

Cambios históricos en la *governance* del sistema *Fairtrade*: los productores del Sur ganan voz y protagonismo

Historical changes in the *Fairtrade* system's governance: Southern producers gain voice and prominence

Marco Coscione¹

marco.coscione@gmail.com

Resumen. Desde 1997, año de su fundación, *Fairtrade International* (más conocida como FLO) ha recorrido varios caminos y experimentado notables cambios. En los últimos años, frente a la deriva del principio originario del comercio justo (la defensa del pequeño productor organizado), los productores del Sur, especialmente los latinoamericanos, están impulsando una profunda inversión de rumbo en la gobernanza interna del sistema FLO, para que las tres redes continentales de productores protagonicen realmente el proceso de toma de decisiones al interior del sistema. El propósito de este artículo es proporcionar la visión latinoamericana sobre el escenario actual del sistema FLO y sobre los desafíos futuros del movimiento por un comercio solidario, con justicia y equidad.

Palabras clave: comercio justo, Fairtrade International, pequeños productores, América Latina.

Abstract. Since its foundation in 1997, *Fairtrade International* (better known as FLO) has traveled many roads and undergone remarkable changes. In recent years, because of the drift from the original principle of fair trade (the defense of small producers), Southern producers, especially Latin Americans, are fostering deep changes inside the governance of the FLO system, so that the three producer networks really carry out the decision-making process inside the system. The purpose of this article is to provide the Latin American perspective on the current situation of the FLO system and on the future challenges of the movement for a solidarity trade, with justice and fairness.

Keywords: fair trade, Fairtrade International, small producers, Latin America.

Introducción

Por primera vez desde la conformación de la *Fairtrade Labelling Organizations International* (hoy *Fairtrade International*, FLO), los productores de África, Asia y Latinoamérica representaron el 50% de los votos en la última Asamblea General Anual de la organización (12 de junio de 2013) y se han convertido en "codueños" del sistema. Anteriormente, a los productores tocaban 3 de los 22 votos en la Asamblea; las inicia-

tivas nacionales de certificación concentraban la mayoría y dominaban la *governance* interna y el proceso de toma de decisiones. Por tanto, la voz más representada al interior de FLO seguía siendo la del Norte, mientras que los productores del Sur seguían manteniendo un rol minoritario. Esto ya cambió.

Fue a finales de 2011 cuando los productores lograron el compromiso por parte de todos los actores del sistema de incrementar hasta el 50% su representación en la Asamblea. En el

¹ Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo. Av. El Boqueron, Calle Aya-gualo M-1A, Ciudad Merliot, Santa Tecla, El Salvador. Website: <http://clac-comerciojusto.org/>

anuncio, aunque en muy bajo tono, FLO subrayaba como en el nuevo modelo de propiedad compartida los productores tendrán ahora igual voz en el más importante organismo de representación interna. Faltaba solo la aprobación de los nuevos Estatutos de la Asociación *Fairtrade International*; su publicación oficial a principio de junio de 2013 permitió, por tanto, poner en práctica el nuevo esquema ya a partir de la Asamblea de junio de 2013. “Este es el verdadero empoderamiento”, expresó Marike de Peña, actual presidenta en la Junta Directiva de FLO, y presidenta del Consejo de Directores de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC). A pesar de su joven edad (fue creada en 1997), FLO ha vivido ya varios cambios, los últimos empujados principalmente desde el Sur, desde los mismos productores. En este proceso, la CLAC ha jugado un papel protagónico, desde 2004 (año de su fundación) hasta hoy día. En la nueva asamblea, los productores de América Latina y el Caribe, por parte de CLAC, serán representados por tres productores y un trabajador. Las luchas que han llevado a este nuevo protagonismo han sido largas; sin embargo, han dejado huellas.

En el presente artículo reviviremos, a través de la mirada latinoamericana, algunos momentos históricos del sistema internacional *Fairtrade*, para después analizar los principales contenidos de su estrategia 2013-2015 y ver cómo ésta se inserta en el panorama regional del comercio justo y sus desafíos pendientes.

Para esclarecer las posiciones históricas y presentes de los productores latinoamericanos, tomaremos en consideración la entrevista al primer presidente de la CLAC (llevada a cabo en San Cristóbal de las Casas, Chiapas-México, en 2012, durante la investigación que se concluyó con la publicación del primero y único libro sobre la CLAC, Coscione, 2012); y otra entrevista a Marike de Peña, actual presidenta de CLAC (Coscione, 2013). Asimismo, nos apoyaremos en una publicación histórica de los dos fundadores de la primera certificación de comercio justo (Van der Hoff y Roozen, 2003). Para todos los desarrollos más recientes consideraremos los documentos oficiales de la *Fairtrade International*.

Hacia una mayor participación en el sistema FLO: la experiencia de la CLAC

En mayo de 1985, sentados en un rincón del restaurante de la estación de Utrecht (Holanda), el sacerdote obrero holandés Frans Van

der Hoff, que desde 1973 compartía y trabajaba con las comunidades indígenas de la Región del Istmo (Oaxaca, México), y Nico Roozen, representante de la ONG holandesa Solidaridad, sentaron las bases de la que en pocos años se convertiría en la primera certificación de comercio justo internacional: Max Havelaar.

Los principales objetivos de la certificación eran esencialmente dos: por un lado, aumentar los volúmenes de ventas de los pequeños productores organizados usando los canales convencionales de las grandes superficies y supermercados; por el otro, crear una marca de confianza que los consumidores pudieran reconocer fácilmente entre todos los productos ofrecidos por los canales comerciales tradicionales y no solo por las tiendas especializadas en comercio justo. 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. Nico Roozen recuerda las palabras del productor cafetalero mexicano Isaías Martínez:

[...] que mi cooperativa pueda vender unos dos mil sacos de café a través del circuito comercial alternativo a las Tiendas del Mundo en Europa, es algo magnífico. Por esos sacos recibimos un precio mucho más alto del que jamás nos dieran en el mercado regular. Pero supón que la cooperativa tiene una producción de catorce mil sacos. Dado que la venta a través del circuito alternativo es limitada, nuestros campesinos estarán obligados a vender los doce mil sacos restantes al precio corriente, mucho más bajo, del mercado internacional. Al hacer las cuentas finales, resulta que el efecto de esos dos mil sacos vendidos a un precio justo es prácticamente insignificante para los ingresos anuales de nuestros campesinos. El efecto real del comercio justo no puede reducirse únicamente al factor precio, ya que depende de dos cosas, es decir, precio multiplicado por volumen. Si el volumen es bajo, se trata de una política simbólica. Para nosotros el precio “justo” no es igual al precio real (Van der Hoff y Roozen, 2003, p. 67).

