

Índice

Siglas y acrónimos	9
Prólogo	11
Una importante aclaración inicial...	15
Un movimiento en constante movimiento...	17
1. América Latina hoy: agua, tierra y agronegocios	25
2. Orígenes del Comercio Justo certificado Fairtrade	41
3. Panorama del Comercio Justo Fairtrade en América Latina	49
4. La CLAC ayer y hoy: la organización y su articulación en el continente	61
5. La CLAC en el sistema FLO	79
6. El café de comercio justo en los Estados Unidos, Fair Trade USA y la salida del sistema FLO	115
7. La defensa del pequeño productor	141
8. Fundeppo y el Símbolo de Pequeños Productores	159
9. La incidencia política para un comercio justo desde el Sur	181
10. Los mercados nacionales y el comercio justo Sur-Sur	197
11. Soberanía alimentaria y diversificación de la producción	229
12. La mujer productora y la equidad de género	249
13. La adaptación de la agricultura a pequeña escala al cambio climático	267
Los desafíos futuros...	295
Bibliografía	313

Prólogo

Leer este libro es como revivir nuevamente nuestra historia, la historia de nuestras organizaciones de base y de la coordinadora a nivel regional. Una historia de luchas protagonizada por los pequeños productores organizados, nuestras hermanas y nuestros hermanos. En contextos diferentes, en espacios distintos y con necesidades a veces divergentes. Sin embargo, todas estas luchas se caracterizan por una misma voluntad, un mismo espíritu.

La CLAC representa esta unión de fuerzas, una voz unida pero no única. Es la diversidad de pensamientos y visiones que encontramos en todas las organizaciones de Latinoamérica y el Caribe. Diferentes perspectivas pero una meta clara: mejorar la calidad de vida de nuestra gente, de nuestros productores, sus familias y sus comunidades.

Este libro es una excelente mezcla de historias vividas, de presente en pleno desarrollo y de miradas hacia un futuro aún por construir. Cada uno de nuestros compañeros, entrevistados a lo largo del proceso de investigación, presenta los acontecimientos desde un punto de vista propio y a partir de una coyuntura determinada. Pero todas las experiencias personales confluyen en un mismo camino. A pesar de los tropiezos, de las dificultades y de los obstáculos encontrados a lo largo del recorrido, y de los que todavía tendremos que enfrentar, los logros que hemos protagonizado están construyendo nuestra historia.

Distintos actores han jugado un papel activo en ella, tanto en el Norte como en el Sur. Los dirigentes de nuestras organizaciones de base, los promotores y sostenedores del comercio justo en los países consumidores,

los representantes y líderes de la CLAC. Todos han contribuido a la misma causa: mejorar las condiciones de vida de nuestra gente a través de un comercio basado en la solidaridad y la equidad.

Algunos de estos actores tuvimos la oportunidad de expresar nuestras convicciones y de aportar, con nuestros pensamientos, a la construcción escrita de esta historia común. Nuestras opiniones quedan bien reflejadas a lo largo de toda la publicación. Otros no pudieron ser entrevistados y, por ende, no participaron de esta experiencia; sin embargo, sus contribuciones al camino que todos juntos estamos recorriendo quedan igualmente plasmadas en las principales problemáticas propuestas por el autor. Ellos también siguen trabajando, tanto en las comunidades del Norte como del Sur: promotores y multiplicadores de los principios del comercio justo; productores conscientes de los problemas económicos, sociales y ambientales de sus comunidades; miembros de organizaciones que luchan por la soberanía alimentaria de sus pueblos y en defensa de rol de la mujer en el medio rural y en toda la sociedad; voluntarios de los distintos continentes que trabajan para dar a conocer la esencia del movimiento y concientizar a los consumidores con respecto a la compra de nuestros productos; funcionarios y trabajadores de las distintas iniciativas nacionales de certificación y de FLO que comparten nuestras ideas y nuestros desafíos; así como muchos otros aliados que nos acompañaron y apoyaron en nuestra lucha diaria. Gracias a todas estas personas podemos seguir fortaleciendo los pilares fundamentales del comercio justo (económico, social y ambiental) y avanzar hacia la meta.

