura orgánica, la constituye el ingreso de transgénicos.

Impactos (1)

- El impacto más notorio es la asociatividad, demuestra que es una herramienta de impulso al progreso y desarrollo.
- Los pequeños productores organizados han accedido directamente a mercados internacionales, participan en ferias mundiales y negocian directamente sus productos. Sin duda obtienen mayores precios, que cuando estaban sin organización a expensas de los intermediarios.
- El mercado justo al retribuirles una Prima (o premio, que es un plus) por el cumplimiento de los estándares de buenas prácticas agrícolas, organizativas, laborales, sociales y ambientales, les ha permitido fortalecer las capacidades de las organizaciones, elevando su niveles de producción y calidad de sus productos, con técnicas agronómicas, y plantas de proceso.
- Igualmente, la prima ha permitido la construcción de infraestructura adecuada para los procesos; asimismo mejorando los sistemas administrativos de la organización.
-

Impactos (2)

- El comercio justo ha promovido el desarrollo de una conducta de responsabilidad en los procesos productivos y comerciales.
- Ha contribuido asimismo, a afirmar su identidad como productor del campo, elevando su estima personal, y su reconocimiento en su ambiente comunal.
- Igualmente, los socios toman conciencia de sus derechos, e inician colectivamente, demandas a las autoridades gubernamentales.
- La mejora de ingresos redundó en los cambios operados en su familia, mejor vestimenta, mejoras en sus comodidades del hogar con la adquisición de nuevos bienes; asimismo, el acceso de sus hijos a centros de educación técnico y superior; servicios de salud. Se nota un avance general en su bienestar personal y social.



CNCJ-PERÚ

PLAN ESTRATEGICO

2011 – 2020

Nuestra Visión al 2020

- La Coordinadora se llega a legitimar como actor referente con gravitación política y social en el país y en el Sistema de Comercio Justo.
- Las organizaciones acreditadas ante la Coordinadora Nacional de Comercio Justo logran desempeñarse de manera consolidada, con bases económicas, sociales y políticas fortalecidas y aprovechan plenamente el potencial del comercio justo a favor del bienestar de las familias productoras y del desarrollo sostenible.



Nuestra Misión

La CNCJ es una Institución creada para cumplir la siguiente misión:

- **Fortalecer el Sistema Internacional de Comercio Justo en el país, en beneficio y defensa de las organizaciones de pequeños productores, de la economía familiar y del desarrollo local.**



La CNCJ-PERÚ cumple su misión ejerciendo los siguientes roles estratégicos institucionales:

- Promover el crecimiento y la consolidación del Sistema de Comercio justo en la sociedad peruana, y los modelos de desarrollo local basados en los principios del Comercio Justo.
- Promover el empoderamiento, fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones de base acreditadas en el SCJ.
- Ejercer la defensa de los valores fundacionales del modelo de desarrollo de Comercio Justo, generador de equidad y solidaridad a favor de familias y localidades, frente a procesos o políticas de Estado que atenten contra ellos.
- Representar a las organizaciones acreditadas de base de la CNCJ, ante las instancias nacional e internacional del Sistema de Comercio Justo (CLAC, FLO y otros).



Estrategia de la CNCJ-PERÚ

2010 - 2020

De los roles institucionales que le corresponde desempeñar al Sistema de Comercio justo y por ende a la CNCJ se desprenden los siguientes cuatro ejes estratégicos siguientes:

- **Eje 1:** Articulación, Fortalecimiento, Posicionamiento y Fortalecimiento y defensa de los Productores y del Sistema de Comercio Justo.
- **Eje 2:** Protagonismo asociativo, cooperativo y solidario del SCJ en el desarrollo sostenible local.
- **Eje 3:** Incidencia política del SCJ en

EJE 1:

Articulación, fortalecimiento, posicionamiento y defensa de los productores, y del sistema de comercio justo:

- Productores y consumidores articulados y fortalecidos en un Sistema de Comercio Justo posicionado en el mercado nacional.

