

El comercio justo se presenta como uno de los pilares de una nueva agricultura sustentable, y es, de acuerdo con expertos, una de las principales medidas para enfrentar la pandemia del Covid-19. Lo anterior debido a que desarrollar otro modelo económico que ponga en el centro los derechos de las personas y el cuidado del medio ambiente resulta primordial.

A través de sus acciones, el comercio justo, se ha convertido en un aliado para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), impulsado por la Organización de las Naciones Unidas.

En el Día Mundial del Comercio Justo (fecha instaurada desde 2001) PortaFrutícola.com entrevistó a actores clave en el mundo, que plantearon sus acciones para impulsar el comercio justo como una alternativa de comercialización, orientada hacia una economía justa y sostenible.

**Las respuestas han sido editadas para facilitar su lectura.*



Marion Avril, Gerenta de Impacto Social y Medioambiental en Driscoll's (México)

El comercio justo agrega valor en cualquier industria, pero en particular para la industria hortofrutícola, una de las más demandantes en cuanto a trabajo físico, no sólo agrega valor, sino que aporta un elemento necesario e indispensable para que la producción de alimentos sea un trabajo bien remunerado y sostenible.

Driscoll's es una empresa comprometida con el bienestar de su fuerza laboral y las comunidades de todos los lugares donde opera. Este compromiso nos llevó a establecer nuestras normas laborales globales y trabajar con nuestros productores independientes para mejorar continuamente las condiciones laborales mediante auditorías y planes de mejora de los ranchos.

Sabíamos que podíamos hacer más que eso, por lo que decidimos asociarnos con Fair Trade USA. Su certificación no solo está en línea con nuestras normas laborales globales, sino que además nos da la oportunidad de tener un impacto directo en la comunidad local y las personas que viven y trabajan en la región.

El programa presenta nuevas maneras que nos permiten apoyar los emprendimientos de nuestros productores; empoderar a los trabajadores para que aborden las necesidades de sus comunidades; y permitirles a los compradores dejar un impacto positivo en la vida de las personas que cultivan nuestras berries. Además, tenemos apego estricto a estándares laborales internacionales y nos hacemos cargo de la comercialización de las berries a través de socios minoristas con un alto sentido del comercio justo, retornando a los productores independientes alrededor del 70% de las ganancias y estos a su vez, lo multiplican en toda la cadena de valor del negocio y por supuesto, en las comunidades donde operan.



Juan Carlos Paredes, Presidente de ProHass (Perú)

El valor que entrega el comercio justo a la industria hortofrutícola se da porque permite estar un paso adelante con exigencias existentes o por venir en el corto plazo en los mercados del hemisferio norte con respecto a prácticas de Derechos Humanos y Sostenibilidad. Cada vez es más frecuente la realización de Human Rights Due Dilligence por parte de los retailers, y en el futuro será casi un estándar. Ya en Reino Unido existen nuevas leyes que exigen una debida diligencia a toda la cadena de valor, incluyendo productores, sobre la esclavitud moderna. En Holanda las regulaciones más recientes tienen que ver con trabajo infantil. Todo esto lleva implícito el comercio justo, devolviendo lo que corresponde a cada segmento de la cadena de valor.

En Prohass estamos un paso adelante. Este año estamos elaborando un certificado de conformidad para las frutas de nuestros asociados. No solo en lo referido a los temas de calidad de la fruta, sino también los cumplimientos de normas nacionales y estándares internacionales socio laborales y ambientales. Es algo que queremos proponer a la industria local y que esperamos que tenga acogida con nuestros clientes y que nos puedan ayudar a lograr posicionar la palta peruana en lo más alto de la industria.



Catalina Cuevas, Jefa del Subdepartamento de Sostenibilidad de ProChile (Chile)

El comercio justo se basa en los principios de: condiciones laborales justas y salarios adecuados; no explotación laboral infantil; equidad de género y respecto al medio ambiente. Por lo tanto, el comercio justo plantea relaciones labores y productivas basadas en este triple balance: económico, social y ambiental, esencial para un desarrollo sostenible.

