



**LATIN  
AMERICA**

# WFTO LA NEWSLETTER

## FEBRERO-JUNIO 2022

En los últimos meses, los miembros de WFTO LA se han dedicado a producir productos de alta calidad, proporcionando salarios justos y buenas condiciones de trabajo para sus trabajadores, preservando el medio ambiente y protegiendo las tradiciones locales. ¡Por supuesto, WFTO LA siempre ha estado aquí para dar a conocer su trabajo y participar en campañas internacionales a favor del Comercio Justo en sus redes sociales! ¡Ahora te damos la oportunidad de revisarlo todo y aprender aún más sobre Comercio Justo!

## PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES

### DIA DE LA MUJER



El Día de la Mujer es el 8 de marzo, ¡pero WFTO LA celebró todo el mes! Nuestras organizaciones están llenas de mujeres latinoamericanas fuertes que lideran el movimiento Comercio Justo y luchan por un mundo mejor.

La igualdad de género está en el corazón de Comercio Justo, entonces, ¿qué mejor manera de apoyar la igualdad de género que apoyar Comercio Justo?

## HISTORIA Y ACCIÓN DE LOS MIEMBROS



**¡Nuestras organizaciones ayudan de muchas maneras y han logrado muchos reconocimientos!**

**¿Sabías que Witrál realizó 52 sesiones de capacitación el año pasado y garantizó que el 63% de los artesanos tengan talleres individuales? También tenemos Manos del Uruguay en el que los propios artesanos administran las corporaciones y la organización.**

**Artesol va más allá de trabajar directamente con los artesanos y contribuye a las políticas públicas.**

## FASHION REVOLUTION WEEK



**Para recordar el aniversario del derrumbe del edificio Rana Plaza en 2013, WFTO LA se unió a la campaña de la Fashion Revolution Week.**

**Así que planteamos una simple pregunta a nuestros seguidores: "¿Quién hizo mi ropa?".**

**¡No solo mostrámos quiénes son nuestros trabajadores, sino que también advertimos sobre los daños del Fast Fashion y dimos consejos para comprar ropa de una manera más consciente y sostenible!**

# PRODUCTOS DE LOS MIEMBROS



## CHANKUAP

Chankuap produce jabones y aceites para masajes con productos 100% naturales de la Amazonía Ecuatoriana. Sus productos no son testados en animales.

## CLASSIC ALPACA

Classic Alpaca es una de las principales empresas textiles del Perú.

Su ropa es hecha a mano con fibra de alpaca y mezcla la tradición con la modernidad.



## CHANCHAMAYO HIGHLAND COFFEE

Chanchamayo Highland Coffee produce orgánicamente 200 productos que incluyen café. También participan en el Expotour Sierra-Selva Central que se organiza en Lima, Perú.



# DÍA INTERNACIONAL DEL COMERCIO JUSTO



**¡Este año el tema de las celebraciones del Día Mundial del Comercio Justo fue "Justicia Climática"!**  
**Revelámos cómo nuestras organizaciones se aseguran de que sus métodos de producción no dañen el medio ambiente, los premios que han ganado por sus prácticas sostenibles, lo que más valoran los trabajadores del Comercio Justo y el impacto que tiene el Fast Fashion en el medio ambiente.**

## OTRO TIPO DE PUBLICACIONES



### DÍA DEL TRABAJADOR

**El 1 de mayo celebrámos a nuestros trabajadores que ponen todo su esfuerzo y dedicación en luchar por el Comercio Justo y producir los mejores productos.**

### DIA DE LOS NIÑOS

**En el Día del Niño hablamos del programa "Mano a Mano Para el Desarrollo" de Cojolya. Esto permite que los hijos de los trabajadores continúen sus estudios y tengan éxito en la escuela.**

### INICIATIVAS

**¡Nuestras organizaciones tienen muchas iniciativas! Uno de ellos fue la feria de Comercio Justo "Emprende" en Mall Alto Las Condes en Chile, la cual se llevó a cabo con el apoyo de la Asociación Chilena de Comercio Justo.**