Al detenerme en cada uno de los capítulos, siento la frustración de no poder alcanzar el modelo de comercio justo que, desde América Latina, deseamos firmemente. La salida de Fair Trade USA del sistema global, su propuesta de permitir la entrada de las plantaciones de café en los circuitos justos, o los mismos mecanismos de toma de decisión al interior de FLO, son algunos de los obstáculos que nos dificultan el camino. Sin embargo, al mismo tiempo, siento una enorme satisfacción por todo lo que hemos podido lograr hasta el momento: estamos empoderando nuestras organizaciones; estamos mejorando constantemente nuestros procesos internos y nuestras relaciones

externas; estamos elaborando una estrategia de mitigación y de adaptación al cambio climático, así como nuestra propia política de equidad de género, basada en la familia y sus diferentes componentes. Estamos fortaleciendo nuestras coordinadoras nacionales y nuestras redes de producto: con las primeras nos acercamos a los mercados internos y creamos mayores vínculos entre las organizaciones de un mismo país; a través de las segundas acompañamos a los productores latinoamericanos de un mismo producto en el análisis de los elementos comunes de sus producciones, para que respondan de manera conjunta a problemas que trascienden el ámbito nacional.

A través del Símbolo de Pequeños Productores, además, estamos reafirmando con fuerza nuestra identidad. De esta manera, la CLAC se ha convertido en un excelente instrumento de incidencia ante FLO y ante otros actores ligados al comercio justo. Hoy día es reconocida, tanto por sus miembros como por los otros actores del movimiento, como la instancia de representación de los pequeños productores organizados de comercio justo.

A pesar de los logros que hemos alcanzado, aún existen muchos desafíos para el futuro. La mayoría los encontramos en la parte final de este libro, donde quedan reflejadas las opiniones de los entrevistados sobre fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para nuestra coordinadora regional: organizarnos mejor, hacer que la comunicación entre nuestras organizaciones, así como entre la base y los líderes de la red, resulte más efectiva, mejorar las capacidades de los productores, así como las inversiones en productividad y diversificación en las parcelas, son algunos de los objetivos fundamentales para seguir mejorando las vidas de miles y miles de familias que dependen de la agricultura y de la venta de sus productos en el comercio justo.

El camino por recorrer es largo, pero en cada uno de nosotros sigue intacta la fortaleza de nuestra cultura y nuestros ideales. No cabe duda de que enfrentaremos de manera positiva todos los desafíos que seguirán presentándose.

La Junta Directiva de la CLAC reconoce el esfuerzo realizado para la recopilación de la información y la realización de este libro: en él se conjugan las

percepciones y los conocimientos del autor con las entrevistas a miembros de la CLAC y a actores muy cercanos a ella. Sin embargo, la publicación no representa la única visión sobre la coordinadora y su historia.

Finalmente, en nombre de los miles de pequeños productores y productoras del continente, queremos agradecer al autor su profundo interés por conocer y compartir las luchas, los logros y los retos de nuestra organización.

Merling Preza
Presidenta de la CLAC

Un movimiento en constante movimiento...

Para algunos está en continuo crecimiento, para otros definitivamente estancado y profundamente dividido; para unos es solo un nicho mercado, para otros una alternativa viable a la lógica excluyente del mercado tradicional. No sé cuál es la verdad. Quizás la mejor forma de acercarse a la verdad es a través del prisma coyuntural o territorial del país desde el cual se estuviera mirando. Si esa fuese la única opción que quedara para responder a las actuales inquietudes sobre el comercio justo, entonces usaría las palabras del señor Figuerero, pequeño productor de bananos orgánicos de la Asociación Aprobano-Finca 6, de Azua (República Dominicana): «Cuando nos preguntan con respecto a los beneficios del comercio justo pienso que, en realidad, no es que hemos tenido beneficios, es que sin el comercio justo no podemos vivir. La sobrevivencia de este proyecto depende exclusivamente del comercio justo. Es nuestro padre y la tierra nuestra madre» (Coscione, 2011: 319).

A pesar de que esta expresión pueda resultar algo paternalista y, por tanto, contraria a la visión de equidad, respeto y reconocimiento mutuo entre el Norte y el Sur que propone el movimiento, entiendo perfectamente el mensaje de Figuerero. Y, sobre todo, lo puedo contextualizar en la cultura caribeña y en la actual coyuntura internacional.

