

# EUTOPÍA-7

Revista de Desarrollo Económico Territorial - N.º 7 - julio 2015



**FLACSO**  
ECUADOR

## EUTOPIA 7

### **Comité editorial**

Luciano Martínez Valle (FLACSO, Ecuador)  
Francisco Rhon Dávila (CAAP/FLACSO, Ecuador);  
Fernando Guerrero Cazar (PUCE, Ecuador)

### **Revista Eutopía hace parte de los siguientes índices**

LATINDEX, Catálogo. Sistema Regional de Información en Línea para  
Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal-México  
DIALNET  
EBSCOhost Online Research Databases  
ASI, Advanced Sciences Index  
DOAJ, Directory of Open Access Journals  
Flacso-Andes- FLACSO-ECUADOR

### **Comité Asesor Internacional**

Giancarlo Canzanelli, PNUD-ART Internacional, Belgium  
Geneviève Cortes, Université de Montpellier 3, France  
Clara Craviotti, FLACSO, Argentina  
Carmen Diana Deere, University of Florida, Estados Unidos  
Arlison Favareto, Universidade do ABC, Brazil  
Bert Helmsing, ISS, Netherlands  
Cristobal Kay, ISS, Netherlands  
Liisa North, York University, Canadá  
Gerardo Otero, Simon Fraser University, Canada  
Juan Pablo Pérez Sáinz, FLACSO, Costa Rica  
Sérgio Schneider, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brazil

Director: Luciano Martínez Valle  
Editora: Sara Gómez de la Torre Arias  
Ilustración de portada: Antonio Mena  
Diseño gráfico: Unidad Editorial FLACSO  
Cuidado de la edición: Diana Vásquez y Ginno Martínez  
Imprenta: Editorial Ecuador

---

© De la presente edición:

### **FLACSO, Sede Ecuador**

La Pradera E7-174 y Diego de Almagro  
Quito, Ecuador  
Telf.: (593-2) 294 6800  
Fax: (593-2) 294 6803  
[www.flacso.org.ec](http://www.flacso.org.ec)  
[www.eutopia.org.ec](http://www.eutopia.org.ec)

ISSN: 1390 5708  
Quito, Ecuador 2015  
1ª edición: Julio, 2015

# Índice

Presentación .....	5-7
TEMA CENTRAL	
<b>América Latina y el sentido originario del comercio justo .....</b>	<b>11-26</b>
Marco Coscione	
<b>Comercio justo, producción cafetalera y sociedad civil en Centroamérica .....</b>	<b>27-37</b>
Carlos Chávez Becker, Silvia Jurado Celis	
<b>Coffee, cooperatives, and choba-choba: the role of non-market labor networks in building equitable supply chains .....</b>	<b>39-55</b>
Noah Enelow	
ESTUDIO DE CASO	
<b>La ciudad brasileña del Comercio Justo: una experiencia pionera en Poços de Caldas .....</b>	<b>59-73</b>
Marcela Barone, Samuel Frederico	
<b>¿Incrustamiento sin espacio? Situando el comercio justo en la industria florícola ecuatoriana .....</b>	<b>75-89</b>
Angus Lyall	
<b>Economía social y comercialización de productos orgánicos en Cusco, Perú. ¿Pasos iniciales en el desarrollo de una estrategia alternativa? .....</b>	<b>91-108</b>
Margaux Girard	

**Economía social y solidaria en clave de desarrollo socio-territorial en Argentina. Conceptos, políticas públicas y experiencias desde la universidad** ..... 109-128  
Rodolfo Pastore y Bárbara Altschuler

CONTRA-PUNTO

**Una crítica vacilante ¿cómo el potencial del comercio justo disminuye con el ‘éxito’?** ..... 131-145  
Ian Hudson y Mark Hudson

**Entre economía social y economía popular: confusiones y desaciertos políticos en el “Ecuador del Buen Vivir”** ..... 147-161  
Diego Martínez Godoy

RESEÑAS

*Peter Utting (Ed.)*  
**Social and Solidarity Economy: Beyond the Fringe** ..... 165-168  
Sonya M. Scott

POLÍTICA EDITORIAL ..... 170-173

# América Latina y el sentido originario del comercio justo

## *Latin America and the original meaning of fair trade*

---

Marco Coscione\*

---

Fecha de recepción: 26 de marzo de 2015

Fecha de aceptación: 8 de junio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1633

### Resumen

El Comercio Justo certificado *Fairtrade* atraviesa hoy en día una importante crisis interna: sus principios originarios parecen cada vez más en riesgo y se mezclan, muy a menudo, con intereses de actores que poco tienen que ver con el compromiso social y de lucha de los que los precedieron. El sentido mismo de las palabras comercio justo puede estar cambiando debido a la entrada de grandes empresas multinacionales cuyo objetivo parece más bien un lavado de imagen. Sin embargo, en este escenario, los pequeños productores latinoamericanos están asumiendo un mayor protagonismo para ir rescribiendo, desde abajo y desde el Sur, las relaciones de poder y las reglas del juego que predominan en los circuitos globales justos.

*Palabras clave:* comercio justo, pequeños productores, América Latina, plantaciones, certificaciones.

### Abstract

The *Fairtrade* certified fair trade lives today an important internal crisis: its original principles seem increasingly at risk and mixed, often, with interests of stakeholders that have little to do with the social commitment and struggle of those who preceded them. The very meaning of the words fair trade may be changing due to the entry of large multinational companies whose purpose seems rather a fairwashing issue. However, in this scenario, Latin American small producers are taking a greater role on rewriting, from below and from the South, power relations and rules that dominate the global fair circuits.

*Key words:* fair trade, small producers, Latin America, plantations, certifications.