El lanzamiento oficial del Café Solidaridad con el sello Max Havelaar tuvo lugar el 15 de noviembre de 1988, en Holanda: el primer paquete de café tostado de la casa Neuteboom fue presentado al príncipe Claus. De Holanda, la marca de calidad Max Havelaar pasó a Suiza. Pronto, once países europeos empezaron a trabajar de la misma manera para garantizar la venta de productos de comercio justo a través de los supermercados: primero café y después

cacao, chocolate, miel, bananos y té. Durante casi una década, las iniciativas nacionales de sello de comercio justo mantuvieron el papel protagónico; sin embargo, los contrastes y las diferencias entre las iniciativas Max Havelaar por un lado (Holanda, Suiza, Bélgica, Dinamarca, Francia y Noruega) y Transfair por el otro (Alemania, Italia y Austria en Europa, y Canadá, EE.UU. y Japón a nivel internacional) dificultaron una política común. Según los fundadores de Max Havelaar, Frans y Nico, el movimiento por el comercio justo se estaba ganando “un certificado de incompetencia ante el consumidor europeo” (Van der Hoff y Roozen, 2003, p. 129). Fue así hasta el año 1997, cuando las 17 iniciativas de sello decidieron converger para crear la *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO).

Al interior del paraguas internacional representado por FLO, las redes de organizaciones de pequeños productores se iban poco a poco organizando. La CLAC, como dijimos anteriormente, se fundó en 2004. Víctor Pérezgrovas fue el primer presidente de la Junta Directiva de la CLAC (2004-2006) y uno de los dos primeros representantes de los productores latinoamericanos y caribeños en la Junta Directiva de FLO (2003-2006). Su opinión sobre los orígenes de la CLAC es muy valiosa:

Cuando todavía el sistema del Comercio Justo sellado estaba descentralizado y existían más de quince iniciativas nacionales, los productores tenían representación en los consejos de estas iniciativas. [...] Al principio, éramos puros productores de café. Empezamos a convocar las asambleas con cierta regularidad y a trabajar de manera conjunta sobre muchos temas relacionados con el comercio justo. De ahí se constituye la Coordinadora Latinoamericana o CLA (Coscione, 2012, p. 62).

Cuando las iniciativas nacionales de certificación de los países (“consumidores”) del Norte, Max Havelaar y Transfair, decidieron dar vida a FLO (1997) para articularse a nivel internacional y gestionar mejor las relaciones con los productores del Sur, los productores perdieron todo tipo de representación. Sin embargo, se constituyó una asamblea general con participación tanto de las iniciativas nacionales como de los productores:

El proceso de esta asamblea fue muy caótico, y había bastante desorden –afirmaba Víctor a principios de 2012–. No estaba claro quién la dirigía, qué tipo de representación había, si en la asam-

blea se tomaban decisiones vinculantes y se daban mandatos a cumplir. En la primera asamblea promovida por FLO, justo en 1997, año de su fundación, los productores latinoamericanos empezamos a sentirnos ajenos al proceso que se estaba poniendo en marcha (Coscione, 2012, p. 62).

Se desarrolló, sobre todo, una profunda fractura cultural entre los productores latinoamericanos y las iniciativas nacionales europeas. Como relataba Víctor,

Para nosotros latinoamericanos, 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, p. 62).

A pesar de que la primera iniciativa nacional de certificación de comercio justo (Max Havelaar) había nacido como propuesta del Sur para la ampliación del acceso a los mercados del Norte, en la estructura interna del sistema FLO pronto prevaleció la hegemonía del Norte (de la demanda), sobre todo en cuanto a la elaboración de los estándares, la fijación de los precios mínimos y las respuestas a las necesidades del nuevo nicho de mercado; según muchos, hasta se generó una nueva forma de colonialismo. En 1999 tuvo lugar la segunda asamblea FLO desde su creación. En ella, la fractura de la cual habla Víctor se hace evidente y los productores organizan una asamblea propia, a puerta cerrada, sin europeos ni norteamericanos, pero sí con la participación de algunos productores africanos y asiáticos. Esa inconformidad con los primeros pasos de la recién nacida FLO fue, según Víctor, el germen que dio vida a la “rebelde” CLAC.

Después de ese encuentro, FLO transforma las asambleas en foros internacionales, donde no se tomarían decisiones de forma asamblearia: en 2001, en Alemania, tuvo lugar el primero. Ahí se empezó a discutir la representación de los productores del Sur en el sistema FLO y se nombraron los dos primeros representantes latinoamericanos, uno africano y otro asiático. En 2003, durante el Foro de Londres, los representantes de FLO se concentran en el nuevo sistema de certificación que dio vida a la entidad independiente FLO-Cert y, por tanto, en el pago de las certificaciones por parte de los productores. Sin embargo, Víctor resalta tres hechos fundamentales que, en ese momento

histórico, estaban viviendo los productores latinoamericanos y el sistema *Fairtrade* en general:

FLO llevaba ya algunos años de haberse constituido y, poco a poco, se fueron generando contrastes dentro del mismo personal aportado por las diferentes iniciativas nacionales; sobre todo, entre la Junta Directiva los directores de área y el equipo operativo. El staff operativo aún tenía muchas relaciones directas con nosotros los productores, los técnicos tenían experiencias profundas en el terreno y no apoyaban el camino que estaba empezando a recorrer FLO. [...] de los directores y los miembros de la junta, aparte de nuestros dos representantes, no conocía a nadie. Eran personas totalmente ajenas al movimiento. No entendían nuestros problemas, no nos conocían. Esto fue un gran problema (Coscione, 2012, p. 64).

Al dejar el cargo en la Junta Directiva de FLO, Víctor recuerda que en el equipo operativo ya no había ninguna persona conocida: los que más se identificaban con la labor de los pequeños productores habían dejado el trabajo. Para ellos, así como para muchos productores, en solo diez años se había creado un “monstruo” innecesario que poco tenía que ver con el espíritu originario del movimiento. El segundo tema guardaba relación con el acercamiento entre los productores latinoamericanos y africanos:

En Londres, se dio algo extraordinario que asustó aún más a los directivos de FLO y a los representantes de las iniciativas nacionales. Por primera vez, nos pusimos de acuerdo con los africanos. A pesar de que ellos no validaban nuestra manera de actuar (salirse de las reuniones con FLO, por ejemplo), apoyaban los contenidos de nuestras reivindicaciones. Con los asiáticos no había entendimiento, porque nuestro tema central de desacuerdo era la entrada de las plantaciones, y como las plantaciones de té de la India fueron las primeras en obtener la certificación, el diálogo en aquel entonces era prácticamente imposible (Coscione, 2012, p. 65).

Por primera vez, latinoamericanos y africanos adoptaron una declaración conjunta; se trataba de la Declaración de Eastbourne (17 de septiembre de 2003), cuyos ejes centrales fueron: (i) el mercado no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para mejorar las condiciones y la calidad de vida de los pequeños productores, de sus familias y comunidades de origen; (ii) los productores trabajan en el mercado, pero no solo para el mercado; (iii) la misión de FLO es trabajar para el desarrollo de los pequeños productores, por lo que

no debe admitirse la certificación de nuevas plantaciones y tendrá que revisarse el impacto del comercio justo en las plantaciones ya existentes.