Hoy día, rodean al comercio justo muchos detractores y también muchos activistas; críticos atentos, voluntarios muy comprometidos y... muchos oportunistas. Si lo miramos solo desde un punto de vista puramente cuantitativo, seguirá siendo un pequeño nicho de mercado que, a

pesar del crecimiento de los últimos años, difícilmente podrá representar una alternativa real al actual sistema económico y comercial internacional... si es que no se genera una profunda transformación estructural del mismo. Solo representaba el 0.01% de las ventas totales de la industria de alimentos y bebidas a nivel mundial en 2008, y un 0.5% de las ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas en el Reino Unido en el año 2007. Entre 2000 y 2006, menos del 2% del café que exportó Costa Rica se vendió con certificación Fairtrade; en el mismo periodo, solo un 2.2% de la producción de café de Guatemala era de comercio justo (Mohan, 2010: 107). Sin embargo, si lo miramos desde el punto de vista cualitativo, los contenidos y las evaluaciones cambian sustancialmente.

De una cosa no cabe duda: el movimiento por un comercio justo se ha caracterizado, desde sus inicios, por continuas reflexiones y un constante cuestionarse para responder a diferentes desafíos y contradicciones. No es un movimiento estático: sabe adaptarse a distintas visiones, mantener su carácter internacional y, al mismo tiempo, abrir brechas a nivel local. Es un movimiento que atrae. Diferentes actores externos están incurriendo en él y, según muchos, hasta lo están alterando. Por esta razón, ha estado valorando diferentes caminos; opciones que representan también la diversidad de visiones sobre aquel mundo más solidario que muchos queremos construir. Es un movimiento que ha sabido cautivar también la atención de la academia: de las ciencias económicas a las ciencias sociales; de la etnografía a la antropología; de las ciencias políticas a las relaciones internacionales. A pesar de que las miradas académicas prevalecientes sigan siendo la europea y la norteamericana, también hay académicos y autores latinoamericanos que se dedican al comercio justo como ámbito de estudio, investigación y reflexión atenta a través del cual ampliar la mirada hacia el desarrollo humano y sostenible. Principalmente, desde el medio rural.

El tema en el que últimamente se está profundizando más desde la academia es también el que más preocupa tanto a las organizaciones de pequeños productores como a las que defienden el sentido originario del comercio justo y, por tanto, a los consumidores más informados y más comprometidos: la

expansión del movimiento dentro de la lógica del mercado tradicional y la ampliación de las redes de producción y distribución a actores externos que nunca han hecho del comercio justo su razón de ser.

Como señala Laura Reynolds, del Center for Fair and Alternative Trade de la Colorado State University,¹ las relaciones de comercio justo están viviendo un cambio profundo, moviéndose de la *partnership* (asociación) a la *traceability* (trazabilidad).² Moviéndose, por tanto, de un entorno o de una relación de reciprocidad más humana a un espacio más empresarial y comercial stricto sensu.

Este cambio está generando, inevitablemente, transformaciones en la idea de comercio justo que el propio consumidor puede desarrollar de manera individual, y alteraciones en el sentido educativo que las organizaciones de comercio justo construyen y transmiten a través de sus actividades comerciales y de sensibilización.

Si una de las características centrales del comercio justo (a diferencia de otros nichos de mercado como el orgánico o el comercio «étnico») ha sido la de relacionar directamente al pequeño productor marginado del Sur con el consumidor consciente del Norte, la «despersonalización de la ética relacional»,³ que caracteriza el proceso que según varios autores está

¹ <<http://www.cfat.colostate.edu>>.

² Definición de *traceability* según el *International vocabulary of basic and general terms in Metrology* de la *International Organization for Standardization*: «Property of a measurement result relating the result to a stated metrological reference through an unbroken chain of calibrations of a measuring system or comparisons, each contributing to the stated measurement uncertainty». La norma ISO 9000:2005 la define como la «Capacidad para seguir la historia, aplicación o la localización de todo aquello que está bajo consideración». Según el Reglamento (CE) Núm. 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, es «[...] la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo».

³ «This strong relational dimension refers to expansive ethics of care [...] or relational ethics [...] which reduce the physical, psychological and cultural distances separating the Northern consumer from the Southern producer. In accordance with the original propositions of this ethical approach, the agents cement their morality and modify it through their

viviendo actualmente el comercio justo (a través, por ejemplo, de las ventas en las grandes superficies, la distribución por parte de multinacionales o la producción en plantaciones), puede tener el riesgo de diluir rápidamente los valores originarios y el compromiso sociopolítico de este nuevo movimiento social internacional.

