

Un comercio muy controlado

Aunque suele decirse en los medios de comunicación y en los grandes discursos políticos que el libre comercio es la vía para que las economías crezcan y se desarrollen, el comercio internacional tiene muchos controles y, además, muy desiguales. La Organización Mundial del Comercio (OMC) tiene la mayor responsabilidad en la gestión de ese comercio. Existe desde hace apenas diez años, pues los países ricos prefirieron no tener una institución independiente gestionando esta cuestión hasta que fue indispensable. Este organismo está considerado como aquel en el que la presencia y la voz de la sociedad civil es más difícil de hacerse oír, y en el que los gobiernos del Sur tienen menos peso.



Si el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM) están dominados por los países más ricos (los Estados Unidos de Norteamérica y la Unión Europea tienen más del 50% de los votos), en la OMC su posición dominante es aún más fuerte.

Las reglas existentes hoy son enormemente desiguales -nada de comercio libre, vamos- y los países pobres ven cómo la entrada de sus productos en el mercado internacional es obstaculizada en nuestros países, mientras ellos abren de par en par sus puertas a lo que nosotros les vendemos. Un ejemplo muy claro es el de los productos agrarios -muy subvencionados en Europa y EEUU y con barreras para que entren los que producen en el Sur-, o el tratamiento de las patentes sobre medicamentos, que permiten a grandes corporaciones apropiarse de conocimientos tradicionales y venderlos en exclusiva.



La negociación del ALCA

Los ministros de finanzas de América Latina se han reunido en Quito (octubre de 2002) para negociar el Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA). La impresión general es que existe menos consenso del que pudiera parecer acerca de la necesidad y de la idoneidad de este proyecto, incluso desde el ámbito político. En paralelo, la sociedad civil ha presentado unas propuestas que quieren abrir un nuevo camino de construcción que tenga más en cuenta los aspectos sociales y la voz de los excluidos y excluidas. Sobre el ALCA, Cáritas Española ha dicho que "no es una estrategia adecuada para el desarrollo de América Latina y resultará especialmente dañina para los más pobres (...) profundizará en las brechas del ingreso y perpetuará las profundas injusticias sociales existentes en la región, afectando a la consolidación democrática, a la soberanía sobre sus recursos naturales y a la posibilidad de construir un proyecto de desarrollo incluyente y sostenible"

Los criterios del Comercio Justo

El Comercio Justo pretende unas relaciones comerciales entre Norte y Sur más justas y dignas con el ser humano y su entorno ambiental, social y económico; denunciar la injusticia del orden económico internacional y potenciar el consumo responsable.

Para ello se basa en unos principios:

- ▶ Condiciones laborales y salario digno y justo para los trabajadores y trabajadoras.
- ▶ Igualdad entre hombres y mujeres y no explotación infantil.
- ▶ Inversión de los beneficios en el desarrollo de la comunidad.
- ▶ Producción respetuosa con el medio.
- ▶ Funcionamiento democrático del grupo productor.
- ▶ Productos de calidad.

Así funciona... y así se nota

¿Cuánto cuesta una taza de café?

Distribución de un paquete de 250grs de café natural

Comercio Tradicional

- 12% ❖ PRODUCTORES
- 5% ❖ Transporte y aduana
- 8% ❖ Transformación (tostado, molido y envasado)
- 3% ❖ Envase
- 43% ❖ MARGEN IMPORTADOR
- 22% ❖ Margen tiendas
- 7% ❖ IVA
- 100% ■ TOTAL

Comercio Justo

- 39% ❖ PRODUCTORES
- 6% ❖ Transporte y aduana
- 8% ❖ Transformación (tostado, molido y envasado)
- 3% ❖ Envase
- 18% ❖ MARGEN IMPORTADOR
- 19% ❖ Margen tiendas
- 7% ❖ IVA
- 100% ■ TOTAL

Kuapa Kokoo es una cooperativa de cultivadores de cacao en Ghana que tiene 36.000 miembros. Funciona desde 1993, cuando el comercio del cacao dejó de ser un monopolio estatal. Con la colaboración de varias organizaciones internacionales (Christian Aid; Body Shop...) fundó la Day Chocolate Company, empresa chocolatera que se estableció en Europa con sus propias marcas. De esta empresa, Kuapa Kokoo posee un tercio de las acciones, y una representación de sus productores forma parte del comité directivo de la empresa.



Con su actividad se ha asegurado una producción sostenible que garantiza la independencia económica de los agricultores, abriendo a estos el mercado internacional.

Los beneficios obtenidos se reinvierten en créditos a los productores y proyectos de desarrollo -salud, educación...- en las comunidades.