# HISTORIA DE JOSE LUIS CASUSO

**Jose Luis Casuso ha sido voluntario en todo el mundo desde 2010, ¡siempre con mucha alegría y humildad! En los últimos doce años, Casuso ha ayudado a varias organizaciones de Economía Solidaria, incluidos varios miembros de WFTO LA y Fairtrade, a lograr la soberanía digital brindando capacitación no solo sobre cómo usar Wordpress, sino también sobre cómo aprovecharlo al máximo. Durante los últimos cuatro años ha estado en Asia, pero ahora está ayudando a organizaciones en América Latina.**



**Actualmente se encuentra en Guatemala donde ha ayudado a Cojolya a crear un nuevo sitio web, delinear planes de marketing y comunicación y mejorar el diseño de sus catálogos.**

**También ha trabajado con Mujeres con Capacidad de Soñar a Colores que es la primera organización de mujeres con discapacidad en Guatemala. Su objetivo es que esta organización pase de tener un blog a tener un sitio web, para mejorar su presencia digital. Casuso también es responsable del sitio web de WFTO LA y ha ayudado a varios coordinadores nacionales de Comercio Justo.**

# EVOLUCIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN LATINOAMÉRICA

## CASO DE BRASIL



El movimiento brasileño a favor del Comercio Justo comenzó a tomar fuerza en la década de 1990, y al principio, los actores internacionales, especialmente los vinculados a Europa, tuvieron una influencia muy fuerte en la inversión realizada en Comercio Justo (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). Uno de los primeros hitos fue la creación de Artesol en 1998 por la primera dama y antropóloga Ruth Cardoso (Quem Somos?, s.f.). Esta se convirtió en una Organización de la Sociedad Civil de Interés Público en 2002 y, en 2006, se convirtió en la primera organización artesanal en integrar la WFTO (Quem Somos?, s.f.; Santana, 2020).

Sin embargo, los grandes cambios comenzaron en 2001 cuando se organizó en Río de Janeiro el seminario “Comercio Justo y Ético: Reflexiones y Prácticas Regionales”, organizado por la Fundación Friedrich Ebert (Asti, 2019). A partir de aquí, organizaciones públicas, sociedad civil y representantes gubernamentales se unieron para crear FACES do Brasil (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). Este sistema tenía como objetivo ayudar a los productores y organizaciones a obtener la certificación de Comercio Justo y desarrollar el mercado nacional, y este proceso se aceleró con el primer Foro Social Mundial que tuvo lugar en 2001 en la ciudad de Porto Alegre (Vasileva y Reynaud, 2019). En 2004, se oficializó FACES do Brasil, el SEBRAE, que es una entidad privada, pasó a financiar a los productores Fairtrade y se creó la Organización de Productores Familiares Fairtrade y Solidaridad (Vasileva y Reynaud, 2021).

Comercio Justo ganó un nuevo impulso cuando, en 2003, Luiz Inácio Lula da Silva fue elegido presidente de Brasil, porque debido a la fuerte acción de la sociedad civil, el gobierno de Lula da Silva se interesó mucho en el Comercio Justo (Vasileva y Reynaud, 2021; Masson, 2022). Uno de los mayores logros de este gobierno fue la creación del SENAES por parte del Ministerio de Trabajo y Empleo en 2003 (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti 2022; Masson, 2022). Esto se debió en gran parte al impulso de los grupos de interés de las ONG y la sociedad civil (Vasileva y Reynaud, 2021). Liderado por Paul Singer, el SENAES tenía como propósito desarrollar políticas públicas, difundir el Comercio Justo y ayudar en el proceso de comercialización de productos, y sus políticas públicas fueron planificadas e implementadas a través de cuatro Planes Plurianuales (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti 2019 ; Masson, 2022). Al mismo tiempo, se creó la Coordinación General de Comercio y Crédito Justo y Ético (Asti, 2019).

Dos años después, se inició el camino hacia la creación de la SCJS a través de la organización del grupo de trabajo GT-PCCS por parte del SENAES, que se convertiría en un grupo de trabajo interministerial en 2006 (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). Su objetivo era crear un sistema de certificación nacional, promover el Comercio Justo y ayudar a acceder a los mercados (Vasileva y Reynaud, 2021). En 2010 se creó la SCJS mediante Decreto Presidencial N° 7.358, sin embargo, esto solo se celebró oficialmente en 2013 durante la presidencia de Dilma Rousseff y los mecanismos y principios de gestión solo fueron decididos por el Ministerio de Trabajo y Empleo en 2014 (Asti, 2019). En ese año también se creó el Registro Nacional de Empresas de Economía Solidaria para obtener una base de datos sobre la categoría de los participantes de la SCJS (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). La aceleración del proceso se debió a la apertura de una licitación pública por parte del SENAES para construir la SCJS en 2012 (Asti, 2019).

