

## OPINIÓN



- DESARROLLO SOSTENIBLE, MEDIO AMBIENTE

# Comercio justo: una oportunidad para el retail chileno

- MARCO COSCIONE
- | CONSULTOR DE SOSTENIBILIDAD EN GESTIÓN SOCIAL

- 30 JULIO, 2019

A finales de la década los años ochenta se lanzó en Holanda la primera certificación de calidad de **comercio justo**. Con ella, las organizaciones latinoamericanas de **pequeños productores y organizaciones de la sociedad civil** europea buscaban comercializar café y otros productos alimenticios también en los supermercados, más allá de las tiendas y circuitos asociativos.

Hoy *Fairtrade International* es el sistema de comercio justo global heredero de esa experiencia pionera. *Fairtrade* es la certificación más difusa en el mundo, aunque no sea la única.

En Chile es muy raro encontrar productos de comercio justo en las góndolas de los supermercados. De hecho, **existe una enorme oportunidad para que el retail nacional** incluya enfoques novedosos en su relación con los proveedores, dentro de nuevas y más desafiantes estrategias de sostenibilidad.

Empresas de alcance regional, además, podrían **fomentar el comercio justo sur-sur, entre diferentes países del continente**. En la búsqueda de productores responsables y sostenibles, incluir las certificaciones de comercio justo significaría subir los estándares de compras en los **ámbitos social, económico, ambiental y de los derechos humanos**. No hace falta reinventar la rueda, basta aprovechar las experiencias construidas por los actores del comercio justo durante décadas.

Comenzar con algunos productos como el café, los bananos, la miel, el azúcar o el cacao y los chocolates, nos permitiría conocer la disponibilidad de los consumidores chilenos, individuales e institucionales, hacia unas **compras más responsables y con sentido de justicia**.

Sin embargo, para un supermercado, comercio justo no significa solo comprar a proveedores certificados, sino también establecer relaciones transparentes, de diálogo y a largo plazo con ellos. **Pagar un precio justo a partir del diálogo con los productores**; proporcionar, además, un premio social (sobreprecio) para promover las inversiones comunitarias de las organizaciones productoras y anticipar un 50 o 60% del valor del pedido total, en caso de que los productores así lo requieran.

Estos son **principios fundamentales del movimiento por un comercio justo**.

Como muchos supermercados los aplicaron, tanto en Europa como en otros continentes, lo mismo puede acontecer con el retail chileno.

Los consumidores responsables en Chile hace tiempo estamos esperando los productos de comercio justo en todas las góndolas: productos de la región como los **café** de Perú, Colombia, Brasil o México; los **chocolates** de Ecuador, Panamá o Nicaragua; los **bananos** de Rep. Dominicana, Ecuador o Colombia;

el **azúcar de caña** de Paraguay y Costa Rica; las **piñas** de Costa Rica; la **quínoa** de Perú y Bolivia, solo por mencionar algunos. Y a todos estos podemos sumar productos de comercio justo chilenos: **uva y vinos, nueces, miel, berries, granos, arroz, orégano**, entre muchos otros.

Una alianza estratégica con la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), red de productores del sistema *Fairtrade International* con más de 800 organizaciones miembro en 24 países de la región, puede ser un excelente punto de partida para construir una **estrategia comercial, comunicacional y de incidencia** para promover el consumo de productos alimenticios de comercio justo en Chile.