El tercer tema que resaltó Víctor, como resultado del Foro de Londres, es el claro mandato que se dieron las organizaciones de productores latinoamericanas y del Caribe para fortalecer la red regional y dar vida a la CLAC. Un año después del foro, durante la Quinta Asamblea Regional de la Coordinadora Latinoamericana (11-13 de agosto de 2004, Oaxaca, México), se formalizó la creación de la CLAC como instancia de representación y coordinación de las diferentes organizaciones latinoamericanas y caribeñas. La Coordinadora Latinoamericana, que agrupaba solo a los productores de café, y la Red PAUAL (Pequeños Apicultores Unidos de América Latina), fueron las dos experiencias pioneras en articulación de productores latinoamericanos de comercio justo.

Desde su nacimiento, la CLAC nunca ha dejado de criticar profundamente y constructivamente la forma en que el sistema FLO se ha desarrollado internamente y se ha alejado de su compromiso originario: la defensa del pequeño productor organizado. El tema de la representación de los diferentes actores e intereses del circuito justo sellado es uno de los más controversiales, pero no el único: la transparencia interna y la falta de comunicación entre productores y compradores son otros claros ejemplos. Otros problemas que han caracterizado las relaciones entre los productores y FLO han sido el pago de la certificación FLO-Cert, la forma en que se establecen los estándares y el rol que los pequeños productores asumen en el proceso de comercialización.

De la misma manera en que se obtuvo la participación del 50% dentro de la Asamblea General, se está reorganizando la participación de los productores en todas las instancias de toma de decisión del sistema FLO, empezando por su Junta Directiva. Marike de Peña, de la organización de pequeños productores Banelino (Rep. Dominicana) y actualmente presidenta de la CLAC, sabe perfectamente que ningún actor del sistema va a lograr por completo lo que de verdad anhela, pero entiende que con los cambios en la gobernanza interna se encontrará un punto intermedio justo: “Aunque para nosotros los ideales de la CLAC son la perfección, FLO sigue siendo la mejor opción en el mercado. Entre estos dos, tenemos que buscar nuestro equilibrio” (Coscione, 2012, p. 112).

FLO y los pequeños productores organizados: ¿cómo reencontrar el camino perdido?

En su marco estratégico “Liberar el Poder de la Mayoría” para los años 2013-2015, FLO (2012) afirma la necesidad de seguir difundiendo, “de manera más amplia”, el modelo de comercio justo tanto con los pequeños productores como con los trabajadores:

Necesitamos liberar el poder de los pequeños productores y trabajadores y de los ciudadanos – y la clave para el cambio es organizarse [...] facilitaremos el empoderamiento de los productores y trabajadores más desfavorecidos, permitiéndoles crear negocios rentables, establecer comunidades prósperas y avanzar hacia un salario digno para todos los trabajadores (FLO, 2012).

A pesar de la presencia neta de los trabajadores en sus planes para el futuro, en el primer punto de esta estrategia 2013-2015² se expresa claramente: “En los sectores cacao, café, azúcar y algodón, sólo trabajaremos con pequeños productores”. Naturalmente se puede leer este enunciado como un claro mensaje a *Fair Trade USA* y al mundo, en cuanto en EE.UU. ya se han abierto las puertas a plantaciones en todos los productos, hasta los más simbólicos y emblemáticos como el café. Además, se declara algo muy importante, que durante años ha sido una crítica constante desde los productores del Sur hacia los importadores del Norte:

Nos centraremos en el fortalecimiento de la organización de los pequeños productores, para facilitarles el desarrollo de su producción y de prácticas comerciales, su organización y su compromiso con las comunidades, el gobierno y los comerciantes. Los grupos de pequeños productores Fairtrade serán modelos de mejores prácticas, que serán ejemplos de cómo los pequeños productores pueden participar de forma muy eficaz y rentable en el comercio. Eso incluye el desarrollo a través de más valor agregado a los cultivos,

el procesamiento, la diversificación, el comercio directo y la propiedad de marcas. Reconocemos que algunas veces los pequeños productores se ven negativamente afectados por la competencia dentro del mismo sistema Fairtrade y para ello desarrollaremos estrategias orientadas a minimizar el riesgo y asegurar el desarrollo de sinergias (FLO, 2012).

Diversificación y mayor valor agregado, dos cuestiones claves si de verdad queremos cambiar las reglas del comercio justo internacional que, aún hoy día, obligan a los países del Sur a producir *commodities* y no les permite el desarrollo de industrias nacionales que puedan agregarle valor a la producción.

En cuanto a las relaciones con los trabajadores de las plantaciones certificadas, FLO declara: “Intensificaremos nuestras relaciones con el movimiento sindical internacional, lo cual nos ayudará a llegar a más trabajadores de manera más eficaz”. La defensa de un salario digno y de condiciones de trabajo dignas se acerca mucho a las reivindicaciones sindicales. En este sentido, FLO (s.f.) seguirá “trabajando en estrecha colaboración con nuestro Comité Consultivo sobre los Derechos de los Trabajadores y profundizaremos aún más nuestra colaboración con los sindicatos”. Como recuerda Rink Dickinson (2011), cofundador y copresidente de *Equal Exchange* (cooperativa estadounidense pionera en comercio justo), los criterios de comercio justo para plantaciones fueron creados por la iniciativa nacional alemana *Transfair Germany* para importar té Darjeeling de la India, rubro en el cual no había muy pocas organizaciones de pequeños productores. Esta decisión fue rechazada fuertemente por las iniciativas Max Havelaar; sin embargo, durante las negociaciones que condujeron al nacimiento de FLO, las plantaciones fueron aceptadas. A quienes está representando el sistema internacional de comercio justo *Fairtrade* son naturalmente las asociaciones de trabajadores, no a los dueños de las plantaciones.³

² Los puntos del marco estratégico 2013-2015 son: (i) Liberar el poder de los pequeños productores; (ii) Liberar el poder de los trabajadores; (iii) Liberar el poder de la ciudadanía y de las empresas; (iv) Liberar el poder de las personas en el sistema *Fairtrade* a nivel mundial.

³ Entrevistada sobre este tema en 2012, Marike de Peña afirmaba: “La CLAC debería asumir la defensa de los trabajadores con una visión propia que coincida con la misión del comercio justo. Por un lado, buscando cada vez mayor empoderamiento, progreso y desarrollo para las mujeres y hombres trabajadores; por el otro, en la medida de lo posible, previniendo las prácticas desleales causadas por las plantaciones. Ya estas prácticas afectan los intereses de los pequeños productores organizados, que son el corazón del sistema. Si queremos lograr un mayor peso en FLO, tenemos que representar tanto a los pequeños productores como a los trabajadores. Solo después de haber asegurado sobre bases sólidas nuestra fuerza como única red de productores latinoamericanos y caribeños del sistema FLO, podremos gestionar los desarrollos del sistema, para que el modelo de plantación solo se difunda en productos y regiones donde los intereses de los pequeños productores no resulten afectados” (Coscione, 2012, p. 102).