Con respecto a Río de Janeiro específicamente, en 2012 se realizó en esta ciudad la 1.ª Semana Mundial del Comercio Justo y Ético y la 13.ª Conferencia WFTO (Asti, 2019). Posteriormente, en 2015, Río de Janeiro se convirtió en una “Ciudad de Comercio Justo y Ético” gracias a un proyecto de la sociedad civil que fue apoyado por el Ayuntamiento a partir de 2015 (Asti, 2019). En los Juegos Olímpicos de 2016, Río de Janeiro logró nuevamente la distinción de “Ciudad de Comercio Justo y Ético” (Asti, 2019). Sin embargo, en el mismo año se extinguió la secretaría que había sido creada por el Municipio de Río de Janeiro (Asti, 2019).

Esto no es casualidad, ya que fue en 2016 que Dilma Rousseff fue destituida y sucedida por el gobierno de Michel Temer, lo que marcó el inicio de la gran decadencia del Comercio Justo en Brasil (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). Sin embargo, este proceso comenzó a desarrollarse lentamente algo antes (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). SENAES comenzó a tener problemas a nivel financiero y burocrático, especialmente después de 2007, desde 2011 el SEBRAE rara vez financia a los productores de Comercio Justo y, en 2016, la disminución de la inversión en políticas sociales por parte de Dilma Rousseff afectó el Comercio Justo (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019).

Durante el gobierno de Temer, el Comercio Justo se vio aún más impactado (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). En primer lugar, el SENAES fue degradado a la Subsecretaría de Economía Solidaria y su equipo cambió por completo (Asti, 2019). En segundo lugar, la Coordinación General de Comercio Justo y Ético y Crédito pasó a ser solo la Coordinación de Finanzas y Crédito Solidario, por lo que nunca se lanzó la etiqueta pública de Comercio Justo y Ético (Asti, 2019). En tercer lugar, el Ministerio de Trabajo y Empleo se convirtió en una secretaría (Asti, 2019). Finalmente, el FACES de Brasil solo puede enfocarse en sobrevivir y tiene grandes problemas estructurales (Asti, 2019).

El presidente Jair Bolsonaro ha empeorado aún más el estatus del Comercio Justo, ya que SENAES pasó a formar parte del Ministerio de la Ciudadanía y fue prácticamente abandonado, además de que hay un intento de Bolsonaro de proscribir indirectamente el movimiento de Comercio Justo a través de la criminalización de lo social. movimientos (Vasileva y Reynaud, 2021).

En conclusión, Brasil comenzó como pionero e innovador en Comercio Justo. Esto se debe a que los actores, los criterios y todos los mecanismos de regulación y promoción se articularon en una sola estrategia, y esta articulación funcionó bien, tratando de garantizar que el sentido de justicia social no se perdiera en la ejecución de las políticas públicas, se invirtió en la venta de productos Comercio Justo en el mercado interno, se creó un sistema público Comercio Justo, a pesar de la tendencia internacional de crear entidades privadas, hubo transparencia y se crearon nuevas oportunidades y mercados (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019). Es importante resaltar que el movimiento de la sociedad civil fue lo que llevó al gobierno a crear políticas públicas de Comercio Justo, por lo que considero que este proceso de formulación de políticas es de bottom-up.



Sin embargo, el movimiento Comercio Justo ha ido perdiendo fuerza, la sociedad tiene poco conocimiento e interés en Comercio Justo, fue posible cancelar fácilmente los decretos presidenciales, la implementación de las medidas fue a corto plazo, por lo tanto no integral, y los gobiernos de Temer y Bolsonaro pusieron el fin de las acciones realizadas por los gobiernos de Lula da Silva y Dilma Rousseff (Vasileva y Reynaud, 2021; Asti, 2019; Masson, 2022). Por lo tanto, actualmente existen pocos programas de desarrollo a nivel estatal (Masson, 2022).