---

\* Coordinador de Gestión de Recursos e Incidencia (CLAC). Licenciado en Ciencias Internacionales y Diplomáticas (Universidad de Génova, Italia) y Máster en América Latina Contemporánea (Universidad de Alcalá, España). marco.coscione@gmail.com

## Introducción

Existe una lamentable convergencia de factores que lleva a considerar el comercio justo como una simple venta de productos del Sur, étnicos, casi exóticos. Sin embargo, detrás de una taza de café chapaneco o un banano ecuatoriano, de un precio elevado, justo o más justo, existe un movimiento socio-económico internacional que reivindica justicia económica, social, política y ambiental (Raynolds, Murray y Wilkinson, 2007; Nicholls y Opal, 2005).

En los últimos años, en varias declaraciones oficiales de gobiernos y organizaciones internacionales, se reconoce abiertamente la necesidad de un cambio en los actuales “patrones insostenibles de producción y de consumo” como uno de los “objetivos centrales y requisitos esenciales para el desarrollo sostenible” (ALC-UE, 2008: 4). Es curioso observar cómo estas declaraciones oficiales reflejan mensajes y recomendaciones que gran parte de la sociedad civil organizada viene sosteniendo desde hace mucho tiempo. El movimiento por un comercio justo y solidario es una de estas realidades que, a partir de la segunda postguerra, está originando una nueva manera de entender la producción y el consumo, y de reequilibrar las relaciones comerciales. Sin embargo, sus perspectivas y enfoques no son estáticos y van cambiando.

En este artículo veremos por qué. Esbozaremos los principales pasos históricos recorridos por uno de los actores del movimiento (el sistema *Fairtrade International*), para después analizar el protagonismo que está teniendo América Latina y el Caribe en la defensa del sentido originario del comercio justo: construir un mercado solidario para quienes nunca tuvieron acceso directo y en condiciones justas al mercado; es decir, los pequeños productores organizados y no las empresas tradicionales. Finalmente, intentaremos visualizar algunos caminos posibles para la revalorización del Sur, sus prácticas y sus enfoques, en las relaciones de comercio justo.

Como referencias teóricas tomaremos en consideración autores como: Gendron, Bisailon y Otero Rance (2009) que incluyen el comercio justo en la categoría de *New Social Economic Movements*, obligados a cambiar sus estrategias en las sociedades del capitalismo avanzado; Aimee Shreck (2005), Cotera Fretel (2007) o Frans Van der Hoff (2009), que subrayan la urgencia de re-conceptualizar el modelo del comercio justo a partir, entre otros aspectos, de la actual limitada participación de sus actores del Sur; pensadores como Boaventura de Sousa Santos o Atilio Borón, como referencias generales sobre la necesidad de reescribir nuevos caminos desde el Sur y descolonizar el pensamiento único global impuesto por el “Norte desarrollado”; y el teólogo Leonardo Boff, que nos invita a reflexionar sobre la crisis de nuestra civilización.

## Siete décadas de historia desde las primeras experiencias de comercio justo

Las opiniones de los pioneros del comercio justo coinciden en que estos tipos de relaciones comerciales solidarias comenzaron concretamente en 1946 en Estados Unidos, donde el *Mennonite Central Committee*, con el programa *Self-Help Crafts* (ahora *Ten Thousand Villages*), empezó a importar bordados desde Puerto Rico y donde, siempre a finales de los años cuarenta, *SERRV International* (*Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation*) empezó a tejer relaciones comerciales con varias comunidades marginadas del Sur.

Dos décadas después, en 1964, se celebró en Ginebra el inicio de los trabajos de la *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), al interior de la cual los llamados países no alineados defendieron una visión de desarrollo alternativa. En los trabajos de la UNCTAD, se difundieron las ideas claves de su fundador y primer secretario general, Raúl Prebisch, quien consideraba el subdesarrollo un claro legado del colonialismo y la consecuencia de los intercambios desiguales entre el Norte y el Sur.

Poco a poco, iba perfilándose la necesidad de construir un Nuevo Orden Económico Internacional,<sup>1</sup> para revertir el proceso de empobrecimiento que los países menos adelantados seguían sufriendo a causa de la dependencia económica, tecnológica, financiera y cultural del Norte, del constante y creciente desequilibrio de las balanzas de pagos, así como de la disminución de los precios de las materias primas que exportan, con relación a los productos manufacturados que importan. El programa integrado de materias primas fue una de las primeras apuestas para la concretización de un posible nuevo orden: proponía una serie de acuerdos internacionales sobre diez bienes (café, cacao, té, azúcar, fibras duras, yute, algodón, caucho, cobre y estaño), con “un margen negociado de precios [...] y reservas, combinados con otras medidas” (Hulugalle, 1977: 157). Sin embargo, los acuerdos entre los gobiernos (desde arriba) no tuvieron el éxito esperado,<sup>2</sup> y la idea de un nuevo orden fracasó rápidamente por la hipocresía de los países desarrollados y la poca cooperación Sur-Sur. A partir de ese momento, redes de ciudadanos, asociaciones y ONG, sobre todo en Europa y Estados Unidos, hicieron propio el lema de la UNCTAD (“*Trade, not Aid!*”), empezando a importar productos artesanales sin pasar por intermediarios. Comenzaron a construir, desde abajo, redes comerciales alternativas

1 El NOEI debería haberse fundado sobre tres pilares: a) el cambio de las reglas del comercio internacional desde el punto de vista económico y político, a través de la plena participación de los PED en la elaboración de los nuevos principios (trato preferente y no reciprocidad antes que todo); b) una mayor autonomía económica para complementar y potenciar las economías de los PED (comercio para el desarrollo); c) un tipo de desarrollo “autocentrado” que mire hacia las necesidades y los recursos domésticos, y la cooperación regional (Cantos, 1998: 49-51).

2 Un caso remarcable es seguramente el Acuerdo Internacional del Café que entre 1963-1989 proporcionó cierta estabilidad en las relaciones entre países productores y consumidores. Con el fracaso del acuerdo en 1989, y la profunda bajada de los precios en los mercados internacionales, los pequeños productores encontraron en el precio mínimo de comercio justo la estabilidad esperada.

y solidarias.<sup>3</sup> Desde la segunda mitad de los años 1960 se multiplicaron las tiendas y los programas de cooperación dedicados al comercio justo. A partir de la segunda mitad de los años 1980, nacieron y se consolidaron organizaciones que trabajan casi exclusivamente y profesionalmente en ello, así como las plataformas continentales.