Para seguir trabajando

- ▲ ¿Cuáles eran los hábitos de consumo hace 30, 50... años? Preguntando podemos sorprendernos y aprender mucho del pasado en este tema: cómo se pueden reutilizar las cosas, qué valor tenían objetos que ahora pasan desapercibidos...
- ▲ Reduce, Recupera y Recicla. Son las "tres erres" que nos pueden ayudar en nuestro consumo responsable. ¿Cómo las aplicamos en casa, en el trabajo, en el grupo...? Seguro que podemos intercambiar trucos que nos sirvan a todos.
- ▲ Y hablando de intercambio, todos tenemos algo que ofrecer. ¿Por qué no hacer una experiencia de trueque en nuestro grupo? Yo doy clase a tus hijos y tú me enseñas con el ordenador; te cambio unos discos por esos libros que te sobran...
- ▲ Las tiendas, organizaciones y colectivos que trabajan el Comercio Justo tienen muchas alternativas que ofrecernos. Busquemos en nuestro barrio, pueblo... experiencias con las que podamos colaborar.



Materiales y lecturas

■ PONGAMOS LA OMC EN SU SITIO.

George, Susan. *Barcelona: Icaria 2002*
El objetivo de este libro es explicar cómo funciona la Organización Mundial de Comercio y cuáles son sus peligros. Examina en detalle su génesis, su ideología, su funcionamiento y alguna de las actuaciones más relevantes de esta organización.



■ CAMBIAR LAS REGLAS: COMERCIO, GLOBALIZACIÓN Y LUCHA CONTRA LA POBREZA.

Oxfam Internacional 2002
Informe que ha elaborado Oxfam Internacional como centro de la campaña *Comercio con Justicia*, iniciada en abril de este año. El documento hace un análisis de las normas que rigen el comercio internacional, buscando un cambio que incida en la reducción de la pobreza, y fije un nuevo modelo de globalización incluyente, sobre la base de valores compartidos y principios de justicia social. *Disponible en www.comercioconjusticia.com*

■ POR UNA ÉTICA DEL CONSUMO: LA CIUDADANÍA DEL CONSUMIDOR EN UN MUNDO GLOBAL.

Cortina, Adela. *Madrid: Taurus, 2002*
Este título tiene como objetivo intentar orientar éticamente el consumo, proponiendo sugerencias para un consumo justo, libre, solidario. Para ello parte de la siguiente premisa: Si es preciso pensar otra globalización, cambiar las formas de consumo es una de las primeras asignaturas pendientes.



■ GUÍA EDUCATIVA PARA EL CONSUMO CRÍTICO: MATERIALES PARA UNA ACCIÓN EDUCATIVA SUR-NORTE. EFECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES DEL CONSUMO.

Sodepaz. *Madrid: La Catarata, 1998*
Siguiendo un esquema muy ameno y enfocado al trabajo en la escuela, el objetivo de esta guía es presentar alternativas de consumo respetuosas con el medio ambiente y, a la vez, conscientes de los procesos de elaboración de artículos tan próximos a nosotros como el café, el chocolate, la madera, el calzado deportivo, etc.



Webliografía

Si quieres ampliar información:

- ▶ www.setem.org
Esta organización ofrece una sección dedicada al Comercio Justo.
- ▶ www.intermonoxfam.org
- ▶ www.wto.org
Página de la Organización Mundial del Comercio
- ▶ www.unctad.org
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
- ▶ www.eftafairtrade.org
Federación Europea de Comercio Justo
- ▶ www.ifat.org
Red Europea de Tiendas de Comercio Justo
- ▶ www.comerciosolidario.com

Por buen camino

Una caja para el desarrollo

Según datos del Fondo Internacional de Desarrollo Agrario, el 75% de los pobres del mundo viven en zonas rurales y el 70% son pequeños agricultores, ganaderos y pastores. El Acuerdo Agrario de la OMC perjudica fundamentalmente a este sector y beneficia sólo a los grandes propietarios y empresas agroindustriales.

Pero este Acuerdo Agrario contempla una cláusula de "trato especial y diferenciado" que ha permitido a 11 países (Cuba, República Dominicana, Honduras, Pakistán, Haití, Nicaragua, Kenia, Uganda, Zimbabue, Sri Lanka y El Salvador) presentar una propuesta a la OMC en noviembre de 2001. La propuesta defiende que la agricultura es un sector estratégico en los países en vías de desarrollo, y que la alimentación es una cuestión de la que depende su soberanía nacional, y por ello debe ser protegida. Para eso proponen la creación de una "caja del desarrollo" que parta de tres instrumentos:

- ▲ Hacer un listado de los países en vías de desarrollo que podrían acogerse a este sistema.
- ▲ Elaborar un segundo listado con los productos que cada país considere estratégicos para su economía (por ejemplo, maíz en Guatemala).
- ▲ Establecer un sistema de protección especial y de apoyo directo para estos productos en estos países.

Actualmente esta propuesta se está discutiendo en varios ámbitos oficiales -incluida la OMC- y cientos de organizaciones campesinas y ONGD -Cáritas entre ellas- están iniciando una campaña de apoyo.