Es precisamente por la falta de inversión e interés por parte del gobierno que Josiane Masson (2022), quien es directora de comunicación de WFTO LA y directora ejecutiva de Artesol, considera que no existe una plataforma de Comercio Justo en Brasil. Sin embargo, entidades privadas trabajan para desarrollar el Comercio Justo en Brasil y se inspiran en otros países (Masson, 2022). Es importante destacar que, según Josiane Masson (2022), como Brasil tiene mucha diversidad y una gran dimensión, hay muchas necesidades diferentes, lo que hace que el proceso de formulación de políticas sea lento y complejo.

A pesar de lo anterior, Asti (2019) considera que los efectos de las políticas públicas a favor del Comercio Justo aún se sienten, por lo que existe la esperanza de que en el futuro haya un retorno a la inversión en Comercio Justo. Desde la perspectiva de Josiane Masson (2019), para que esto suceda, es necesario generar un debate con los diversos actores involucrados que conduzca a la producción de conocimiento y la creación de nuevas políticas públicas.



# CASO DE CHILE



Las iniciativas de Comercio Justo comenzaron en las décadas de 1970 y 1980 cuando pequeños agricultores que no tenían acceso al mercado internacional se unieron con el apoyo de empresarios cristianos y la Iglesia Católica (Coscione y Mulder, 2017).

Desde entonces, el movimiento Comercio Justo ha estado luchando para lograr que el gobierno chileno apoye Comercio Justo. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de la sociedad civil y las organizaciones, las políticas públicas tienen un efecto principalmente indirecto sobre el Comercio Justo (Soto, 2022).

La institución gubernamental más antigua que incide en el Comercio Justo es CORFO, que fue creada en 1939 y está incorporada al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (Sobre CORFO, s.d.). El mismo objetivo de ayudar a las empresas a ingresar a mejores mercados a través de la implementación de técnicas y protocolos de gestión que mejoren la competitividad y la producción, ayuda a las empresas a obtener la certificación Comercio Justo mediante el cofinanciamiento de asistencia técnica y consultoría (Zulantay, 2017). También incluye un programa de microcrédito y un programa de fortalecimiento cooperativo (Zulantay, 2017).

Todavía en la primera mitad del siglo XX, en 1952, se crea SERCOTEC, que es una sociedad anónima de derecho privado dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuyo objetivo es brindar financiamiento a, por ejemplo, productores para tener un mejor posicionamiento en el mercado (Coscione y Mulder, 2017). Además, en 1962 se creó el Instituto de Desarrollo Agropecuario, que ofrece asesoramiento y financiamiento y promueve el desarrollo tecnológico, económico y social de los pequeños productores (Coscione y Mulder, 2017).

Durante la dictadura de Pinochet se creó PROCHILE en 1974, el cual forma parte del Programa Internacionalización de la Economía Familiar Campesina. PROCHILE creó la Rueda Internacional de Negocios para Cooperativas en 2015, junto con DAES, y esta red incluye a pequeños productores de Comercio Justo (Coscione y Mulder, 2017).

Siete meses después del fin de la dictadura de Pinochet, se creó el FOSIS para combatir la pobreza a través de programas, por ejemplo, vivienda y subsidios (Zambrano, 2013). En 1993, CONADI comenzó a apoyar a los pequeños productores indígenas y ayudarlos a preservar sus tradiciones (Zulantay, 2017). El Ministerio de Energía también ayuda a los indígenas a través del desarrollo de capital humano, la creación de proyectos de generación asociativa y acuerdos de impacto-beneficio (Zulantay, 2017).

En este siglo, comenzó a operar Chile Compra en 2003, que consiste en una plataforma donde se tiene acceso a compradores y proveedores estatales y que incentiva las compras social, económica y ambientalmente responsables (Zulantay, 2017). Posteriormente, en 2014, el DAES, ya mencionado, fue creado por la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño con el objetivo de contar con un organismo que coordine la implementación y desarrollo de las políticas públicas, y su enfoque es concretamente en Comercio Justo, cooperativas y gremios (Zulantay, 2017). Uno de sus proyectos fue la creación de un boletín de difusión de programas públicos, en conjunto con CNCJ-Chile (Coscione y Mulder, 2017).