Objetivo superior de impacto del Eje 1 al 2020:

- Pequeños productores organizados y consumidores forman cadenas económicas y sociales que favorecen a las familias y dinamizan el Sistema de Comercio Justo.

Eje 2:

Protagonismo cooperativo y solidario del Sistema de Comercio justo en el desarrollo sostenible local.

- Procesos de desarrollo sostenible impulsados con protagonismo cooperativo y solidario de productores y autoridades a favor de las familias.

Objetivo superior de impacto del Eje 2 al 2020:

- Autoridades y pequeños productores de diversas localidades rurales adoptan políticas de impulso a los procesos de desarrollo sostenible en sus respectivas localidades.

Eje 3:

Incidencia política en poderes públicos y entidades gubernamentales.

- Incidencia política en Poderes del Estado y en los niveles de gobierno a cargo de los pequeños productores organizados a favor del desarrollo sostenible

Objetivo superior de impacto del Eje 3 al 2020:

- Los pequeños productores rurales logran incidir en la toma de decisiones de los diferentes poderes y niveles de gobierno a favor de las localidades donde desarrollan su base productiva familiar

Eje 4.

Fortalecimiento interno del Sistema de Comercio Justo

Objetivo superior de impacto del Eje 4 al 2020:

- La CNCJ-PERÚ se posiciona en el contexto nacional como entidad representativa del Sistema de Comercio Justo, y se legitima con el reconocimiento mayoritario de las organizaciones de productores de comercio justo.

ORGANIZACIONES SOCIAS

Organizaciones de pequeños productores:

Café 40

Banano 10

Cacao 10

Mango 01

Panela 02

Jugos 02

Te 01

Mermelada 01

Frutas frescas 02



CONSEJO DIRECTIVO

Periodo: Dic. 2009-Dic. 2012

Presidente:

Sergio Neira Camizán de CEPICAFE -Café

Vice-Presidente:

Carlos Bendezu López – de COCLA - Café

Secretario:

Rolando Herrera Ramírez - de CAI Naranjillo - Cacao

Tesorero:

Ignacio Bravo Condezo – de CAC La Divisoria – Cacao

Vocales:

Valentín Ruíz Delgado – de APPBOSA – Banano.

Eutimio Trigos Trigos- de COOPARM – Café.

Fiscales:

Herminio Augusto Camayo Sedano - de CAC Satipo - Cacao

Javier Cahuapaza Mamani - de CECOVASA – Café



ACTIVIDADES 2011



Proyecto: Seguridad social y servicios de salud sostenibles para pequeños productores de comercio justo de Perú 2011 - 2013

Desarrollar capacidades en las organizaciones, para realizar incidencia y gestionar servicios de salud de calidad, y promoción de la salud, prevención de enfermedades y desarrollo rural:

- **Comités de Salud:** Talleres en región Piura – Sullana con bananeros; y con en Selva Central , región Junín con cafetaleros.
- **Acuerdos** con instituciones públicas y establecimiento de **alianzas** con instituciones privadas, gremios, redes.
- **Aseguramiento** en salud de las familias de los productores.



Taller Nacional de Comercio Justo

12, 13 diciembre 2011

- **Objetivos:**

- Promover la calidad de los productos ofrecidos por las familias campesinas organizadas del Perú con certificación de comercio justo.
- Dar a conocer los principios y normas del comercio justo internacional.
- Evidenciar el desarrollo y el impacto de las organizaciones de pequeños productores del Perú con el apoyo del comercio justo.



Taller nacional de Promoción difusión de Símbolo de Pequeños productores

Taller de difusión de las normas para la certificación:

- Organizaciones productores de artesanía.
- En Lima
- Fecha: 14 de diciembre 2011

Aliados Estratégicos



Junta Nacional
del Café



APPCACAO
Asociación Peruana de Productores de Cacao



Coordinadora Latinoamericana y
del Caribe de Pequeños Productores
de Comercio Justo



De VoorZorg
provincie Antwerpen
www.socmut.be



Gracias
por su atención