## Max Havelaar: la primera certificación de calidad de comercio justo

En 1988, gracias al empuje y el entusiasmo de los pequeños productores de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI, de Oaxaca, México) y al apoyo de la ONG holandesa Solidaridad, se crea el primer sello de garantía de comercio justo: Max

**Sin embargo, los acuerdos entre los gobiernos (desde arriba) no tuvieron el éxito esperado, y la idea de un nuevo orden fracasó rápidamente por la hipocresía de los países desarrollados y la poca cooperación Sur-Sur.**

---



Havelaar. Esta certificación fue algo muy significativo en el ámbito de las relaciones solidarias entre el Sur y el Norte; abrió el camino también para la certificación *TransFair*, *Fairtrade* y después a un sin número de certificaciones éticas, sostenibles, etc. Según varios pioneros del movimiento por un comercio justo, antes de las certificaciones de comercio justo nadie hablaba de Responsabilidad Social Empresarial, concepto que se desarrolló solo después del éxito de la innovadora certificación Max Havelaar. Además, ésta confirmaba el rol protagónico de los pequeños productores del continente latinoamericano, siempre en primera línea en cuanto a la construcción de caminos económicos alternativos y solidarios.

Los principales objetivos de la certificación eran esencialmente dos: aumentar los volúmenes de ventas de los pequeños productores usando los canales convencionales de las grandes superficies y supermercados; y crear una marca de confianza que los consumidores pudieran reconocer fácilmente entre todos los productos ofrecidos por los canales comerciales tradicionales. Las informaciones relativas a la red comercial solidaria, que el consumidor recibía por parte de los voluntarios y trabajadores en las llamadas Tiendas del Mundo, ahora las proporcionaría también un sello de certificación.

Esta experiencia se difunde rápidamente entre los países europeos y de Norteamérica, hasta 1997, cuando se unifican las diferentes iniciativas nacionales de sello (Max Havelaar y *TransFair*) y se crea la *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO, hoy *Fairtrade*

---

3 Gavin Fridell distingue entre *fair trade network* (una red formal de ONG que conecta productores y campesinos del Sur con sus socios del Norte a través de principios y reglas comerciales justas) y *fair trade movement*, mucho más amplio, que tiene sus orígenes en el periodo entre las dos guerras y que se refiere a todos los intentos de los países del Sur y de las organizaciones internacionales gubernamentales o no gubernamentales para regular el comercio internacional, y entonces empujar el desarrollo de los países menos avanzados (Fridell, 2007: 23).



*International*, FI) que gestiona la certificación *Fairtrade*, la más conocida y usada a nivel internacional. Hoy día, FI está conformada por 22 Organizaciones Nacionales *Fairtrade*, cinco organizaciones que comercializan y promueven los productos *Fairtrade* y dos miembros asociados. A estos miembros se suman las tres redes de productores quienes, según el Libro Blanco de FLO (2007: 6), son el “corazón del sistema” y, actualmente, representan conjuntamente el 50% de los votos de la Asamblea General de FI: *Fairtrade Africa*, anteriormente *African Fairtrade Network* (AFN), la *Network of Asia and Pacific Producers* (NAPP) y la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC).

## La definición de Comercio Justo reconocida internacionalmente

Al contrario del concepto de Economía Solidaria, cuyo origen es propiamente latinoamericano,<sup>4</sup> la definición de comercio justo llega principalmente desde actores europeos. En 2001, FLO, IFAT (*International Fair Trade Association*, actualmente *World Fair Trade Organization-WFTO*), el *Network of European Worldshops* y EFTA, la *European Fair Trade Association*, acordaron una definición común, retomada en 2009 en la “Carta de los Principios del Comercio Justo”:

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (WFTO-FLO, 2009: 6).

Esta definición ha sido cuestionada sobre todo desde el Sur, por no subrayar el enorme potencial de transformación y construcción desde abajo que el comercio justo representa en cuanto catalizador de un modelo de desarrollo más humano, más sostenible, más respetuoso y en armonía con la naturaleza. El continuo planteamiento de nuevas perspectivas ha llevado a los latinoamericanos a considerar, en palabras de Alfonso Cotera Fretel, una perspectiva más “integrada o auto-centrada”, a través de la cual se entienda que el comercio justo no es solo “una estrategia de comercialización sino, además, de promoción de la

4 El chileno Luis Razeto, entre otros, lo desarrolló teóricamente a principios de los años 80. “El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad” (Razeto, s.f.).

producción local sustentable, la generación de empleo, relaciones de equidad entre mujeres y hombres y entre generaciones, y de movilización de valores éticos culturales para el desarrollo desde el espacio local” (Cotera Fretel 2007: 106). Desde el Sur, sin embargo, no se critica solamente la definición de comercio justo, sino también sus prácticas concretas. Hoy día, entre los actores que están protagonizando la defensa de los principios originarios del movimiento, como también las propuestas por un nuevo entender y caminar el comercio justo, encontramos la CLAC.

## La CLAC y el sentido originario del comercio justo

Constituida en agosto de 2004, la CLAC es sin duda la más activa de las tres redes de productores del sistema *Fairtrade International*. Representa a más de 620 organizaciones de pequeños productores y asociaciones de trabajadores rurales en 24 países del continente, por un total de 300.000 pequeños productores y trabajadores rurales aproximadamente.