Un aspecto muy interesante se trata en el tercer punto de la Estrategia (Liberar el poder de la ciudadanía y de las empresas): FLO hace explícita referencia a la construcción de nuevos mercados, citando los casos de Brasil, China y de la India. Algo “revolucionario” si pensamos en el enfoque Norte/Sur, todavía predominante en los esquemas del comercio justo. Además, se añade: “Queremos innovar a favor del impacto, trabajando más allá de la certificación [...] Incidiremos sobre los gobiernos para que actúen en materia de comercio y en apoyo de los pequeños productores” (FLO, 2012). Notable que desde FLO se empiece a pensar (por lo menos pensar) en un trabajo que vaya más allá de la certificación. Es más: “Cambiamos nuestro enfoque de la certificación del cumplimiento de estándares hacia la certificación a favor del impacto y de resultados en materia de desarrollo” (FLO, 2012). Sin embargo, aún no me queda muy claro lo que esto pueda significar, sobre todo si leo lo que sigue a continuación:

Hasta el año 2015, no abriremos el sistema de certificación a la competencia, volveremos a considerar en 2015 el estatus de exclusividad de FLO-CERT. Sin embargo, trabajaremos cada vez más en asociación y colaboración con otros actores, incluidos otros certificadores (FLO, 2012).

Finalmente, el punto a mi juicio más importante: los cambios en la *governance* interna del sistema FLO, en sus estructuras de toma de decisiones y copropiedad del sistema. En este sentido, FLO afirma que trabajará

cada vez más como sistema global con un plan claro para reducir duplicidades y costes, especialmente en Europa, para realizar de este modo una mayor inversión en nuestro trabajo con los productores y los trabajadores en los países del Sur. Para el 2015 habremos optimizado nuestros servicios (FLO, 2012).

Para ese tipo de reequilibrio interno están luchando las tres redes de productores, sobre todo gracias al empuje protagónico de la CLAC. En junio de 2013, Marike de Peña nos comentaba:

Los servicios a los productores, actualmente suministrados por los Producers' Support and Relations Teams (PSR) van a pasar en un lapso de

2 años a las redes de productores. En estos momentos ya iniciamos el proceso de transición de responsabilidades y el staff de los PSRs y CLAC están en un proceso de integración para trabajar como equipo hasta el cambio de dirección. Las redes asumirán un rol más activo en todo lo relacionado a los servicios a los productores: aumentar la oferta de productos, identificar y apoyar a nuevas organizaciones con capacidad de suplir el mercado Fairtrade, gestionar los recursos, la comunicación de impacto, el desarrollo de los estándares, entre otros (Coscione, 2013).

Es lo que las organizaciones de pequeños productores reclaman hace tiempo: en práctica se trata de rescribir las reglas del comercio justo desde el Sur, desde las perspectivas y las necesidades de los productores. Se trata, en definitiva, de dar un paso hacia adelante, de implementar una transformación que responda a las exigencias de los pequeños productores y, al mismo tiempo, que acompañe los cambios geopolíticos globales en una época en la cual el Sur está asumiendo cada vez más importancia, en contraposición a un claro declive de la “vieja Europa”.

En febrero de 2013, la *Fairtrade Foundation* (del Reino Unido, actualmente una de las más importantes iniciativas nacionales dentro del sistema FLO) publicó el informe “Powering up Smallholder Farmers to Make Food Fair. A Five Point Agenda”, prontamente retomado en mayo del mismo año por la *Fairtrade International*, un mes antes de la aprobación de los nuevos estatutos. En línea con su informe “Small Farmers, Big Solutions” de 2009, la organización de comercio justo británica propone que las políticas alimentarias entren de verdad en la agenda política, con el objetivo de encontrar “mejores soluciones a la locura de nuestro quebrado sistema alimentario” (Fairtrade Foundation, 2013, p. 4).⁴

En esta estrategia, la *Fairtrade Foundation* identifica una agenda de 5 puntos: (i) Los agricultores primero: incrementar la voz, la influencia y la organización de los agricultores; (ii) Compartir de manera equitativa el valor: asegurarse que los agricultores entren plenamente en la cadena de valor y reciban precios justos; (iii) Acceso equitativo al sistema financiero: asegurar el acceso al crédito oportuno y asequible; (iv) Una agricultura a prueba de

⁴ “After decades of neglect, the issues of food security and smallholder agriculture are again starting to receive more serious attention from world leaders and institutions. There are new calls for reinvestment in small-scale farming. Major new private sector sustainability initiatives are seeking to increase the number of smallholders in their supply chains” (Fairtrade Foundation, 2013, p. 5).

futuro: dar prioridad a la agricultura sostenible y la resiliencia climática; (v) Enfocarse en la financiación gubernamental: aumentar y orientar el gasto del gobierno nacional y de los donantes en la agricultura.

Viejos y nuevos estatutos: una breve comparación entre los dos textos oficiales...

Llegados a este punto, y entiendo la necesidad de que sean los mismos pequeños productores los protagonistas de las cadenas comerciales “justas”, es útil ver cómo ha avanzado la *Fairtrade International* en su promoción del rol del pequeño productor. Como anticipábamos en la introducción, el cambio de los Estatutos de la Asociación representa otro paso importante hacia esa dirección. A continuación (Cuadro 1) confrontaremos algunos artículos del anterior texto con los actuales Estatutos.

Estos cambios se dieron gracias al fuerte compromiso de las tres redes continentales de organizaciones certificadas por el comercio justo *Fairtrade*: *Fairtrade Africa*, anteriormente *African Fairtrade Network* (AFN), fundada en Etiopía en 2004; la *Network of Asian Producers* (NAP), fundada en Sri Lanka en 2005 y, naturalmente, la CLAC. Sin embargo, el protagonismo de la CLAC y la “rebeldía” a la cual hacía referencia Víctor Pérezgrovas marcaron decididamente el rol fundamental que el continente latinoamericano está jugando al interior del movimiento internacional por un comercio justo. De hecho, a pesar de representar cerca de la mitad de las organizaciones mundiales certificadas por FLO, la CLAC ha logrado que el 70% de las ventas totales de *Fairtrade International* provengan desde América Latina y el Caribe. Además, la CLAC no es el único actor regional de comercio justo; el continente latinoamericano, donde proliferan las experiencias locales y nacionales de economía solidaria, es rico en organizaciones de comercio justo, tanto certificadas por entidades externas (“por terceros”) como articuladas a través de “Sistemas de Garantía Participativos”. La otra red internacional de comercio justo con presencia en América Latina es la *World Fair Trade Organization* (WFTO)⁵, inicialmente “International Federation for Alternative Trade” (IFAT). Respecto a la *Fairtrade International*, cuyos circuitos comerciales están abiertos casi exclusivamente

a los alimentos (con la excepción de las flores, los balones deportivos, el algodón y dos proyectos pilotos en oro y madera), los productos de las organizaciones que integran la WFTO son principalmente artesanías y textiles.

Los desafíos futuros: una aproximación a partir de la Declaración de Río de Janeiro...