Según los investigadores Daniel Jaffee y Philip H. Howard (2009), el proceso de «cooptación» (del inglés *cooptation*)⁴ llevado a cabo por los poderes económicos tradicionales, en este caso las grandes corporaciones, se ha expresado, tanto en el caso del movimiento orgánico como en el del comercio justo, a través de dos caminos: la captura u ocupación de la entidad reguladora (*regulatory capture*) y el debilitamiento de los estándares (*weakening standards*), con el fin de ablandar las estructuras organizativas y los estándares de un movimiento económico que, con sus prácticas, está desafiando la lógica de la acumulación de capital y el statu quo. Lo irónico, en el caso del comercio justo, es que el proceso de cooptación y progresiva entrada de las corporaciones en sus circuitos coincidió con una campaña de activismo social promovida por Global Exchange⁵ en contra del gigante del café Starbucks. En abril del año 2000, justo antes de que se llevasen a cabo acciones simultáneas en 29

confrontation with the facts, their feelings for others and their own personal story. Ethics are no longer based on a set of universal principles of justice, but are defined through one's own particular relationships and interactions with others. This leads to the personalization of ethics», en Ballet y Carimentrand (2010: 319-320).

⁴ «The concept of cooptation has been developed most extensively in the sociological literature on U.S. social movements, beginning with Selznick's study of the Tennessee Valley Authority (1949), in which he describes cooptation as "the process of absorbing new elements into the leadership or policy-determining structure of an organization as a means of averting threats to its stability or existence", in either formal or informal ways. The term has since been used to describe the efforts of states or government entities to neutralize the effectiveness of movements for social change. Gamson (1968, 1975) was instrumental in defining cooptation as an outcome in which a minority or movement group becomes institutionalized or is incorporated into the state, but without winning any substantive policy gains. More recently, cooptation has been used to describe the efforts of powerful political and economic actors, such as corporations, to maintain the status quo», en Jaffee y Howard (2009: 389).

⁵ <<http://www.globalexchange.org>>.

ciudades norteamericanas, Starbucks accedió a dejar entrar el café certificado Fairtrade en sus establecimientos en los Estados Unidos. De ahí en adelante, otros actores como Procter & Gamble, Nestlé, Dunkin Donuts y McDonalds empezaron a incursionar en el nicho (Jaffee y Howard, 2009: 392).

Los mismos autores (2009: 393) construyen una interesante descripción de este proceso, presentando algunos acontecimientos clave que llevaron, por un lado, a la «captura de la entidad reguladora» (por ejemplo: «la profesionalización de FLO conduce, en 2007, a la certificación ISO, alineando de esta manera el comercio justo con la tendencia global hacia la armonización de los estándares del agronegocio y lejos de las preocupaciones de los pequeños agricultores»; o «la estructura de cuotas de las licencias conduce a una falta de independencia y crea desincentivos para una adecuada regulación de los titulares de licencias de gran volumen») y, por el otro, al debilitamiento de los estándares (en el año 2000, Transfair USA impulsa la entrada de Starbucks a pesar de que certifique solo el 1% de sus ventas; lo mismo pasará con Nestlé en el Reino Unido; los valores reales de los precios mínimos disminuyen notablemente; dentro de FLO hubo quien propuso la reducción o incluso la eliminación del precio mínimo para el café; «FLO ha aumentado drásticamente la certificación para plantaciones del agronegocio a partir de 2003 para todos los productos menos cuatro –café, algodón, cacao y miel–; muchos nuevos productos –por ejemplo, las flores– se introdujeron exclusivamente, o de manera predominante, a través de la producción en plantaciones», entre otros).

¿Cómo podrían haberse impedido ciertos cambios? ¿De qué manera las iniciativas de certificación pueden evitar la cooptación y el debilitamiento de los estándares? Según Jaffee y Howard (2009: 395-396), el movimiento por un comercio justo debería haber reforzado sus barreras, por lo menos, en cuatro ámbitos:

- 1) La velocidad del proceso: prevenir los efectos negativos de los cambios rápidos a través de una gestión del crecimiento.
- 2) El tamaño de los actores participantes: la entrada de las plantaciones amenaza seriamente los ingresos y la estabilidad de los pequeños; en

este sentido, nuevas iniciativas agroalimentarias, particularmente las que se basan en una certificación, deberían especificar barreras claras para que los criterios eviten la entrada de los actores más grandes: «Certainly a requirement mandating small-scale production and agroecological diversity in farming systems would help to stave off low-bar mainstream competitors, but alternatively such initiatives might consider drawing standards “boundaries” to also include medium-sized agricultural producers who can help the initiative reach critical mass (see Lyson et al. 2008), yet keep the door closed to larger conventional players. How big is too big?» (Jaffee y Howard, 2009: 396).