En esa línea, integrar el comercio justo abre mucho más que nuevos mercados, las empresas son más resilientes, soportan mejor las crisis, atraen talentos, mejoran la productividad y pueden gestionar y mitigar sus riesgos de manera prospectiva (no reactiva). Adicional a eso, en el mercado internacional 79% de los consumidores están modificando sus preferencias de compra en función de la responsabilidad social, la inclusión o el impacto ambiental (Capgemini, 2021).

Esto muestra una vinculación entre la sostenibilidad y beneficios para el negocio. Además, no ser sostenible presenta muchos más riesgos especialmente considerando el escenario climático actual.



Comisión de Prensa del Comité Argentino de Arándanos - ABC (Argentina)

La producción de arándanos en Argentina es más natural resultado de suelos arenosos, bien drenados y ricos en materia orgánica y nutrientes. Lo anterior sumado a la baja salinidad del agua que no requiere ningún proceso, resulta en que la producción orgánica puede encontrar las mejores condiciones ambientales para realizarse.

En el NOA por ejemplo entre el 80% y 90% de la producción de arándanos es orgánica o está en vías de certificación.

La tendencia a validar Carbono Neutro y Huella Hídrica son muy valorados por una parte de los consumidores, sobre todo los más jóvenes para los que el producto es mucho más que la fruta que consumen.

En ese sentido, el sector se propuso promover una producción basada en el triple impacto. Con un consumidor consciente de lo que consume y cada vez más responsable ambientalmente, los conceptos de sustentabilidad, integración y economía circular vienen ganando cada vez más relevancia. Además, en Argentina empieza a tomar fuerza la propuesta de Sistema B que apunta a una economía que pueda crear valor integral para el Mundo y la Tierra; promoviendo formas de organización económica que puedan ser medidas desde el bienestar de las personas, las sociedades y la tierra, de forma simultánea y con consideración de corto y largo plazo.

En la actualidad, se está desarrollando en el país el Programa Argentino de Carbono Neutro (PACN) que es un programa privado de adhesión voluntaria cuyo objetivo promueve la consolidación de una marca sustentable para productos de los sectores de alimentos, bebidas y bioenergías argentinos de exportación. Esta marca se logra mediante el trabajo sectorial conjunto sobre metodologías de cuantificación, prácticas de medición, mejora y neutralidad de la huella de carbono hasta la captura del valor económico de las reducciones logradas más allá de los compromisos existentes.



Richard Salazar , Director Ejecutivo, Asociación de Comercialización y Exportación de Banano ACORBANEC (Ecuador)

El comercio justo es una estrategia de comercializar productos como el banano, con el objetivo principal de promover el desarrollo sostenible y reducir la pobreza, asegurándole a los productores, sobre todo a los pequeños el que reciban un precio justo pro sus productos que cubran sus costos de producción y el de proporcionar una prima adicional que se inviertan en proyectos que mejoren la calidad social, el desarrollo económico y

medioambiental.

En el caso del banano se paga un precio mínimo a los productores determinado por la Unidad de Estándares y Precios Fairtrade y es diferente en cada país. Este precio tiene como objetivo asegurar que los productores puedan cubrir sus costos de producción promedio y actúa como una red de seguridad para los agricultores en momentos en que los mercados mundiales caen por debajo de un nivel sostenible.

El comercio justo se base en los siguientes principios: a) Pago de un precio justo.- Esto quiere decir que el pequeño productor debe recibir una ganancia proporcionada a su trabajo, reconociéndole su esfuerzo y dedicación b). Transparencia y responsabilidad.- Los procesos administrativos deben ser correctos y claros; además de velar por establecer relaciones comerciales confiables y justas; c) Creación de oportunidades para productores con desventaja económica, por medio del comercio justo los pequeños productores tienen una apertura al mercado internacional d). Desarrollo de capacidades.- A través de la prima que se obtiene por el Comercio Justo, se busca invertirla en capacitaciones que ayuden al desarrollo de habilidades del personal e) Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.- f) Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación; g) Asegurar buenas condiciones de trabajo; h). Relaciones comerciales más justas; i) Respeto al medio ambiente.- se debe comprobar que no afecta al medio ambiente con el proceso de producción; j). Promoción del comercio justo.