Del 26 al 31 de mayo de 2013, tuvo lugar en Río de Janeiro la “Semana Mundial del Comercio Justo y Solidario”; las actividades fueron organizadas principalmente por la WFTO, sin embargo, en ellas también han participado otras organizaciones de comercio justo y solidario, o que trabajan estrechamente con las organizaciones de pequeños productores. La declaración final (AA.VV., 2013), de hecho, la firmaron las siguientes redes u organizaciones: *Faces do Brasil – Plataforma de Articulação do Comércio Justo e Solidário* y el *Fórum Brasileiro de Economia Solidária* (FBES), en representación de las articulaciones brasileñas de comercio justo y economía solidaria; la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS), y su apartado latinoamericano; la CLAC, como red latinoamericana de organizaciones de productores co-dueñas del sistema *Fairtrade International*; Fundeppo, la Fundación de Pequeños Productores Organizados, Asociación Civil, que gestiona el recién creado “Símbolo de Pequeños Productores”; la Mesa de Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo; el Espacio por un Mercosur Solidario y Cooperativas Sin Fronteras.

Aquí vale la pena analizar los principales mensajes que incluye la declaración final, para intentar vislumbrar los actuales desafíos del movimiento a nivel global, desde una mirada latinoamericana. Las organizaciones firmantes reconocen “que el movimiento de comercio justo y economía solidaria ha crecido y se ha diversificado a nivel mundial” (AA.VV., 2013); y es cierto. No solo la economía solidaria supo abrir brechas en muchos países del mundo, especialmente latinoamericanos, sino que también el comercio justo (que representa solo una expresión de la economía solidaria) ha crecido y se ha fortalecido a nivel internacional. En este proceso de crecimiento y profundización de las relaciones justas y solidarias,

⁵ La página web de la oficina regional para América Latina de la WFTO es: <http://wfto-la.org/>

Cuadro 1. Diferencias significativas para los pequeños productores entre...
Chart 1. Significant differences small producers between...

...el texto revisado en junio de 2011, y...	...el nuevo texto revisado en junio de 2013.	Comentarios
<p>Preámbulo Párrafo 1. “Los miembros de la Asociación, compartiendo una visión de un mundo en el cual el comercio entre las naciones brinda oportunidades para que todas las personas disfruten de un medio de vida sostenible y para desarrollar al máximo su potencial humano, [...]”.</p>	<p>Preámbulo Párrafo 1, primera parte. “La Asociación forma parte de un <i>movimiento internacional de comercio justo</i> que comparte una visión de un mundo en el cual <i>justicia</i> y el desarrollo sostenible forman una parte fundamental de las estructuras y prácticas comerciales, de modo que toda persona, <i>a través de su trabajo</i>, pueda ganarse un sustento digno y adecuado y pueda desarrollar plenamente su potencial humano”.</p>	<p>Tres conceptos claves marcan la diferencia entre los dos textos desde el mismo preámbulo. En el nuevo texto se hace hincapié en que FLO forma parte de un “movimiento” internacional que es necesariamente más amplio y diverso. Se recalca el objetivo de “justicia” de este movimiento y el valor que tiene el trabajo en la construcción de un desarrollo más humano. La dignificación del trabajo es una pieza fundamental.</p>
<p>Párrafo 2. “El Comercio Justo (Fair Trade) promueve formas de comercio basadas en el diálogo, la participación y el respeto, que aspiran a una mayor equidad en el comercio internacional y que contribuyen al desarrollo sostenible de las comunidades marginadas y en desventaja involucradas en la producción y el comercio. Las organizaciones del Comercio Justo, respaldadas por los consumidores, se han comprometido activamente a apoyar a los Productores, a aumentar la conciencia y a realizar campañas para que se cambien las reglas y las prácticas del comercio internacional convencional”. [...]”</p>	<p>Párrafo 1, segunda parte. “El <i>movimiento del comercio justo</i> cree en que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el comercio puede constituir una herramienta fundamental para mitigar la pobreza y aumentar el desarrollo sostenible, pero solo si su gestión se encamina a alcanzar dichos objetivos y si se emplea mayor equidad y transparencia de la habitual en nuestros días. • las personas marginadas y desfavorecidas por las estructuras comerciales convencionales pueden desarrollar la capacidad de <i>conseguir un mayor control sobre su trabajo y sus vidas</i> si se organizan mejor y se les provee de más fondos y ayudas, y pueden asegurarse el acceso a los mercados de gran consumo por medio de condiciones de comercio justo. • las personas y las instituciones de los países desarrollados apoyan dicho comercio <i>si están bien informados</i> y si cuentan con posibilidades para apoyar el cambio y las mejoras. 	<p>El enunciado muy parecido a la definición de Comercio Justo establecida por el grupo F.I.N.E. en 2001, se sustituye con nuevas oraciones sobre las cuales hubo seguramente mayor reflexión por parte de los actores. Sobresalen dos conceptos nuevos: el primero es el “control” de las personas sobre su trabajo y sus vidas. Aquí se retoma la idea fundamental de que los “pobres” saben muy bien que el problema no es la “pobreza”, sino el real control sobre el sistema. El segundo es la necesidad de una buena información. Aquí, a mi juicio, se hace evidente una auto-crítica al sistema FLO y a la certificación <i>Fairtrade</i> que, a causa de su rápido y mal gestionado (o “descontrolado”) crecimiento, no supieron manejar correctamente la comunicación y las relaciones con los consumidores. La consecuencia real fue el desarrollo de distintas (a veces contrapuestas) interpretaciones del sentido originario del comercio justo.</p>
<p>En la parte dedicada a las definiciones se consideran los siguientes términos: “El Sello Fairtrade (Comercio Justo)”, “Las iniciativas del Sello Fairtrade (Comercio Justo)”, “Las Organizaciones de Productores (certificadas Fairtrade – Comercio Justo)”, “Comerciantes”, “Operador”, “Redes de Productores”.</p>	<p>En la parte dedicada a las definiciones se consideran los siguientes términos: Asociación, Junta, Marca, Oficina General, Delegado, Comercio Justo, Marca Comercio Justo, Productores de Comercio Justo, Agricultores y trabajadores, Por escrito, Miembros, Interesados.</p>	<p>Es difícil comentar esta parte; sin embargo, a mi juicio, el anterior texto se centra mayormente en el sello <i>Fairtrade</i>. Además, podemos notar, como entre las definiciones del nuevo texto no encontremos “Las iniciativas del Sello <i>Fairtrade</i>”. Ahora, se hace mayor énfasis tanto en los “trabajadores” como en ciertas funciones de gobernanza interna, como la “Junta” o el “Delegado”.</p>

Cuadro 1. Continuación.
Chart 1. Continuation.