- 3) La estructura de las organizaciones que administran las iniciativas (sobre todo de certificación): el diseño de estas estructuras organizativas es fundamental y debe basarse en los principios y valores fundacionales del movimiento: «Future initiatives should consider how to frame a more decentralized, semiautonomous system that could foster competition among producers for the highest possible standard, rather than a more centralized standard that pushes practices toward the lowest common denominator. Another possibility is prohibitions or disincentives against “mixed operations”» (Jaffee y Howard, 2009: 396). En los últimos años, en el centro del debate y de las negociaciones entre las redes de productores y las iniciativas nacionales del sello Fairtrade, encontramos justamente la estructura y la gobernanza interna de FLO.
- 4) La naturaleza de las respuestas del movimiento: ¿Cuál debería ser el verdadero papel de los «ciudadanos-consumidores»? ¿Qué efectos tienen las críticas a la cooptación del movimiento por parte de las grandes corporaciones sobre las percepciones de los consumidores, sobre todo en relación con los sellos? «Can movement advocates educate fair trade and organic consumers about the “real story” of corporate cooptation in these systems without alienating or losing them entirely?» (Jaffee y Howard, 2009: 396).

Es útil recordar estos cuatro argumentos durante la lectura de los diferentes capítulos de este libro. No tanto para saber qué debería haber hecho el movimiento por un comercio justo para evitar el cambio de prioridades que se ha producido. Más bien, para ver si la coyuntura es propicia para un replanteamiento global de este tipo de relaciones comerciales solidarias. A lo largo del texto, reencontraremos las mismas preguntas y reflexionaremos sobre las posibles respuestas que desde la CLAC se están desarrollando y promocionando para defender los intereses y la dignidad de los pequeños productores y para retomar una relación directa, clara y de confianza con los consumidores.

Volveremos atrás en el tiempo para entender dónde y cómo se dieron los primeros pasos del Comercio Justo certificado (o sellado). Veremos que el protagonismo de los pequeños productores latinoamericanos fue esencial, tanto en su arranque como en su desarrollo. Por un lado, los datos cuantitativos recopilados por FLO nos proporcionarán una idea clara de la importancia que reviste el continente latinoamericano en el comercio justo internacional. Por el otro, las entrevistas realizadas durante el primer semestre del año 2012 nos ayudarán a resaltar el potencial cualitativo del papel jugado por los productores de la región, antes y después de la conformación de la CLAC, dentro de los engranajes del paraguas internacional FLO y, en general, en la coyuntura histórica que está viviendo actualmente todo el movimiento.

La defensa del rol del pequeño productor en la agricultura, las protestas en contra de la deriva interna del sentido originario del comercio justo y las propuestas de cambio sobre la base de un necesario trabajo de incidencia social y política en cada uno de los países del continente, son los ejes temáticos transversales reconocibles en cada uno de los diferentes capítulos. Las experiencias vividas por las organizaciones de pequeños productores y los análisis académicos sobre los que se basa la bibliografía consultada nos permitirán, además, enfocarnos en los siguientes aspectos: el desafío de los mercados internos y del comercio justo Sur-Sur; la necesidad de garantizar la soberanía alimentaria y una adecuada diversificación de la producción;

el enfoque de género, y la adaptación de la agricultura familiar al cambio climático.

Sin embargo, antes de empezar este extraordinario recorrido, tenemos que entender que los primeros pasos del movimiento por un comercio con justicia se dieron en un momento histórico durante el cual los agronegocios incrementaron de manera exponencial la explotación de los suelos y de todos los recursos hídricos y naturales, y protagonizaron una concentración corporativa constante, así como la producción masiva y estandarizada a nivel global. En el primer capítulo, por tanto, intentaremos comprender lo que este modelo de explotación agroindustrial está significando para América Latina y sus recursos de tierra y agua.