Su presencia en el continente es capilar y, a pesar de las grandes diferencias de visiones y enfoques entre sus miembros, marca un camino a seguir para muchas organizaciones campesinas del todo el mundo. A nivel nacional, la CLAC se articula a través de coordinadoras nacionales: las coordinadoras nacionales representan a las organizaciones certificadas *Fairtrade* en un mismo país, pero también a otras organizaciones de comercio justo; tienen grados de desarrollo diferentes, pero desde la CLAC se está apoyando y fomentando el fortalecimiento de las coordinadoras existentes y la creación de nuevas coordinadoras ahí donde aún no existen. El nivel de las coordinadoras es por excelencia el de la incidencia política: solo articulándose a nivel nacional todas las organizaciones de comercio justo logran posicionar sus intereses y problemas en las agendas públicas y de gobierno. Además de las coordinadoras nacionales, la CLAC fomenta la articulación de los productores de un mismo producto a través de las llamadas redes de producto: por ejemplo, la Red Café, la Red de Banano, la Red de Miel, la Red de Cacao, etc. “Todas las quejas, las preocupaciones o las propuestas de acción”, comentaba Xiomara Paredes, actual Directora Ejecutiva de CLAC, “pasan del productor a la organización a la cual pertenece; de la organización a la coordinadora nacional, en el caso de que exista y sea bien activa, o a la red de producto. De ahí, a la CLAC y, finalmente, al sistema internacional”. Según Xiomara Paredes, la estructura general de la CLAC, con sus coordinadoras nacionales y redes de producto, es adecuada y constituye una de sus mayores fortalezas: “Las coordinadoras nacionales son espacios idóneos para coordinar las actividades a nivel de país, gestionar recursos, implementar proyectos, fortalecer a sus miembros y para hacer incidencia política. Por otra parte, las redes de producto a nivel continental son espacios donde las organizaciones discuten temas de precios, costos de producción, mercado, mercadeo, productividad, calidad” (Coscione, 2012: 73-75).

La historia de la CLAC está hecha de luchas y continuos cuestionamientos al interior mismo del sistema de comercio justo certificado *Fairtrade*. Cuando todavía el sistema de certificación estaba descentralizado y existían más de quince iniciativas nacionales, los productores tenían representación en los consejos de estas iniciativas. Sin embargo, al crearse FLO, los productores del Sur perdieron todo tipo de representación: jurídicamente las iniciativas nacionales del Norte eran las únicas dueñas del sistema centralizado y en las asambleas generales, donde supuestamente se tomaban las decisiones, los productores no tenían voz. La fractura cultural y política entre las iniciativas europeas y norteamericanas y los productores latinoamericanos, africanos y asiáticos, se fue abriendo cada día más: “Para nosotros latinoamericanos”, afirma Víctor Perezgrovas, primer presidente de la CLAC, durante el periodo 2004-2006, y uno de los dos primeros representantes de los productores latinoamericanos y caribeños en la Junta Directiva de FLO (2003-2006), “en las asambleas se toman las decisiones y se marcan las líneas de acción que todos los actores tienen que respetar e implementar. Pero de estas asambleas no parecía salir ningún compromiso firme y nosotros los productores nos sentíamos totalmente excluidos del proceso de toma de decisiones” (Coscione, 2012: 62).

Según Raúl del Águila, presidente de la CLAC por dos periodos consecutivos (2006-2008 y 2009-2010), y también ex miembro de la Junta Directiva de FLO, a pesar de que el Comercio Justo certificado nació en el Sur y por iniciativa de los productores del Sur, con los años, la hegemonía del Norte prevaleció. En cuanto había que empezar a establecer normas y estándares o a fijar precios, empezaban a darse las primeras discrepancias. Y se generó, a mi juicio, una nueva forma de colonialismo desde el Norte. Ironía del caso, los productores aglutinados en la CLAC tendrían que empezar a pelear por cambiar un sistema que ellos mismos fundaron.

Los contrastes entre el sistema internacional FLO y los pequeños productores latinoamericanos se agudizan claramente con la centralización, profesionalización e institucionalización (Gendron, Bisailon y Otero Rance, 2009), en el seno de FLO que, por un lado, habían reducido los encuentros internacionales a encuentros puramente consultivos y, por otro, llevaron a un drástico cambio en el personal: si los fundadores eran personas que provenían de un entorno de activismo social y de lucha solidaria, los actuales miembros y trabajadores de FLO y de varias iniciativas nacionales representan otros intereses y están más ligados a entornos comerciales y empresariales. No hay duda de que este hecho reflejaba un cambio general y más profundo. Con la profundización del neoliberalismo a nivel mundial, cambió

**Si los fundadores eran personas que provenían de un entorno de activismo social y de lucha solidaria, los actuales miembros y trabajadores de FLO y de varias iniciativas nacionales representan otros intereses y están más ligados a entornos comerciales y empresariales.**



el enfoque de una parte importante del comercio justo: *“to gain the support of conventional partners, fair traders have had to abandon their original vision of the network as an alternative trading system based on international market regulation in favor of a more moderate vision aimed at reforming the existing trading system on the basis of voluntary commitments from corporations and consumers”* (Fridell, 2006a: 12). El compromiso es ahora *“radical enough to attract a core*

*group of ethical consumers but not so radical as to alienate a broader base of “semi-ethical” consumers”* (Fridell, 2006a: 14). Este cambio de enfoque debilitó también el activismo social que acompaña el movimiento. Sin embargo, el nuevo milenio parece ofrecernos nuevos caminos y también un renovado activismo político-social, tanto a nivel local como global, que está poniendo en duda las bases del pensamiento único global y de la misma representatividad democrática occidental, entendida como único modelo democrático apto para la exportación. Este nuevo activismo, así como las más interesantes propuestas de alternativas tanto de como al desarrollo, nos llegan desde el Sur, y muy especialmente desde América Latina.

Los nuevos movimientos sociales latinoamericanos están recuperando, desde abajo, el verdadero sentido

de las relaciones humanas y con la naturaleza, y, al mismo tiempo, están generando otro modo de entender la Política, con *P* mayúscula. Creo que las nuevas propuestas que vienen de la CLAC y sus miembros también forman parte de este cotidiano repensar la democracia real, las relaciones Norte-Sur y arriba-abajo.