<p>§:2 – Objetivos de la Asociación [...] “2.3 Para lograr estos objetivos los miembros de la Asociación, en estrecha cooperación con otros socios, han desarrollado el instrumento del sellado de Fairtrade (Comercio Justo). Este instrumento facilita la participación de una amplia gama de organizaciones comerciales y sociales en el Comercio Justo y, en consecuencia, un amplio acceso a los principales puntos de distribución de los productos sellados”. [...]</p>	<p>Cláusula 2 – Objetivo de la Asociación [...] Ya no se hace referencia al sello.</p>	<p>Después del enunciado de los objetivos (que se mantiene sustancialmente invariado), el texto anterior expresa claramente que el Sello es el instrumento para lograrlos. En el nuevo estatuto, ese párrafo simplemente no existe. ¿Será este un claro mensaje para decir que una certificación no es todo?</p>
<p>“2.4 Para el cumplimiento de los objetivos, la Asociación se compromete a realizar las siguientes funciones: 2.4.1 Coordinar toda labor relacionada con los <i>criterios para los productos</i> que serán comercializados o los productos que se están vendiendo con el Sello Internacional de Certificación Fairtrade (Comercio Justo), incluso el establecimiento de <i>listas de Organizaciones de Productores certificadas de Fairtrade (Comercio Justo) y de comerciantes</i> y su constante actualización. 2.4.2 Coordinar todo el trabajo relacionado con las Organizaciones de Productores certificadas de Fairtrade (Comercio Justo) y con las organizaciones que solicitan la certificación. 2.4.3 Garantizar que los acuerdos con los comerciantes, y los procedimientos para el seguimiento del cumplimiento de dichos acuerdos por su parte, permiten que los productos incluidos en estos acuerdos porten el Sello Internacional de Certificación Fairtrade (Comercio Justo). 2.4.4 <i>Garantizar una alta calidad</i> que mejorará constantemente <i>para el establecimiento de criterios y el trabajo de certificación</i>, teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo de la Asociación y la necesidad de minimizar los riesgos relativos a su reputación, la de sus miembros y operadores que trabajan con el sistema de certificación. 2.4.5 <i>Aumentar la confianza de los consumidores en el Comercio Justo Fairtrade mediante la propiedad y gestión de las marcas de calidad</i>, incluso todos los asuntos relacionados con la protección jurídica, incluido el mantenimiento de directrices para controlar el uso de las marcas.</p>	<p>“2.3 A fin de lograr estos objetivos, la Asociación trabaja individual y colectivamente y colabora con otros en actividades que incluyen (entre otras): 2.3.1 <i>El establecimiento de estándares para que los agricultores y trabajadores puedan crear y dotar de capacidad a organizaciones que promuevan mejoras económicas, sociales y medioambientales en sus comunidades</i>, así como estándares para la producción sostenible, el desarrollo sostenible y el comercio. Todos los estándares se establecen mediante <i>procesos de consulta con amplia participación de las partes interesadas, en los cuales se tienen en cuenta las diferencias regionales (Estándares de Comercio Justo)</i>. 2.3.2 Permitir a las empresas y a los consumidores identificar productos y proveedores que cumplen los estándares de la Asociación. 2.3.3 Garantizar la certificación de operadores (productores y comerciantes) en base a los estándares de la Asociación. 2.3.4 La creación y el mantenimiento de derechos de propiedad intelectual y de otros instrumentos que generen ingresos que reviertan en favor de los objetivos de la Asociación procedentes de los Estándares de Comercio Justo, de la certificación y de labores de apoyo público. 2.3.5 <i>La prestación y coordinación de servicios de apoyo, principalmente por medio de Redes de Productores</i>, a los Productores de Comercio Justo, Agricultores y Trabajadores así como a agricultores, productores, trabajadores o sus equivalentes que se hayan organizado y que precisen apoyo para obtener o conservar la certificación de Comercio Justo, consolidar su organización, dotar de poder a sus miembros o alcanzar el desarrollo económico, social o medioambiental perseguido.</p>	<p>En esta parte, creo que la diferencia sustancial la marcan los puntos 2.3.1 y 2.3.5 del nuevo texto. En ellos se evidencian cinco temas fundamentales: se establecen estándares para que los agricultores y los trabajadores puedan aportar al desarrollo de las capacidades de sus organizaciones... ... estas organizaciones deben promover mejoras en las comunidades de pertenencia. Los estándares se establecen mediante procesos participativos, en los cuales todas las partes interesadas tienen derecho a expresar su opinión y hacer valer su posición. Los estándares tienen que reflejar las naturales diferencias entre las regiones del mundo. (Parece un claro mensaje al equipo de FLO que, en los últimos años, ha lanzado nuevos estándares y ha certificado nuevos esquemas de producción en ciertas regiones del mundo, queriendo después utilizar los mismos estándares y esquemas de producción en otras regiones, a pesar de las grandes diferencias entre unas y otras).</p>

Cuadro 1. Continuación.
Chart 1. Continuation.

<p>2.4.6 Emprender todo tipo de iniciativas que apoyan y armonizan las actividades de sus miembros y de las Organizaciones de Productores certificadas de Fairtrade (Comercio Justo).</p> <p>2.4.7 Emprender todo tipo de iniciativas afines al fomento del Comercio Justo Fairtrade y de sus ideales fundamentales en general". [...]</p>	<p>2.3.6 <i>Concienciar a los ciudadanos</i> sobre el trabajo de la Asociación y buscar su apoyo, en particular, creando demanda de productos certificados con el sello de Comercio Justo y desarrollando campañas para influir en la política comercial de gobiernos e instituciones internacionales en favor de un comercio más justo.</p> <p>2.3.7 Buscar el compromiso con organizaciones implicadas en el comercio internacional que buscan responder a la demanda de productos de Comercio Justo así como la sostenibilidad y justicia de su cadena de proveedores, y llegar a acuerdos con ellas para que se dediquen a actividades en persecución de los objetivos de la Asociación".</p>	<p>Los servicios a los productores y a los trabajadores serán coordinados y prestados principalmente por parte de las redes de productores. Es el tema del cual nos hablaba anteriormente Marike de Peña.</p>
<p>§:4 – Calidad de Miembro "4.1 La admisión a la Asociación de un miembro de pleno derecho está abierta a las Iniciativas del Sello Fairtrade (Comercio Justo) y a las Redes de Productores que cumplan los criterios concernientes establecidos respectivamente en los artículos §:4-2 y §:4-3, abajo". [...]</p>	<p>Cláusula 4 – Miembros "4.1 Solo podrán ser Miembros de pleno derecho de la Asociación las Organizaciones de Comercio Justo Nacionales/Regionales y las Redes de Productores. No podrá haber más de un Miembro en el mismo territorio del mismo grupo de miembros (Organizaciones de Comercio Justo Nacionales/Regionales de Comercio Justo o Redes de Productores)".</p>	<p>Ya no se habla de "Iniciativas del Sello Fairtrade" sino de Organizaciones de Comercio Justo Nacionales/Regionales. Una vez más, se deja el énfasis anterior en el "sello".</p>
<p>§:7 – Asamblea General de la Asociación "7.1 La Asamblea General es la máxima autoridad de la Asociación y está integrada por todos los representantes autorizados como Miembros de pleno derecho. Los Miembros Asociados tienen condición de observador". [...]</p>	<p>Cláusula 6 – Asamblea General de la Asociación "6.1 La Asamblea General es la máxima autoridad de la Asociación y es el foro a través del cual los Miembros ejercen sus obligaciones y derechos como propietarios de la Asociación. Todos los Miembros tienen el derecho de representación ante la Asamblea General por medio de Delegados a través de sus grupos de afiliación de conformidad con la cláusula 4.1; cada grupo de miembros posee colectivamente el 50% del total de votos, con independencia del número de Miembros o Delegados". [...]</p>	<p>Es aquí, como anunciamos anteriormente que los productores ganan voz y protagonismo. El 50% de los votos en la Asamblea General va a las redes de productores y el otro 50% a las organizaciones de comercio justo nacionales/regionales (las que antes se denominaban Iniciativas Nacionales). A cada Asamblea General, las redes de productores pueden enviar por lo menos 4 delegados cada una: mientras que las organizaciones cubren los gastos de participación de los delegados, para las redes de productores dichos gastos serán cubiertos por la Asociación.</p>

Fuentes: FLO (2013, 2011).

las organizaciones de comercio justo y solidario han venido desarrollando diversas iniciativas [...] sistemas participativos de garantía, verificación de pares, certificación, acreditación, símbolos y marcas propias, que permitan mejorar la retribución económica y social para los y las pequeños(as) productores(as) organizados(as), en la perspectiva de desarrollo autogestionario y sustentable (AA.VV., 2013).

