



## ÍNDICE

Presentación. Comercio Justo: apuesta para el futuro  
y para la maximización del desarrollo humano,  
*Mbuyi Kabunda* 9

### Introducción 15

Consideraciones metodológicas, información secundaria  
y sujetos de estudio 17

Un recorrido por el Comercio Justo 19

¿Retraso del Comercio Justo en el Estado español? 20

La concepción de un movimiento social 21

La dualidad de las organizaciones de Comercio Justo 22

### I. Metodología 25

Introducción, enfoques y metodología 25

Fases del proceso de investigación 25

Sujetos estudiados, herramientas de recolección  
y otras actividades 26

El proceso de recolección de datos 40

Cronología del proceso de investigación por etapas 40

### II. Organizaciones de Comercio Justo 45

Descripción y análisis de la muestra 46

Estructura del Comercio Justo y de las organizaciones 48

El proceso comercial 65



Comunicación información y sensibilización	89
Impacto del Comercio Justo	98
El sello de garantía en Comercio Justo: FLO	101
Acciones futuras para potenciar el movimiento	104
Conclusiones generales y consideraciones	107
<b>III. Las y los consumidores de Comercio Justo</b>	<b>123</b>
Motivaciones para el estudio del consumo	123
Descripción y análisis de la muestra	124
Motivaciones para la compra	131
Frecuencia de compra	136
Tipología de productos	137
Desplazamiento de la demanda	138
Percepción sobre la suficiencia de la oferta	140
Información sobre el Comercio Justo	142
Fuentes de información sobre el Comercio Justo	144
Percepción de impacto	145
Percepción del nivel de accesibilidad	147
Canales alternativos y/o complementarios de distribución minorista	148
Competitividad de los productos	152
Motivos para la predisposición al pago de precios superiores a los del mercado	153
Calidad de los productos	154
Conclusiones generales y consideraciones	155
Ejemplo: ¿En qué porcentaje de desarrollo total del mercado actual nos encontramos? ¿Hay que buscar nuevos mercados?	161
<b>Conclusiones generales</b>	<b>171</b>
Críticas y consideraciones generales sobre el conjunto	172
Políticas, estrategias y tácticas polarizadas	181
La coyuntura del Comercio Justo	185
Alentando a construir	187
A modo de resumen: análisis DAFO	189



## Anexos 195

- Segmentación de las organizaciones de Comercio Justo por provincias 196
- Entidades que otorgan subvenciones para actividades de Comercio Justo 197
- Tipología de productos ofertados por las organizaciones 197
- Argumentos explicativos del nivel de información de los consumidores propios 199
- Propuestas para el desarrollo del Comercio Justo desagregadas 200
- Cruces de datos de las entrevistas a organizaciones 203
- Segmentación de las personas consumidoras por sexo 212
- Segmentación de encuestas a las personas consumidoras por edad 216
- Motivaciones para la compra desagregadas 219
- Listado de organizaciones y tiendas de Comercio Justo 220

## Agradecimientos 233

## Bibliografía e información secundaria 235

- Textos consultados 235
- Páginas web consultadas 237





## PRESENTACIÓN

### COMERCIO JUSTO: APUESTA PARA EL FUTURO Y PARA LA MAXIMIZACIÓN DEL DESARROLLO HUMANO

Mbuyi Kabunda\*

Organización pionera y de vanguardia en la lucha por la transformación del sistema económico dominante o contra la injusticia del sistema internacional de intercambios comerciales en el Estado español, SODEPAZ, conforme a su filosofía fundadora de igualdad de género y de ruptura con la vigente visión androcéntrica del desarrollo, lleva ya más de una década actuando tanto en la elaboración de fundamentos teóricos del Comercio Justo como en la concreción de sus campos de acción y sus bazas en las relaciones entre los pequeños productores empobrecidos del Sur y el mercado internacional o los consumidores del Norte. Es decir, por el equilibrio de las relaciones Norte-Sur, mediante el precio justo de las materias primas como modelo alternativo del actual comercio internacional que genera injusticia, desigualdades y precariedad, pues tanto la Organización Mundial del Comercio (OMC) como el Acuerdo Multilateral sobre la Inversión (AMI) fomentan la «mercantilización de la vida» y la apropiación de los productos locales por las multinacionales, que favorecen la exportación de dichos productos desde los países con déficit alimentario hacia los con sobreproducción alimentaria.