Si tenemos que resumir de alguna manera los choques económicos, culturales y políticos entre el Sur y el Norte, dentro del sistema del comercio justo, podemos considerar brevemente los siguientes tres puntos:

1. En 2004, FLO decide crear una estructura independiente y más eficiente para manejar la certificación: la certificadora FLO-Cert. A partir de aquel entonces, la estructura madre (FLO) empezó a cobrar los costes de certificación directamente a los productores, cuando anteriormente los pagaban indirectamente los consumidores a través de sus compras solidarias. A los productores no les quedó otra que aceptar el nuevo esquema; sin embargo, exigieron clarificaciones sobre la metodología con la cual se establecían las nuevas cuotas. Las respuestas desde el Norte no fueron convincentes.
2. Asimismo, se mantienen todavía fuertes críticas sobre la forma en que se establecen los estándares y el rol que los pequeños productores asumen en el proceso de comercialización y, más en general, en el sistema global: lo que los miembros de la CLAC proponen, por tanto, es que los estándares se reformulen desde el Sur, desde la realidad

**Los nuevos movimientos sociales latinoamericanos están recuperando, desde abajo, el verdadero sentido de las relaciones humanas y con la naturaleza, y, al mismo tiempo, están generando otro modo de entender la Política, con *P* mayúscula.**



misma de los pequeños productores y sus comunidades. No es que estén en contra de establecer criterios o estándares, pero sí lo están por la forma en la cual se establecen, que todavía parece más una imposición del Norte y no algo establecido conjuntamente entre los diferentes actores del sistema. Es por esta razón que, desde el Sur, se pidió, en parte ya lográndolo, un cambio radical en la gobernanza interna del sistema *Fairtrade International*. En el mes de febrero de 2013, finalmente, los productores lograron el 50% de la propiedad de FI. A este cambio formal, tienen que seguir los cambios concretos en los diferentes procesos de toma de decisión de todos los órganos ejecutivos del sistema. De momento, ya se ha concretizado toda la transición de los servicios y las relaciones con los productores; a partir de enero de 2015, todo el personal operativo presente en América Latina responde directamente a la CLAC y ya no a la dirección central *Fairtrade*.

3. La certificación de las plantaciones representa seguramente la causa de los mayores contrastes entre la CLAC y el sistema FI. La posición global con respecto a ella se basa principalmente en tres razones: 1) los pequeños productores no tendrían capacidad para responder a la creciente demanda del mercado; 2) los trabajadores de las grandes plantaciones viven en condiciones indignas y también necesitan el apoyo de los consumidores responsables; y 3) la entrada de grandes actores privados puede abrir nuevos mercados y favorecer también a los pequeños. A estas consideraciones la CLAC siempre respondió con varios contraargumentos: a) fue justamente para responder a las escasas capacidades de los pequeños productores que nació el comercio justo; hay que seguir trabajando en la creación de capacidades para estos actores; b) registrar nuevas plantaciones no genera nuevas posibilidades de comercio y solo representa una salida rápida a las necesidades de corto plazo del mercado; c) la certificación de las plantaciones no significa mejorar las condiciones de sus trabajadores, para cuya defensa existen otros mecanismos como las legislaciones nacionales y los convenios internacionales; d) certificar plantaciones equivale a mandar la señal de que *Fairtrade International* defiende los intereses de éstas y su histórica tradición de usurpación de tierras en el caso latinoamericano;<sup>5</sup> e) no es el sistema de comercio justo que está aprovechando la entrada de las plantaciones, sino que son las empresas que tienen plantaciones potencialmente certificables las que se están aprovechando del comercio justo sin estar convencidas de los principios del movimiento y sin haber contribuido a su creación y desarrollo; f) “El desarrollo social sustentable es uno de los conceptos centrales del sistema de comercio justo. El desarrollo social va junto con el premio social y los principios de independencia, autogestión y equidad. Se está perdiendo

5 “Las plantaciones no se dan en territorios vírgenes y deshabitados, sino expropiando terrenos a los grupos originarios y a los campesinos. Avalar el modelo de las plantaciones significa debilitar las luchas y las reivindicaciones del campesinado y de las comunidades indígenas en defensa de sus tierras y de sus territorios ancestrales”, afirmaba Víctor Perezgrovas (Coscione, 2012: 101).

esta relación y con ello la batalla con los sellos éticos y de responsabilidad social empresarial” (CLA, 2004: primera parte, 34-35).

El rechazo de la CLAC a la certificación de nuevas plantaciones es rotundo; sin embargo, y ha sido una decisión muy discutida, desde los cambios en los estatutos de FI, la CLAC también representa y apoya a las asociaciones de trabajadores de las plantaciones certificadas, porque finalmente viven muchos de los problemas económicos y sociales que también los productores están viviendo. A pesar de ello, se subraya la diferencia entre un esquema de comercio justo originario (pequeños productores organizados que toman decisiones de manera conjunta en asamblea y son socios de un cooperativa, organización u asociación), que evidentemente cabe dentro de las diferentes expresiones y prácticas de la economía solidaria; y una plantación certificada *Fairtrade*, donde es el dueño privado quien toma las decisiones y los trabajadores responden a estas decisiones, sin ser codueños de la empresa y sin poder establecer los rumbos de la misma. Este esquema, obviamente, no cabe dentro del paraguas de la economía solidaria y no refleja el sentido originario del comercio justo: crear un mercado solidario para dar acceso directo a quienes (pequeños productores) nunca tuvieron acceso directo al mercado, fomentando la asociatividad y el compromiso con el empoderamiento y desarrollo comunitario. Está claro que las empresas privadas siempre tuvieron acceso al mercado; además, trabajan respondiendo a un interés privado y su compromiso con el empoderamiento y desarrollo comunitario es cuestionable porque también responde a intereses privados. Tener programas de responsabilidad social empresarial o repartir el premio de comercio justo entre sus trabajadores no significa gestionar de manera social y solidaria la empresa y sus ganancias, no significa que los trabajadores tengan el control democrático de la empresa y decidan sus rumbos pensando en el bien de sus familias y la comunidad.<sup>6</sup>