Es aquí, quizás, que aún se presentan las diferencias más sustanciales entre los distintos actores del comercio justo: por un lado, FLO gestiona un proceso de certificación basado principalmente en estrictos estándares a nivel de la producción, mientras que la WFTO pretende certificar a las organizaciones y todo el proceso, a la largo de la cadena justa y solida-

ria, desde la producción hasta el consumidor. Son dos visiones distintas que, naturalmente, han recorrido caminos diferentes, pero que inevitablemente tienen que empezar a trabajar de manera más estrecha.

Como vimos antes, la parte del movimiento global que comercializa productos alimenticios certificados *Fairtrade* se vio obligada a cuestionar su mismo desarrollo y los caminos que ha tomado en los últimos años, por la enorme diversidad interna que lo caracteriza, y por la evolución negativa que ha conocido la organización FLO para responder al rápido crecimiento de un nicho de mercado en continua expansión. La visión estratégica de esta organización, según los pequeños productores latinoamericanos, se ha alejado profundamente de los principios originarios del comercio justo, diluyendo sus estándares y englobando, en sus circuitos, actores que nada tienen que ver (ni quieren tener que ver) con el movimiento social que busca reequilibrar las relaciones comerciales globales y de esta manera redistribuir las riquezas. Estamos hablando de actores como los grandes supermercados globalizados o las plantaciones.

Abrir los canales del comercio justo a los supermercados tradicionales fue la vía para responder a la necesidad de los pequeños productores de colocar cada vez mayores volúmenes de sus productos en los mercados internacionales e integrar al movimiento cada vez más productores. Al mismo tiempo, fue la respuesta a la creciente demanda por productos justos y solidarios. Sin embargo, en noviembre de 1988, cuando se lanzó en Holanda el primer paquete de café con sello Max Havelaar, nadie podía imaginar que los pequeños productores, de actores protagonistas de esta nueva relación justa, se convirtieran en un actor más dentro de un marco comercial que, poco a poco, aceptaría en su interior otros esquemas productivos como las plantaciones o los productores no organizados.

Como hemos visto, desde la creación de la *Fairtrade Labelling Organizations International*, los pequeños productores latinoamericanos no han dejado de cuestionar el sistema global del comercio justo sellado y siempre han propuesto nuevas acciones para ir rescribiendo, desde abajo y desde el Sur, las relaciones de fuerzas y las reglas del juego que predominan

en los circuitos globales “justos”. Es también por estas razones que la Declaración de Rio hace énfasis sobre el aspecto fundamental del enfoque originario del comercio justo. Citando al texto firmado el 29 de mayo, las organizaciones se comprometen a

fortalecer nuestras organizaciones, a través de:
a) *Priorizar el protagonismo de los pequeños(as) productores(as) organizados(as); la relación con los consumidores conscientes, críticos, solidarios, éticos; y el desarrollo de los diversos actores económicos y sociales que actúan en la cadena del comercio justo y solidario (AA.VV., 2013).*

Además de la defensa del pequeño productor organizado, punta de lanza de la CLAC dentro del sistema FLO, la declaración subraya la importancia del rol de los consumidores. Aquí tenemos que hacer una pausa y reflexionar un momento sobre uno de los desafíos futuros del movimiento por un comercio justo. En el caso de los países latinoamericanos, la construcción de un mercado interno de comercio justo, sustentado por “consum-actores” conscientes, activos y responsables, aún parece casi una utopía. No tanto porque estos potenciales actores no existan, sino porque aún no están articulados y no comparten un relato común. Si para los europeos fue relativamente fácil, durante la Guerra Fría y las luchas por la descolonización, construir y alimentar la voluntad global de justicia y construcción de un “Nuevo Orden Económico Internacional”, para muchos países latinoamericanos de hoy día no está muy claro cuál debería ser ese relato.⁶ Sin embargo, los latinoamericanos aún comparten (hoy de nuevo con mucho fervor) esos ideales de participación y protagonismo popular “desde abajo” que la supuesta “tercera vía” ha casi del todo eliminado del panorama europeo.

Por tanto, para crear certificaciones de comercio justo cada vez más participativas, como muchos están defendiendo, es indispensable, a mi juicio, apostar por los mercados internos. Para ello, por un lado, las autoridades tienen que desafiar el *statu quo* y generar políticas públicas en favor de los pequeños productores y artesanos nacionales (en varios países de la región esta tendencia va concretizándose poco a poco); por el otro, las organizaciones de comercio justo tienen que abandonar

⁶ Por esta razón la CLAC prefirió usar el término “Símbolo de Pequeños Productores” y no, para poner un ejemplo, “símbolo de comercio justo”.

gradualmente el comercio basado casi exclusivamente en la exportación de *commodities* y ampliar el abanico de productos, acercándose cada vez más hacia los productos de las canastas básicas. Ambos actores, además, tienen que trabajar para la concientización de los consumidores locales y nacionales. El entramado de organizaciones de economía solidaria y por la autonomía y soberanía alimentaria, que caracteriza muchos países de la región, constituye sin duda el terreno fértil en el cual el comercio justo latinoamericano podrá construir nuevas alianzas estratégicas y moverse hacia esquemas más participativos y centrados en las realidades locales y regionales. Por este motivo, es muy importante otro de los compromisos que se han asumido en Rio de Janeiro:

la "Integración dinámica y concreta con el conjunto del movimiento social, del cual somos parte, que luchan por la defensa de los derechos humanos, la identidad cultural y el territorio, el empoderamiento de las mujeres, la inclusión generacional, el respeto a la diversidad e identidad cultural; la lucha contra las causas del cambio climático y respeto al medio ambiente, la soberanía alimentaria y la lucha por el derecho a la tierra" (AA.VV., 2013).

Este es todavía un punto bastante débil para el comercio justo. A pesar de ser un importante movimiento social internacional, su articulación con otros movimientos sociales de la región es muy escasa. Quizás el movimiento cooperativista represente el principal vínculo, pero las relaciones con los nuevos movimientos sociales es prácticamente inexistente, como lo es la visibilización del comercio justo dentro del panorama de los movimientos sociales. Ese es un asunto pendiente para las ciencias sociales de la región.