CNCJ-Chile fue creada en 2015 y tiene varias líneas de acción (Coscione y Mulder, 2017). En cuanto a la difusión del Comercio Justo, en primer lugar, organizan jornadas donde participan diversos actores del Comercio Justo y se difunden casos de éxito del Comercio Justo (Coscione y Mulder, 2017). En segundo lugar, coordina la promoción de la campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo” (Coscione y Mulder, 2017). En tercer lugar, creó un catálogo digital y un sitio web con todas las organizaciones miembros (Coscione y Mulder, 2017). Otro trabajo importante es el establecimiento de alianzas internacionales que ayuden al Comercio Justo, concretamente con la CLAC, con el IICA, la CRDP de la región del Maule, el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (Coscione y Mulder, 2017). Finalmente, ayuda a los pequeños productores a participar en ferias internacionales y trata de convencerlos para crear las corporativas (Coscione y Mulder, 2017).

Otras entidades no gubernamentales, además de las mencionadas anteriormente, son la Asociación Gremial por el Comercio Justo y la ACCJ, que organiza ferias y congresos y tiene vínculos con diversas instituciones gubernamentales (Zulantay, 2017; Cofré, 2022).

La presidenta de ACCJ, Marcela Cofré, cree que el interés del gobierno en Comercio Justo ha aumentado en los últimos diez años, pero la inversión no, y la participación del gobierno en actores no gubernamentales depende en gran medida del gobierno. Además, establece que el origen de las políticas públicas es tanto de abajo hacia arriba como de arriba hacia abajo (Cofré, 2022). Nótese que Marcela Cofre mencionó que el actual gobierno está preocupado por la causa feminista (Cofré, 2022). Sin embargo, a pesar de estar de acuerdo en que el interés del gobierno ha aumentado en los últimos diez años, la directora ejecutiva de Witral, Lorena Soto, cree que la inversión también ha aumentado y que las políticas públicas solo han sido de abajo hacia arriba (Soto, 2022). Se puede concluir que el desinterés mostrado por el gobierno, que se refleja en la falta de políticas públicas, demuestra que este ha sido un proceso de bottom-up. A pesar de ello, ambos defienden que en la práctica se ha avanzado poco y que aún queda mucho trabajo por hacer (Cofré, 2022; Soto, 2022).

En cuanto al impacto de las particularidades culturales de Chile, por un lado, Lorena Soto destacó que el Comercio Justo solo se ve como una forma de ganar más dinero a través de precios más altos y salarios más altos, en lugar de entender el valor del proceso de producción (Soto, 2022). Por su parte, Marcela Cofré se refirió al enfoque que el gobierno de Chile le ha dado a los pueblos indígenas (Cofré, 2022).

Sobre las razones por las que no existe una plataforma de Comercio Justo en Chile, Marcela Cofré mencionó la falta de dinero y voluntad, mientras que Lorena Soto enfatizó que los productos industriales son más valorados que los artesanales y que el sistema económico actual no es propicio para el Comercio Justo (Cofré, 2022; Soto, 2022).

Finalmente, ambas entrevistadas realizaron varias sugerencias para el desarrollo del Comercio Justo en Chile. Por un lado, Lorena Soto advirtió que los productos artesanales deben ser considerados productos rentables, en lugar de creer que su valor es meramente cultural (Soto, 2022). Por su parte, Marcela Cofré, en primer lugar, mencionó las compras públicas y el fomento de las sucursales de las escuelas (Cofré, 2022). En segundo lugar, mencionó la inclusión de programas para postular a fondos públicos y la creación de subsidios para obtener la certificación Fairtrade, ya que esto es costoso (Cofré, 2022). En tercer lugar, indicó la creación de oportunidades y el desarrollo de capacidades (Cofré, 2022). En cuarto lugar, enfatizó que la Feria Nacional de Comercio Justo debe realizarse con mayor frecuencia y que los municipios deben tener estrategias para generar oportunidades para los pequeños productores, siempre y cuando no solo estén revendiendo productos importados que están fuera de la cadena de valor (Cofre, 2022).



# CASO DE ECUADOR



Comercio Justo comenzó en Ecuador con la creación de Salinerito en 1970 (Coscione y Mulder, 2017). En la década de 1980, Camari fue creada por la FEPP, en 1981 y, en 1985, fue creada la MCCH (Coscione y Mulder, 2017). Posteriormente, en 2003, las organizaciones productoras de banano de la provincia de El Oro crearon la CECJ para promover los intereses de los pequeños productores (Coscione y Mulder, 2017).