Es interesante entender porque acontecieron los cambios mencionados en un sistema que, desde sus inicios, contaba con el protagonismo de los productores del Sur, sobre todo latinoamericanos. Tanto Víctor Perezgrovas como Raúl del Águila coinciden en la importancia del cambio generacional del personal de las iniciativas nacionales y de FLO. Nos contaba Víctor Perezgrovas que durante los primeros encuentros internacionales de la recién nacida FLO (1999-2001), los productores presionaron a las iniciativas nacionales para que llevaran a cabo “campañas más agresivas que permitieran un aumento considerable de las ventas al consumidor [...] pero sin perder la esencia del movimiento”. Sin embargo, las iniciativas nacionales contrataron “a expertos en mercadotecnia, directivos de corporacio-

6 Con relación a este tema, varios autores e investigadores de comercio justo (Fridell, 2006; Grodnik y Conroy, en Reynolds, Murray y Wilkinson, 2007) hablan más bien de “lavado de imagen”: las empresas privadas estarían incursionando el nicho del comercio justo para presentarse “limpias” y comprometidas a los ojos del consumidor promedio quien no detiene la información suficiente sobre los intereses reales de las mismas ni la necesaria capacidad y voluntad para investigarlas. De esta manera no solo estarían recuperando el terreno perdido por sobre otras empresas solidarias comprometidas con el comercio justo, sino que estarían llevando a cabo un proceso de cooptación y debilitamiento de los estándares de la entidad reguladora (“*regulatory capture*” y “*weakening standards*”, en Jaffee y Howard, 2009), para que los intereses de la industria prevalezcan por encima de los de los pequeños productores y comercializadores.

nes multinacionales y de industrias que, lógicamente, sabían de mercado pero no de comercio justo”. Éstos, “se decidieron por el modelo fácil: obligar a los productores a producir productos buenos, bonitos y baratos, a competir entre ellos, a mantenerse divididos (¡divide y vencerás!) y a abrir las puertas a grandes productores” (Coscione, 2012: 99-101), con los cuales era más fácil negociar y comercializar. En este sentido, los miembros de CLAC están trabajando para que el sistema FI regrese al sentido originario del comercio justo: la defensa del pequeño productor en desventaja económica, para acompañarle en su construcción de caminos de desarrollo equilibrado y sostenible para él, su familia y su comunidad, a través de su trabajo y el acceso a los mercados para sus productos.

### Los caminos hacia el futuro

En un interesante artículo publicado en 2009, Frans Van der Hoff, uno de los fundadores de la certificación Max Havelaar, subraya algunos de los más urgentes desafíos del movimiento por un comercio con justicia. Aquí, quiero recordar solo uno de ellos: incrementar sustancialmente las prácticas democráticas al interior de las instituciones de comercio justo, así como dentro de las organizaciones de base de los productores. Gran parte del proceso de innovación del comercio justo tiene que empezar por aprender de las experiencias de los productores del Sur, quienes de verdad están en la posición para entender los problemas reales y no los síntomas: “Los actores del Norte deben aprender a escuchar y respetar el punto de vista de sus socios del Sur. [...] Muchos actores del Norte creen que pueden solucionar los problemas rápidamente. No aceptan que se requiere tiempo para corregir las deformaciones socioeconómicas que el sistema capitalista ha producido durante siglos” (Van der Hoff, 2009: 59, traducción propia). Los productores del Sur saben muy bien que el problema no es la pobreza, sino la falta de control democrático sobre el sistema. “Trasmitir estos mensajes desde la experiencia de los pobres [...] es quizás el legado más importante que el Comercio Justo puede dejar a las futuras generaciones” (Van der Hoff, 2009: 59, traducción propia).

Cuando hablamos de falta de control democrático sobre el sistema, estamos identificando un problema global, a mi juicio el principal problema de todas las crisis que están viviendo nuestras sociedades. Sobre todo una crisis civilizacional, que nos está llevando al caos: “el caos es siempre generativo nos dicen los físicos cuánticos, nunca es caótico, pero para generar tiene que destruir ese orden anterior” (Leonardo Boff en ALAI, 2008: 2 y 30).

**En este sentido,  
los miembros de  
CLAC están trabajando  
para que el sistema  
FI regrese al sentido  
originario del  
comercio justo.**



El comercio justo *Fairtrade* a nivel internacional también se encuentra en una profunda crisis: sus estándares se diluyen cada vez más, se mezclan muy a menudo con intereses poco claros, con actores que poco tienen que ver con el compromiso social y de lucha de los que los antecedieron y los consumidores ya no entienden qué es realmente el comercio justo (Jaffee y Howard, 2009). El sentido mismo de las palabras comercio justo puede estar cambiando. En mi primera publicación sobre comercio justo (*Comercio Justo. Una alianza*

*estratégica para el desarrollo de América Latina*, 2008) empezaba de la siguiente manera: “Oxímoron. Según la Real Academia Española, “combinación en una misma estructura sintáctica de dos palabras o expresiones de significado opuesto, que originan un nuevo sentido”. ¿Ejemplos? Comercio justo, Economía solidaria, Finanzas éticas...” (Coscione, 2008: 9). Dada la actual coyuntura del movimiento internacional, ¿de qué manera la CLAC podrá seguir generando, con sus prácticas y políticas, un nuevo sentido?