Brasil da un "NO" al ALCA muy popular

Como informamos en el Boletín anterior, en septiembre se celebró una gran votación sobre el ALCA en Brasil. Participaron 10.100.000 personas y colaboraron miles de voluntarios en la organización, compartida por Iglesia, organizaciones y movimientos sociales y el Grito de los Excluidos/as. El resultado fue concluyente:

- ¿Debe el gobierno brasileño firmar el tratado del ALCA?: SI: 1,1% NO: 98,3%
- ¿Debe el gobierno brasileño continuar participando en las negociaciones del ALCA?: SI: 3,4% NO: 95,9%
- ¿Debe el gobierno brasileño entregar una parte de su territorio -la base de Alcántara- para el control militar de los Estados Unidos de Norteamérica?: SI: 0,7% NO: 98,6%

Con la colaboración de:



Boletín coordinado por el Programa de Educación para el Desarrollo de Cáritas Española.
CÁRITAS ESPAÑOLA.
C/ San Bernardo, 99 bis. 28015 Madrid.
Tel: 91 444 13 25. educadesa@caritas-espa.org

ES POSIBLE

Construyamos otro mundo

Nº4 Noviembre-Diciembre 2002




Cáritas

La paradoja del comercio

Desde siempre el hombre ha utilizado el comercio para su desarrollo y crecimiento. Incluso para comunicarse entre culturas, civilizaciones... el comercio ha sido y es una poderosa herramienta dentro de las relaciones humanas. Y precisamente esa trascendencia encierra una paradoja: esta poderosa fuerza, por un lado, genera enormes riquezas y, por otro, provoca las situaciones de pobreza más absoluta en los pueblos que no pueden seguir su ritmo frenético. ¿Y a qué se debe esto? Unos cuantos ejemplos pueden aclararnos:

- ▲ A pesar de la riqueza que genera el comercio, 1.100 millones de personas sobreviven con menos de un dólar al día.
- ▲ Los países en desarrollo de renta baja, con más del 40% de la población mundial, realizan menos del 3% del comercio mundial.
- ▲ Los países de renta alta, con el 14% de la población, acaparan el 75% del PIB mundial.
- ▲ Si África, el este y sur de Asia y América Latina vieran incrementada en un 1% su participación en las exportaciones mundiales, 128 millones de personas podrían salir de la pobreza.
- ▲ Las barreras a las exportaciones que se encuentran los productos de los países en desarrollo cuando quieren acceder a los mercados de los ricos, les cuestan 100.000 millones de dólares anuales, el doble de lo que reciben como ayuda.

Estas condiciones comerciales internacionales provocan situaciones extremas de gran riqueza y de absoluta pobreza ante las que es imposible quedarse parados. El comercio no es una fuerza incontrolada frente a la que no puede hacerse nada. Se rige por normas e ins-

tituciones que reflejan opciones políticas. Y estas opciones políticas pueden ponerse del lado de los intereses de los débiles, o del de los ricos y poderosos.

"Comercio, no ayuda" vienen reclamando desde 1964 los países en desarrollo para salir de la pobreza. Apoyando ese reclamo nació en Europa la idea del Comercio Justo, con tres objetivos claros:

- ▲ Acabar con la situación de intercambio desigual y la sobreexplotación de los recursos.
 - ▲ Sensibilizar a la sociedad occidental fomentando valores sociales y ecológicos de consumo (consumo responsable).
 - ▲ Ofrecer a los países en desarrollo una vía para recobrar su pulso en la economía contribuyendo a su desarrollo sostenible.
- El Comercio Justo, pues, va más allá de la venta. Su razón de ser está en la promoción de un estilo de vida en el que la persona es lo importante. En estos cuarenta años, gracias al Comercio Justo, muchos agricultores, artesanos, productores... han podido mantenerse dignamente uniéndose en cooperativas; exportando sus productos por los que reciben un precio digno; participando en la toma de decisiones que les afectan directamente; viendo cómo su trabajo revierte en beneficios para su pueblo, su comunidad... sin depender de unas reglas económicas impuestas a miles de kilómetros de sus hogares, que no tienen en cuenta sus necesidades.

Esta vez ES POSIBLE... quiere presentar estos dos modelos de comercio e invitar a tomar partido por los intereses de los débiles. Y para ello es necesario que revisemos nuestros hábitos de consumo y nuestras necesidades. Trabajamos por una globalización que nos beneficie a todos. Especialmente a aquellos que viven en situación de pobreza y exclusión.

"¿Será realmente la meta erradicar la pobreza? ¿No será más urgente erradicar la riqueza que ha hecho posible que hoy sean tantos los pobres?"

Equipo Nitaplan

Contenidos

- La paradoja del Comercio
- Un comercio muy controlado
- La negociación del ALCA
- Los criterios del Comercio Justo
- Así funciona... y así se nota
- ¿Cuánto cuesta una taza de café?
- Para seguir trabajando
- Materiales y lectura
- Por buen camino

¹ Datos tomados del Informe de Intermón-Oxfam "Cambiar las Reglas" (2002)