En el punto 5 de la Declaración se expresa:

Deseamos que haya mayor participación y control social en los acuerdos y tratados internacionales, bilaterales y multilaterales, que favorezcan y aseguren los derechos de los y las pequeños(as) productores(as) locales organizados(as) y los consumidores en general (AA.VV., 2013).

El control social es la cuestión central de todo proceso de democratización real. En este sentido, la "descolonización" de las prácticas Norte-Sur es de fundamental importancia. En un interesante artículo publicado en 2009, Frans Van der Hoff subraya la necesidad de incrementar sustancialmente las prácticas de-

mocráticas 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 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, p. 59).

La reestructuración de la gobernanza interna del sistema FLO, empujada sobre todo por parte de los pequeños productores latinoamericanos, el fortalecimiento de la CLAC y el lanzamiento de una nueva certificación, el Símbolo de Pequeños Productores, cuyos objetivos principales son la diferenciación al interior de los circuitos justos y la apuesta por los mercados locales y nacionales en los países de la región latinoamericana, representan las nuevas luchas de los pequeños productores organizados de comercio justo certificado *Fairtrade* en América Latina. Por otro lado, el *Sustainable Fair Trade Management System* de la WFTO también representa otro camino. Lo importante es que, respetando las diferencias, se mantenga el protagonismo de los pequeños productores organizados, excluidos y marginalizados por el sistema político y económico imperante. Sin embargo, alcanzar estos objetivos sin el apoyo de las instituciones públicas puede seguir siendo una utopía. En este sentido, las organizaciones presentes en Rio lucharán para

que el comercio justo y la economía solidaria sean reconocidos por los estados a través de políticas públicas afirmativas que valoricen, fomenten y financien las diversas iniciativas y actores sociales, sin comprometer la autonomía e independencia de las organizaciones de la sociedad civil que aseguren el derecho al trabajo asociado (AA.VV., 2013).

En cuanto a incidencia política, otro gran desafío de las organizaciones de comercio justo, aún falta mucho por hacer. Así como falta mucho por hacer para la construcción de un Comercio Justo Sur-Sur, otra de las metas para la relectura y reescritura, presentes y futuras, desde el Sur, del movimiento por un comercio justo. A este propósito, en su último punto, la declaración dice:

Destacamos la necesidad de impulsar relaciones comerciales entre las organizaciones de productores de comercio justo y solidario con los gobiernos en sus diversas instancias, como instrumentos de organización e inclusión social, distribución de ingresos económicos, democratización del consumo, valorización cultural y sustentabilidad económica y política de los emprendimientos económicos solidarios (AA.VV., 2013).

Conclusiones

Como pudieron apreciar, rescatamos algunos de los más importantes desafíos para el comercio justo internacional. Primero: seguir desarrollándose y fortaleciéndose también a partir de las diversidades internas, que lo caracterizan y lo enriquecen, pero siempre partiendo por una perspectiva de desarrollo autogestionario y sustentable. Segundo: mantener bien presente el centro neurálgico del movimiento: priorizar el protagonismo de los pequeños productores organizados, por encima de otros actores. Tercero: fortalecer los lazos con el conjunto del movimiento social, especialmente en América Latina, para ir construyendo de manera incluyente otro camino hacia un desarrollo incluyente y sostenible, o el buen vivir. Cuarto: incrementar la democratización y el control social de las dinámicas productivas, comerciales y de consumo. Quinto: descolonizar la perspectiva económica y política del movimiento y reescribir, desde el Sur, su historia, sus procesos y sus desarrollos futuros. Esto incluye todo el proceso de reestructuración de los sistemas de *governance* interna del movimiento, como en el caso de FLO. Sexto: el trabajo de incidencia con las autoridades e instituciones públicas de cada país. Séptimo: la construcción o el fortalecimiento de mercados internos de comercio justo y, por tanto, la apuesta por la concientización de consumidores responsables también en los países de la región. Octavo: la construcción de un comercio justo Sur-Sur, entre los países latinoamericanos y también con África y Asia.

El nuevo camino ya está abierto, y los nuevos equilibrios geopolíticos internacionales lo pueden favorecer. Mientras los países del Norte están cada vez más en crisis, las propuestas más interesantes de alternativas de y al desarrollo sostenible nos llegan desde el Sur. América Latina está, sin duda, protagonizando este cambio de época. El movimiento por un comercio justo no está exento de estas evoluciones globales. En este marco, además, los pequeños productores organizados de comercio

justo tienen toda la experiencia y el potencial para convertirse en los actores protagónicos del movimiento a nivel regional e internacional.

Referencias

- AA.VV. 2013. Declaración de la Semana Mundial de Comercio Justo. Río de Janeiro, 29 de mayo. Disponible en: <http://www.ripest.org/declaracion-de-la-semana-mundial-de-comercio-justo/?lang=es>. Acceso el: 24/08/2013.
- COSCIONE, M. 2013. Entrevista personal a Marike de Peña. Santo Domingo, 03 jun.
- COSCIONE, M. 2012. *La CLAC y la defensa del pequeño productor*. Santo Domingo, Editorial Funglo de, 336 p.
- DICKINSON, R. 2011. An Analysis of Fair Trade: Reflections from a Co-founder. In: InterReligious Task Force on Central America, 2011, Cleveland. Disponible en: <http://smallfarmer-sbigchange.coop/2011/10/23/4269/>. Acceso el: 24/08/2013.
- FAIRTRADE FOUNDATION. 2013. Powering up Smallholder Farmers to Make Food Fair: A Five Point Agenda. A Fairtrade Foundation Report, 2013. London, Fairtrade Foundation. Disponible en: http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2013/F/FT_smallholder%20report_2013_lo-res.pdf. Acceso el: 24/08/2013.
- FAIRTRADE INTERNATIONAL (FLO). 2013. Estatutos de la Asociación. Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International e.V. [Aprobados el: 25 de mayo de 2007, revisados el 12 de junio de 2013].
- FAIRTRADE INTERNATIONAL (FLO). 2012. Liberar el Poder de la Mayoría: Marco Estratégico de Fairtrade Internacional para 2013-2015. Disponible en: <http://www.fairtrade.net/our-strategy.html?&L=1>. Acceso el: 24/08/2013.
- FAIRTRADE INTERNATIONAL (FLO). 2011. Constitución de la Asociación. Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International e.V. [Adoptada el: 25 de mayo de 2007, revisada el 10 de junio de 2011].
- FAIRTRADE INTERNATIONAL (FLO). [s.f.]. Nuestra estrategia. Disponible en: <http://www.fairtrade.net/our-strategy.html?&L=1>. Acceso el: 09/07/2014.
- VAN DER HOFF, F. 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*, 86(1):51-61.
- VAN DER HOFF, F.; ROOZEN, N. 2003. *Comercio Justo: la historia detrás del café Max Havelaar, los bananos Oké y los tejanos Kuyichi*. Amsterdam, Uitgeverij Van Gennep [versión actualizada no publicada].

Submetido: 24/08/2013

Aceito: 25/03/2014