**Relacionarse con otras realidades campesinas y solidarias del continente ayudaría a la CLAC en la apuesta por la diversificación de la producción y de la comercialización (uno de los conceptos más clave y al mismo tiempo más olvidados dentro de las prácticas del comercio justo).**

Para responder, por lo menos parcialmente, a esta pregunta, consideraremos los siguientes caminos como propuestas concretas desde América Latina para el futuro aún incierto del movimiento:

1. La defensa del pequeño productor se ha materializado en la creación de una nueva certificación, el Símbolo de Pequeños Productores (SPP),<sup>7</sup> cuyos objetivos principales son: diferenciarse al interior

mismo del comercio justo y abrirse espacios en los mercados locales y nacionales, donde el concepto de comercio justo como estrategia para reequilibrar las injustas relaciones Norte-Sur no tiene el mismo impacto sobre las actitudes del consumidor. Apostar por la dignidad de un producto producido nacionalmente por los más pequeños y vulnerables dentro del mercado, rinde mucho más la idea. Además, el futuro del comercio justo pasa inevitablemente por los mercados nacionales y por las nuevas redes comerciales Sur-Sur. Desde los cambios de los estatutos de la FI, la CLAC ha dejado en mano de las organizaciones de pequeños productores la propiedad de Fundeppo, la Fundación de Pequeños Productores Organizados que gestiona el desarrollo del SPP. En la actualidad se está consolidando, por tanto, la independización de la Fundación y re-direccionar la lucha al interior del sistema global por parte de la CLAC.

2. Diferenciarse al interior del comercio justo y abrirse caminos en los mercados internos son tareas que pueden seguir siendo utópicas sin el apoyo de las instituciones públicas,

<sup>7</sup> Véase: <http://spp.coop/>



del sector privado, de otros movimientos sociales rurales y urbanos, y también del mundo académico. A esta interminable labor de incidencia política tendrá que dedicarse, cada vez más, la CLAC a nivel regional y sus respectivas coordinadoras nacionales a nivel de cada país.

3. En este sentido, las relaciones que establezca la CLAC con la WFTO son, a mi juicio, de fundamental importancia para diferentes fines, entre los cuales: desarrollar estrategias comunicacionales y de incidencia política a nivel nacional y regional, y promover el comercio justo Sur-Sur. Otros actores sociales que podrían involucrarse en un trabajo de red en América Latina son, entre otros: la CLOC (Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo), como referente regional de la red internacional Vía Campesina para todos los temas relativos al desarrollo rural, las reformas agrarias y la soberanía alimentaria; Ripess-Lac, apartado latinoamericano de la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria, en cuyas actividades la CLAC ya está participando; la Alianza Cooperativa Internacional para las Américas, para fortalecer los lazos cooperativistas; la Alianza Social Continental, nacida para contrarrestar el avance del Área de Libre Comercio de las Américas y las otras formas de “neoliberalismo armado” (Borón y Lechini, 2006: 28) y de esquemas comerciales centrados en la generación de riqueza y no en el ser humano y el respeto por la naturaleza; y la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (Relacc), con presencia en casi todos los países de la región.
4. Relacionarse con otras realidades campesinas y solidarias del continente ayudaría a la CLAC en la apuesta por la diversificación de la producción y de la comercialización (uno de los conceptos más clave y al mismo tiempo más olvidados dentro de las prácticas del comercio justo), y por la soberanía alimentaria, cambiando totalmente el enfoque Norte-Sur en el cual se ha basado hasta el momento el sistema internacional de comercio justo. De esta manera, la CLAC podría asumir también la bandera de lucha por la soberanía alimentaria que actualmente defienden, sobre todo, otros actores y otras organizaciones campesinas.
5. Finalmente, la defensa del pequeño productor dentro del sistema de comercio justo pasa también por las decisiones que se tomen en dos particulares ámbitos: la equidad de género y la adaptación de la agricultura a pequeña escala al cambio climático. Con respecto al primero, uno de los problemas fundamentales de las políticas públicas para el desarrollo y la seguridad alimentaria es que “las cuestiones de género [...] se relegan a capítulos aparte sobre la mujer en lugar de ser tratadas como parte integrante de las políticas y la programación” (FAO, 2011: 3). Se suele dar por sentado que las intervenciones en las zonas rurales, para mejorar la productividad o el acceso a los mercados, tienen las mismas implicaciones y las mismas consecuencias tanto para los hombres como para las mujeres. Sin embargo, mejorar los ingresos y el empoderamiento de las mujeres es una de las estrategias más exitosas al momento de abordar el bienestar y el futuro de los

hijos. La CLAC ya está elaborando su propia estrategia continental con un enfoque de género pero también intergeneracional. En relación con el segundo aspecto, desde hace años los pequeños productores de comercio justo dan cuenta de cambios sustanciales en sus entornos y en sus tierras; el impacto para ellos puede ser tan drástico que deben ser considerados como “la primera línea de la crisis climática” (Fairtrade Foundation, 2009: 1). Para dar sostenibilidad a sus economías, es fundamental que los compradores también compartan los riesgos del cambio climático; esto es un punto clave sobre el cual la CLAC está llamando a reflexionar a todos los actores de la cadena. Sin embargo, a los pequeños productores también se les presenta un considerable desafío y la oportunidad de demostrar al mundo entero que lo que podríamos llamar el regreso a un nuevo pasado puede representar la clave más lógica y más eficiente de adaptación al cambio climático y de mitigación de sus efectos negativos.

## Reflexiones finales

Lo explicaba bien Frans Van der Hoff: “Si el conocimiento humano y los avances científicos resultan insuficientes para solucionar este problema, se precisa algo más que solo innovación tecnológica e ingenio. Al final, todo dependerá de nuestra sabiduría. Sabiduría no es lo mismo que conocimiento [...] La sabiduría tiene que ver con la capacidad humana de establecer prioridades, aceptar límites y hacer elecciones” (Van der Hoff y Roozen, 2003: 43-44). Tanto los pequeños productores como las comunidades indígenas pueden mostrarnos el camino que nosotros los occidentales hemos perdido para tomar otro (el del progreso y el crecimiento) que nos ha alejado cada vez más de una relación integral con la madre tierra. Para la mayoría de los europeos sigue prevaleciendo una visión individualista del ser humano, totalmente desconectado de su entorno social y natural: como si el ser humano no fuese parte de la naturaleza, como si ésta y sus recursos le pertenecieran, pudiendo hacer con ella lo que desea. Tomar de ella, sin devolverle nada.