Por lo tanto, SODEPAZ no sólo se ha fijado como principal objetivo la erradicación de las causas del bloqueo del desarrollo del Sur por las inadecuadas y desfavorables condiciones comerciales, sino que además ha utilizado los medios a su alcance y las campañas de opi-

---

\* Mbuyi Kabunda es miembro de SODEPAZ.



nión (prensa, publicaciones, página web, conferencias, tiendas y puntos de venta), para sensibilizar al gran público y promover el Comercio Justo ante los consumidores españoles: la conciliación de la demanda de los productores del Sur y de la de los consumidores del Norte, para el desarrollo humano de los pueblos del Sur. Es decir, la instauración de una economía más humana y menos injusta en contra de la lógica de acumulación capitalista o del beneficio y a favor de redes sociales de apoyo al servicio de las personas.

El ensayo que el lector tiene en su mano es la evaluación crítica de aquellas teorías y prácticas, relacionadas con las de otras organizaciones trabajando en el mismo campo en el territorio del Estado español, un trabajo de información que se quiere el más sencillo posible, para ser asequible al gran número de lectores, sin caer en la simplificación mediante el equilibrio entre datos científicos y análisis políticos, siendo el objetivo participar en la toma de conciencia, lenta y difícil, de la esencia del Comercio Justo: una cuestión de responsabilidad individual, social y colectiva.

En el mismo orden de ideas, las compañías multinacionales que controlan dos tercios del comercio mundial apoyándose en los bajos precios de las comunicaciones, de los derechos aduaneros y sobre la diferencia de sueldos entre los países ricos y los países pobres, fundamentan su estrategia en la división internacional del trabajo, que perpetua la especialización de los países del Sur en la producción de algunos productos con la consiguiente pérdida de su soberanía y seguridad alimentaria. Son instrumentos de dominación más que de desarrollo de los países de la periferia donde se aprovechan de la abundante y barata mano de obra autóctona, explotada y sometida a las condiciones de trabajo infrahumanas, junto al saqueo de los recursos naturales y de riquezas de estos países.

La pertinencia del análisis estriba en la denuncia de los tratos desiguales reservados a los pequeños productores del Norte y los del Sur. Los primeros se benefician de las estructuras de ayuda a la producción y a la comercialización o de las subvenciones, como en el caso de los agricultores europeos, japoneses o norteamericanos; y los segundos apenas tienen un ingreso diario de uno a dos dólares y sin acceso a las subvenciones. La lucha contra la pobreza pasa por la mejora de las condiciones de vida de estos pequeños productores. El principio de solidaridad democrática —objetivo de justicia tanto a los ni-



veles locales como a los internacionales con actuaciones a favor de las más desfavorecidos— es fundamental en el Comercio Justo.

El concepto y la práctica del Comercio Justo, que defiende SODEPAZ, valga la redundancia, consisten en asociar el consumo crítico con el consumo solidario, conceptos elaborados por Euclides André Mance. El primero consiste en desarrollar la conciencia planetaria y responsable en los consumidores llevándoles a no ser cómplices de acciones inhumanas o ecológicamente no sostenibles, comprando los productos ofrecidos por las empresas que explotan a los trabajadores y contribuyen al deterioro medioambiental, es decir la elección y consumo de bienes no sólo en función de su precio y calidad, sino en relación con su origen y las consideraciones ecológicas y éticas. Estar siempre atentos a estos aspectos y no dejarse engañar por la publicidad irresistible y facilidades ofrecidas en las grandes superficies, cuyos productos, a menudo superfluos y prescindibles, favorecen en su origen la opresión y la injusticia y por no respetar las condiciones del trabajo (explotación de trabajadores, mujeres y niños). El segundo estriba en la mejora tanto del bienestar individual como colectivo, mediante el apoyo a la economía solidaria, la de los pequeños productores que han suministrado el producto o el servicio junto al equilibrio ecológico. Es decir, la contribución a la creación de empleos para los pequeños productores asegurándoles la mejora de sus condiciones de vida, o la lucha contra la exclusión social, al tiempo velar por la preservación medioambiental.