Sin embargo, los grandes cambios comenzaron en 2007 gracias a la elección presidencial de Rafael Correa, quien adoptó una serie de medidas contra el neoliberalismo al iniciar la “Revolución Ciudadana” que defendía la igualdad, la solidaridad y el trabajo digno y justo (Decker y Clark, 2018; Menon , 2016).

Así, en 2008 se aprobó una nueva constitución que recoge la filosofía del Buen Vivir, que obedece principalmente a la presión de los grupos indígenas, que consiste en no centrarse en la opulencia, sino en la solidaridad, la igualdad, la alegría y la diversidad cultural (Coscione y Mulder, 2017; Vasileva y Reynaud, 2021; Decker y Clark, 2018; Menon, 2016). Así, la Constitución otorga gran importancia al Comercio Justo, al que se refiere directamente, por ejemplo, en los artículos 284, 306 y 336, que dice: “El Estado promoverá y garantizará el comercio justo como medio para acceder a bienes y servicios de calidad, minimizando las distorsiones de intermediación y promoviendo la sostenibilidad”. (Vasileva y Reynaud, 2021; Decker y Clark, 2018).

Así, el Comercio Justo se menciona específicamente en la “Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria”, aprobada en 2011, y en el programa de gobierno 2013-2017 en la parte “Revolución Económica, Productiva y Laboral” (Coscione y Mulder). 2017).

En cuanto a las acciones desarrolladas únicamente a favor del Comercio Justo, estas se iniciaron en 2010 cuando la ex Viceministra de Comercio Exterior del Ministerio de Relaciones Exteriores creó la DCI, la cual desarrolló durante cuatro años la Estrategia de Comercio Justo a través de la inclusión de actores estatales y no estatal (Coscione y Mulder, 2017; Vasileva y Reynaud, 2021; Decker y Clark, 2018). Así, en 2012, la DNI organizó el Primer Encuentro Internacional de Comercio Justo en Cuenca (Coscione y Mulder, 2017; Decker y Clark, 2018). Cabe señalar que en ese año el MRECI también comenzó a trabajar en la articulación de los actores Fairtrade (Coscione y Mulder, 2017).

En la reunión de Cuenca se organizaron mesas de trabajo con el objetivo de identificar las dificultades y necesidades de los diferentes actores, lo que dio como resultado la formulación de una propuesta acorde a las necesidades identificadas y la creación del MTN cuyo propósito sería desarrollar la Estrategia de Comercio Justo de Ecuador (Coscione y Mulder, 2017).

El MTN estuvo integrado inicialmente por comerciantes del Consorcio, que es una plataforma nacional conformada por organizaciones WFTO, académicos, la ONG VECO Andino, organizaciones de pequeños productores de la CECJ, el MRECI, el IEPS (Coscione y Mulder, 2017); Decker y Clark, 2018). Posteriormente, se unieron la Corporación ACE, que es un conjunto de empresas floricultoras certificadas Fairtrade, y el MAGAP (Coscione y Mulder, 2017; Decker y Clark, 2018).

La “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017” tuvo cuatro ejes que se dividieron en dos objetos (Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017, 2014). El primer objetivo fue construir nuevas prácticas de producción y comercialización y nuevas relaciones, todo lo cual debe basarse en la corresponsabilidad, la equidad y la justicia (Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017, 2014).

Este se dividió entre el primer eje, que consistió en fortalecer el marco institucional y normativo del Comercio Justo, y el segundo eje, que consistió en incentivar, promover y difundir el Comercio Justo (Estrategia Ecuatoriana de Comercio Fairtrade 2014 - 2017, 2014). El segundo objetivo fue hacer sostenibles los emprendimientos Fairtrade y mejorar la calidad de vida de los artesanos, trabajadores y pequeños productores (Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017, 2014). Esto se haría mejorando la comercialización, apertura a mercados y procesos productivos, que es el tercer eje, y fortaleciendo la oferta de productos, organizaciones, servicios y empresas Fairtrade, que es el cuarto eje (Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017 , 2014).