Hoy día se abre un escenario inexplorado, que nos está llevando hacia nuevos equilibrios económicos y geopolíticos internacionales; un Sur Global que emerge siguiendo los viejos patrones del Norte, pero también otro Sur que construye otra realidad. Dentro del movimiento por un comercio justo y solidario también estamos asistiendo al resurgir del Sur y de los productores como actores clave en el escenario Sur-Norte y Sur-Sur. Al reescribir este tipo de relaciones solidarias, los pequeños productores organizados están jugando un papel preponderante. ¿Seguirán estos actores los pasos del viejo y estancado Norte o tomarán otro camino?

La CLAC, a pesar de su joven edad, encarna en sí misma y en su visión de futuro muchas contradicciones y preocupaciones, y está asumiendo el rol protagónico en el nuevo papel del Sur dentro del movimiento internacional por un comercio con justicia. Los rumbos que América Latina trace durante la construcción de este nuevo escenario serán fundamentales.

## Referencias citadas

- ALAI (2008). “Trasfondos de la crisis alimentaria”. Disponible en dirección electrónica <http://alainet.org/es/revistas/516> (visitada 9 de abril de 2015).
- ALC-UE (2008). “Declaración de Lima. Respondiendo juntos a las prioridades de nuestros pueblos”. Disponible en dirección electrónica [http://www.europarl.europa.eu/intcoop/eurolat/cumbres\\_ue\\_alc/lima\\_declaration\\_2008\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/intcoop/eurolat/cumbres_ue_alc/lima_declaration_2008_es.pdf) (visitada 9 de abril de 2015).
- Borón, Attilio y Gladys Lechini (2006). *Política y movimientos sociales en un mundo hegemónico: lecciones desde África, Asia y América Latina* Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Cantos, Eduard (1998). *El porqué del comercio justo*. Barcelona: Icaria.
- CLA (2004). “Memoria de la Quinta Asamblea Regional”. Oaxaca (México): Coordinadora Latinoamericana de Pequeños Productores de Café.
- Coscione, Marco (2012). *La CLAC y la defensa del pequeño productor*. Santo Domingo (Rep. Dominicana): Editorial Funglode.
- Coscione, Marco (2008). *El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Cotera Fretel, Alfonso (2007). “Comercio Justo: una visión desde América Latina”. En *Afirmando prácticas democráticas y estrategias solidarias para un desarrollo sustentable: Memoria del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*, 105-109, Nelda Angulo y Massiel Fernández, compiladores. Lima: Ripess Región Latinoamericana, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (Gresp), y Universidad de La Habana.
- FAO (2011). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2010-2011. Las mujeres en la agricultura: cerrar la brecha de género en aras del desarrollo*, Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations
- Fairtrade Foundation (2009). “Egalité, Fraternité, Sustentabilité. Why the climate revolution must be a Fair Revolution”. Disponible en dirección electrónica <http://www.fairtrade.se/wp-content/uploads/2012/11/Egalite-fraternite-sustainibility.pdf> (visitada 9 de abril de 2015).
- FLO (2007). “Libro Blanco. La revisión de la estrategia del sello de Comercio Justo”. New York: Fairtrade Labelling Organizations International.
- Fridell, Gavin (2007). *Fair Trade Coffee. The prospects and pitfalls of market-driven social justice*. Canadá: University of Toronto Press.
- Fridell, Gavin (2006). “International Solidarity in the Era of Neo-liberalism: Fair Trade North in Comparative Perspective”. Disponible en dirección electrónica <http://www.cpsa-acsp.ca/papers-2006/Fridell.pdf> (visitada 9 de abril de 2015).
- Fridell, Gavin (2006a). “Fair Trade and Neoliberalism. Assessing Emerging Perspectives”. *Latin American Perspectives*, edition 151, vol. 33, n. 6, pp. 8-28.

- Gendron, Corinne, Véronique Bisailon y Ana Otero Rance (2009). "The Institutionalization of Fair Trade: More than Just a Degraded Form of Social Action". *Journal of Business Ethics*, n. 86, pp. 63-79.
- Hulugalle, L. (1977). "La búsqueda de un programa integrado de materias primas". *Nueva Sociedad*, n. 31-32, pp. 154-159.
- Jaffee, Daniel y Philip Howard (2009). "Corporate cooptation of organic and fair trade standards". *Agriculture and Human Values*, vol. 27, n. 4, pp. 387-399.
- Nicholls, Alex y Charlotte Opal (2005). *Fair Trade: market-driven ethical consumption*. London (UK), Thousand Oaks (USA), New Delhi (India): Sage.
- Raynolds, Laura, Douglas Murray y John Wilkinson (eds.) (2007). *Fair Trade: The Challenges of Transforming Globalization*. London: Routledge Press.
- Razeto, Luis (s/f). "¿Qué es la economía solidaria?". Disponible en dirección electrónica <http://www.luisrazeto.net/content/¿qué-es-la-economía-solidaria> (visitada 9 de abril de 2015).
- Shreck, Aimee (2005). "Resistance, redistribution, and power in the Fair Trade banana initiative". *Agriculture and Human Values*, vol. 27, n. 4, pp. 17-29.
- Van der Hoff, Frans (2009). "The Urgency and Necessity of a Different Type of Market: The Perspective of Producers Organized Within the Fair Trade Market". *Journal of Business Ethics*, vol. 86, supplement 1, pp. 51-61.
- Van der Hoff, Frans y Nico Roozen (2003). *Comercio Justo. La historia detrás del café Max Havelaar, los bananos Oké y los tejanos Kuyichi*. Amsterdam: Uitgeverij Van Genneep.
- WFTO-FLO (2009). "Carta de los Principios del Comercio Justo". Disponible en dirección electrónica [http://www.fairtrade-advocacy.org/images/FTAO\\_charters\\_3rd\\_version\\_ES\\_v1.3.pdf](http://www.fairtrade-advocacy.org/images/FTAO_charters_3rd_version_ES_v1.3.pdf) (visitada 9 de abril de 2015).