Martina Soto Concha, CEO CampoChange (Chile)

El comercio justo promueve una producción responsable a través del consumo consciente. Y esto se ve reflejado en el mercado internacional, donde aquellas empresas con mayor inversión externa tienen una visión de impacto. La industria agrícola se verá enriquecida abordando el impacto social, económico y ambiental, como pilares fundamentales para la sostenibilidad del negocio en el mediano y largo plazo.

Una de las formas que hace visible el impacto positivo del comercio justo es la trazabilidad.

La cual transparenta el proceso productivo y la distribución agrícola, fomentando así el consumo responsable. Además, permite a la industria reducir sus riesgos en la adquisición, obteniendo productos de calidad que cumplan con los estándares del mercado. De esta forma, se genera un nuevo paradigma de consumo más eficiente y resiliente.

CampoChange, nace frente a la necesidad de generar una cadena de distribución más eficiente y resiliente, basada en prácticas comerciales justas que generen comunicación y organización entre los diferentes actores de la industria alimentaria. Al analizar la realidad de la pequeña y mediana agricultura, nos enfrentamos a una asimetría de información y de recursos, que inciden directamente en la rentabilidad del rubro. Donde los actores fundamentales son los agricultores pequeños y medianos que representan más del 90% de las explotaciones en Chile y Latinoamérica. Su impacto es tal que la producción en la región alimenta al 45% de la población mundial.

CampoChange integra nuevas tecnologías para ponerlas al servicio de la industria, adaptándonos a las necesidades de los agricultores y la evolución de la demanda de alimentos. De esta manera desarrollar diferentes capacidades y herramientas que aportarán en la creación de ecosistemas sustentables, que se adapten al cambio climático, a la escasez de recursos naturales, además de adecuarse a los nuevos mercados emergentes, potenciando así su desarrollo económico y sociocultural.



Ravdeep Jaidka, Vice President and Sourcing Manager of Equal Exchange Produce (Estados Unidos)

El comercio justo es un modelo alternativo al paradigma del comercio convencional ya que brinda a los agricultores acceso y poder en el mercado mundial. Considerando que las granjas de pequeñas escalas forman el modelo agrícola global, el comercio justo beneficia a la industria agrícola: permite construir una economía alimentaria resistente, en donde los agricultores tienen poder.

Sin embargo, el comercio justo integra una modesta participación del mercado. El comercio

justo a través del crecimiento y la resistencia demuestran que es un modelo de comercio alternativo, que valora los principios sociales, medioambientales y económicos viables. A través de precios mínimos, financiamiento de primas sociales y estándares que garantizan protecciones, como condiciones seguras de trabajo. El comercio justo permite la creación de una economía agrícola sostenible, que ubica a las personas y el medio ambiente en su centro.

En Equal Exchange Produce, los principios de sustentabilidad, solidaridad y transparencia del comercio justo están profundamente arraigados en nuestros principios comerciales. El cien por ciento de nuestro abastecimiento se realiza a través de asociaciones a largo plazo con cooperativas de pequeños agricultores, lo que permite a las comunidades y agricultores generar ingresos estables en el tiempo.

En segundo lugar, valoramos la confianza y la transparencia en todas nuestras relaciones en la cadena de suministro. A nivel de abastecimiento, esto incluye negociar los términos del contrato en la mesa junto con los socios productores. Tenemos un alto nivel de transparencia financiera con nuestros socios productores, compartiendo costos, márgenes e información de mercado entre nosotros, lo que nos permite analizar junto los riesgos, desafíos y oportunidades inherentes del mercado.

Por último, nos esforzamos por conectar los extremos, es decir el consumidor y el productor en la cadena de suministro, que, por diseño, permanecen desconectados y fragmentados dentro del sistema alimentario actual. Vemos esto como una parte importante de nuestro trabajo, con el fin de construir una visión y una filosofía compartidas para el tipo de economía alimentaria global que queremos ver.