El razonamiento que aquí se presenta se inserta en esta línea, pues informa no sólo sobre la ayuda a los productores sobre el terreno, sino también sobre la movilización de los consumidores.

Por lo tanto, la obra es de suma importancia, por ofrecer nuevas visiones y estrategias, y renovados conceptos y criterios, para las actuaciones necesarias: el comprar no por una campaña de publicidad, sino por la mejor calidad del producto, cuyos únicos valores añadidos son los aspectos medioambientales y sociales o meramente para participar en el desarrollo humano del planeta y a la humanización de relaciones comerciales. El objetivo es el justo reparto de riquezas del planeta.

En línea con esta tesis, el presente ensayo combina la investigación empírica sobre el terreno y la indagación teórica, lo que le da un excepcional carácter riguroso y exhaustivo además de la indiscutible



y muy interesante dimensión didáctica con los numerosos cuadros, referencias y ejemplos concretos, para una mejor comprensión del fenómeno estudiado en su totalidad. En esto radica su originalidad, la de hacer un balance global de la situación actual del movimiento de Comercio Justo en el Estado español, poniendo de manifiesto sus sombras y luces, así como los errores cometidos, sin eludir el difícil ejercicio de presentar alternativas o líneas de actuación, estrategias cualitativas y perspectivas, rellenando de este modo un vacío en la materia. Una de las grandes aportaciones del análisis es el enfatizar en lo que es el Comercio Justo y lo que no debe ser, partiendo de las prácticas de las organizaciones españolas que trabajan en este campo.

El Comercio Justo no debe ser una estrategia aislada en la lucha contra las desigualdades Norte-Sur, limitándose únicamente los aspectos económicos y comerciales, sino ha de ser un factor globalizante y totalizante o multifuncional de cambios estructurales, vinculando lo local, lo regional, lo nacional y lo internacional en la perspectiva del desarrollo endógeno y autocentrado o de proximidad de los productores desfavorecidos o excluidos de los países del Sur. De ahí la necesidad de su incorporación en las estrategias de lucha de los movimientos sociales o altermundialistas para «otro mundo posible» u «otros mundos mejores», mediante una reivindicación social transformadora. Dan la voz de alarma sobre la deriva de las organizaciones de Comercio Justo en el Estado español donde, a pesar de la proliferación de asociaciones reclamándose esta práctica, se han realizado lentos avances, e incluso el *statu quo* en cuanto a sus actividades transformadoras se caracteriza por la desunión, la incomunicación, la dominación, la competencia, la baja cooperación y coordinación entre dichas asociaciones, lo que al fin y al cabo termina perjudicando al propio movimiento.

En definitiva, el objetivo es la movilización y reivindicación política para los pequeños productores del Sur, para conseguir el proceso de democracia participativa y de autogestión, junto a la crítica del modelo de comercio internacional y de consumo para los clientes/consumidores del Norte, que han de asumir «una ciudadanía activa, comprometida y responsable». Es decir, un planteamiento lúcido, comprometido con las causas justas, y a veces pesimista, por ser precisamente los autores unos optimistas informados que buscan alguna salida en positivo y algunas alternativas prácticas, para conseguir



una nueva sociedad justa y solidaria, y para liberar a la gente de la dependencia de estas drogas diarias y duras que son el consumismo desaforado y el mercado depredador e insolidario.

El trabajo tiene el mérito de recordar a todos aquellos que están implicados en el movimiento del Comercio Justo y que, consciente o inconscientemente, desconocen sus reglas por rutina o falta de información, que éste es una acción orientada hacia la modificación del comercio internacional mediante la sensibilización de los consumidores del Norte. No se trata de una mera relación comercial, sino de la cooperación y solidaridad entre productores del Sur y consumidores del Norte, que han de dar prioridad a la satisfacción de las necesidades humanas y a la sustentabilidad de la vida en contra de lo antihumano y lo antinatural.

En fin, los autores abordan los diferentes aspectos que justifican y explican el Comercio Justo, y sus derivas y fallos por los movimientos que se reclaman de él, proponiendo las pistas para detener el «declive anunciado» de una práctica solidaria. Una buena síntesis de referencia sobre un tema con problemáticas multidimensionales, y una aportación ineludible en los futuros debates, y sobre todo para comprender los mecanismos del movimiento del Comercio Justo, un concepto muy utilizado pero poco analizado.