En el año 2015 se comenzó a poner en práctica la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017” por parte del Mecanismo Nacional de Fortalecimiento del Comercio Justo y el Comité Especial de Comercio Justo (Decker y Clark, 2018). Esto se hizo a través de cuatro mesas técnicas, que incluyeron actores gubernamentales y no gubernamentales, quienes desarrollaron un Plan de Acción Intersectorial e Interinstitucional (Decker y Clark, 2018; Coscione y Mulder, 2017; Vasileva y Reynaud, 2021). Por un lado, el Mecanismo Nacional para el Fortalecimiento del Comercio Justo está integrado por ministerios cuyas competencias incluyen el Comercio Justo (Decker y Clark, 2018).

Por otra parte, el Comité Especial de Comercio Justo está integrado por el Consorcio de Economía Solidaria y Comercio Justo, el Ministerio de Comercio Exterior, PRO ECUADOR, MAGAP, empresas floricultoras certificadas en Comercio Justo, VECO Andino, IEPS, el Servicio Ecuatoriano de Acreditación, el las empresas Hoja y Pacari y la cooperativa Ethiquable (Decker y Clark, 2018). En marzo de 2017 se elevó a política pública la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017” (Decker y Clark, 2018; Coscione y Mulder, 2017; Vasileva y Reynaud, 2021; Sagrario Angulo, 2016).



Aun teniendo en cuenta los obstáculos que encuentra el Comercio Justo en Ecuador, este es uno de los mayores casos de éxito a nivel mundial, ya que no solo el Comercio Justo está incluido en la Constitución, sino que existen políticas públicas y estrategias concretas que impactan directamente en el Comercio Justo y establecido. estructuras para el desarrollo de Comercio Justo como mesas de trabajo (Vasileva y Reynaud, 2021). Además, ha habido una articulación muy efectiva entre los diversos actores involucrados, y los actores no gubernamentales han estado muy involucrados en la elaboración de estrategias y políticas públicas (Coscione y Mulder, 2017; Vasileva y Reynaud, 2021). A pesar de esto, todo este proceso fue desencadenado por el gobierno de Rafael Correa, por lo que el proceso de formulación de políticas ha sido de top-down.

Una de las iniciativas más importantes del sector privado fue la creación de la plataforma de Comercio Justo “WFTO Ecuador”, en el año 2012, bajo el nombre de “Consortio Ecuatoriano de Comercio Justo” (Sagrario Angulo, 2022). El nombre se cambió en 2019 gracias al reconocimiento de la WFTO por su trabajo, y esta era la primera vez que esto sucedía (Sagrario Angulo, 2022).

Si bien la WFTO Ecuador es completamente independiente y la WFTO Ecuador se autofinancia a través de las organizaciones que la constituyen, sin embargo tiene una estrecha relación con el gobierno y es consultada en el proceso de formulación de políticas (Sagrario Angulo, 2022). Además, ayuda a los productores a mejorar sus procesos productivos, promueve el Comercio Justo y coopera con redes universitarias y campañas de ciudades de Comercio Justo (Sagrario Angulo, 2022). Es en este contexto que Quito será sede de la Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, en octubre de 2022, siendo la primera vez que este evento se realiza en América Latina (Sagrario Angulo, 2022). Cabe señalar que Quito fue la primera capital latinoamericana en lograr la distinción de ciudad por el Comercio Justo (Decker y Clark, 2018). Sin embargo, WFTO Ecuador ha enfrentado dificultades por la falta de innovación, financiamiento, estrategias tecnológicas y visibilidad, además de los obstáculos para la gestión de recursos que genera la forma jurídica de las organizaciones que conforman la WFTO Ecuador (Sagrario Angulo, 2022).

Al ser consultado sobre las razones que llevan a Ecuador a ser uno de los pocos países de Latinoamérica en contar con una plataforma Comercio Justo, Sagrario Angulo (2022) respondió que esto se debe, en primer lugar, a que la WFTO Ecuador cuenta con documentos de conformación de plataforma y legalmente entidades propias y legalmente constituidas. En segundo lugar, todos los miembros son ONG que operan a nivel nacional, tienen un propósito y actividades comunes y confían entre sí (Sagrario Angulo, 2022). En tercer lugar, existe un Plan Estratégico que orienta las actividades y los miembros se reúnen mensualmente (Sagrario Angulo, 2022). Cuarto, participan fuertemente en campañas de Comercio Justo como universidades y ciudades para el Comercio Justo (Sagrario Angulo, 2022).

Finalmente, Sagrario Angulo (2022) destaca que las políticas de Comercio Justo en Ecuador se destacan del resto de América Latina gracias a la Ley de Emprendimiento, la Política Pública de Comercio Justo, la Ley de Economía Popular y Solidaria, ordenanzas locales y resoluciones para la promoción del Comercio Justo, el Manual de Buenas Prácticas Empresariales y el hecho de que existen varias ciudades y universidades para el Comercio Justo (Sagrario Angulo, 2022).



# CONCLUSÃO



En la mayoría de los gobiernos de América Latina, el Comercio Justo está muy poco desarrollado y la mayoría de las políticas públicas tienen un impacto indirecto sobre él. Esto se debe a la falta de interés e inversión por parte de los gobiernos y al poco conocimiento e interés de la población en general.

A través del análisis de los casos de estudio, es posible entender que Ecuador es el caso más exitoso de la región. Si bien los grandes cambios comenzaron por iniciativa del gobierno de Rafael Correa, el desarrollo y éxito de sus iniciativas hasta la fecha se debe en gran parte al involucramiento de actores no gubernamentales.

En cuanto a Brasil, su trayectoria inicial indicaba que se convertiría en uno de los mayores casos de éxito de la región. Sin embargo, desde la década pasada, gran parte del trabajo realizado entre el primer mandato de Lula da Silva y el primer mandato de Dilma Rousseff se ha desmantelado. Su éxito inicial se debió principalmente al ímpetu de los actores no gubernamentales, sin embargo su fracaso se debió a la (falta) de acción gubernamental.

En relación con Chile, el impacto de las políticas públicas en Comercio Justo es principalmente indirecto y el proceso de formulación de políticas ha sido de bottom-up. Esto se debe a la falta de interés e inversión por parte del gobierno, además de la falta de interés y el concepto erróneo sobre el Comercio Justo por parte de la población.

A la luz de lo anterior, es posible concluir que aún queda un largo camino por recorrer en América Latina en materia de Comercio Justo, siendo igualmente importante el involucramiento de actores gubernamentales y no gubernamentales y que la articulación entre ellos es sumamente importante. También es fundamental difundir el Comercio Justo entre la población, que tiene poco conocimiento sobre el mismo, para que lo apoyen.

## **Y ASÍ TERMINAMOS**

**Muchas gracias a ustedes por seguirnos estos últimos meses y por leer este boletín, ¡esperamos que lo hayan disfrutado!**

**Si quieren seguir descubriendo más sobre el Comercio Justo en América Latina, no olviden seguirnos en nuestras redes sociales.**

### **Instagram**

<https://www.instagram.com/wftola/>

### **Facebook**

<https://www.facebook.com/wfto.la/>

### **Twitter**

[https://twitter.com/wfto\\_la](https://twitter.com/wfto_la)

### **Youtube**

[https://www.youtube.com/channel/UCA9Hy\\_PjIIUUxuWUow658MQ](https://www.youtube.com/channel/UCA9Hy_PjIIUUxuWUow658MQ)

# BIBLIOGRAFÍA

Asti, A. (2019) *Fair and Ethical Trade in Brazil Main schemes, producers and exporters in Brazil; Constraints, opportunities and best practices.*

Clarck, P. and Decker, L. (2016) 'Políticas Públicas y Comercio Justo en el Ecuador: el Camino hacia un "País Justo', in *Políticas públicas para el fomento del comercio justo y solidario en América Latina: los casos de Brasil, Ecuador y Colombia.*

Coscione, M. and Mulder, N. (2017) *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible.*

*Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017 (2014).*

Menon, G. (2016) *Dez anos da 'Revolução Cidadã' no Equador: quais perspectivas?," Lutas Sociais, 20(37).*

*Quem Somos? (no date) Artesol.*

Santana, M. (2020) *Trajetória do artesanato brasileiro: perspectiva das políticas públicas.* Universidade de Brasília.

*Sobre CORFO (no date) CORFO.*

Vasileva, V. and Reynaud, D. (2021) *Políticas públicas sobre Comercio Justo.*

Zulantay, C. (2017) *Redes de colaboración para el fomento al Comercio Justo. Caso de Chile.* Universidade do Chile.