

# Presentación

---

En los últimos años, dos movimientos económicos sociales superpuestos han tenido un gran impacto en el entendimiento y la práctica del desarrollo en América Latina. Estos son el Comercio Justo y la Economía Social y Solidaria. El objetivo del presente número de Eutopía es examinar algunas de las prácticas más singulares e innovadoras en cuanto al Comercio Justo y la Economía Social y Solidaria a nivel local, regional y global.

Históricamente, las iniciativas de Comercio Justo en el Sur se han centrado en cómo los pequeños productores pueden mejorar y orientar sus procesos de producción, y los esfuerzos de comercialización para acceder a los mercados del Norte. El objetivo central del Comercio Justo es la organización colectiva de los pequeños productores basado en la gobernanza democrática y los lazos de solidaridad entre los pequeños productores y los consumidores. Sin embargo, cuando las cooperativas de productores tratan de crecer, con el fin de aprovechar las economías de escala, se enfrentan a un problema de “parasitismo”, con lo cual algunos productores no venden sus productos a través de las cooperativas. En su artículo, Noah Enelow da cuenta de la naturaleza de este problema y examina cómo un sistema tradicional de intercambio laboral utilizado en una cooperativa de café en Perú ofrece una solución parcial. Lo hace aprovechando y reforzando lazos de solidaridad entre sus miembros.

La importancia de la solidaridad y la organización democrática de los miembros de las cooperativas de Comercio Justo se extiende más allá de las iniciativas individuales a las redes y asociaciones de nivel superior. En su artículo, Marco Coscione examina una de las innovaciones más importantes en el Comercio Justo, es decir, la auto-organización por asociación de pequeños productores a nivel nacional y regional. Como explica el autor, ésta organización surgió por primera vez en América Latina. Inicialmente se formaron a lo largo de líneas de productos, como el café y la miel, y más tarde se desarrollaron a lo largo de líneas geográficas a nivel nacional y regional. Después, se formaron también organizaciones de productores en Asia y África, pero la Asociación Latinoamericana y del Caribe (CLAC) se mantiene como la más coherente e innovadora. Coscione explica cómo la CLAC fue un instigador clave en la promoción de reformas de la gobernanza dentro de FLO (Fairtrade International), lo que permitió a las pequeñas asociaciones de productores llegar de ser miembros de pleno derecho en el organismo de certificación.

Una práctica importante en los últimos años ha sido la promoción de las ventas de Comercio Justo a través de una iniciativa innovadora de compras públicas, por medio de la promoción de “Ciudades de Comercio Justo”. En su artículo, Marcela Barone y Samuel Frederico examinan uno de los primeros esfuerzos de establecer una Ciudad de Comercio Justo en América Latina, el caso de Poços de Caldas en Brasil. Como explican los autores, tales iniciativas enfrentan importantes desafíos en los países productores que se caracterizan por los ingresos medios bajos y mercados de productos de Comercio Justo subdesarrollados. Por esta razón, los proyectos pioneros se han centrado en ciertos lugares, como Poços de Caldas, con una fuerte base en el turismo y con mayores ingresos.

En uno de los artículos de contra-punto, Ian Hudson y Mark Hudson ofrecen una crítica de la práctica dominante del Comercio Justo, organizado en torno a la certificación de Comercio Justo Internacional. Centrándose en el café, producto dominante en el Comercio Justo, sostienen que el Comercio Justo ofrece a los pequeños productores marginalmente mayores ingresos (netos) y una mayor seguridad en términos del acceso al mercado y la tenencia de la tierra, pero que estos beneficios también se podrían facilitar, en principio, por una regulación estatal más fuerte. Una de las principales preocupaciones que los autores plantean es la necesidad de “desmercantilizar” el Comercio Justo en el sentido de que se convierta en un espacio para visibilizar “cómo se producen las cosas, a través de qué tipo de relaciones sociales y qué impactos económicos, sociales y ecológicos tiene esa producción”. Uno de los mecanismos sería la implementación de un “sello ético” que permita “desfetichizar” el consumo, lo que permitiría a los consumidores entender mejor la naturaleza de los problemas que subyacen a la difícil situación de los pequeños productores.

El tema de la Economía Social y Solidaria (ESS) es abordado específicamente en este número a través de tres artículos que muestran la necesidad de su reconceptualización a partir de la matriz territorial. En efecto, en América Latina y en especial en el Ecuador, la ESS aparece como la solución mágica frente a la economía de mercado y a las políticas públicas que se derivan de ella. No solo existe el riesgo de incluir a sectores productivos diferentes en un mismo saco sino que se acepta acríticamente las propuestas que se implementan con una lógica vertical (desde arriba) sin considerar las especificidades y estrategias implementadas por los productores desde los territorios. Al dar por sentado que los productores se encuentran organizados en formas solidarias solo por pertenecer a la ESS se corre el riesgo de olvidar el contenido y las prácticas reales de los productores inmersos en la economía de mercado.

El artículo de Margaux Girard, indica los límites de las iniciativas de comercialización de productos orgánicos en el Cusco-Perú que no podría ser conceptualizada como economía social puesto que se trata de una producción con débiles niveles organizativos y destinada para consumidores que tienen altos ingresos (turistas, extranjeros residentes en esa ciudad y consumidores locales con alto poder adquisitivo). La autora señala la necesidad de una escala territorial y el apoyo del sector público para lograr que el consumo de alimentos de

producción orgánica tenga una función social más amplia, es decir que pueda rebasar el estrecho límite impuesto por una producción y demanda selectiva.

El artículo de Diego Martínez, en cambio, se focaliza en la necesidad teórica de definir y diferenciar la economía social de la economía solidaria y sobre todo la importancia de incluir la variable territorial en el diseño de las políticas públicas. Esto ayudaría a superar el diseño de políticas *top-down* que al no considerar las especificidades territoriales sugieren modelos a seguir alejados de la realidad como, por ejemplo, el de la cooperativa vasca Mondragón que finalmente pasó a convertirse en una quebrada empresa capitalista. Martínez advierte sobre el actual proceso de “banalización” del concepto de ESS, más orientado hacia la dinámica económica que hacia valores solidarios, lo que lleva a convertirse en un instrumento funcional del sector capitalista. Considerando el caso ecuatoriano, el autor señala que al no incluir la variable territorial, las políticas de la EES se tornan débiles hasta tal grado que impulsan procesos como los “negocios inclusivos” que terminan favoreciendo a las grandes empresas capitalistas.

La relación entre la ESS y la universidad es abordada en el artículo de Rodolfo Pastore y Bárbara Altschuler para el caso argentino. Los autores subrayan la importancia de analizar la ESS en el contexto territorial y sobre todo delimitar el “campo empírico de la ESS” para visibilizar las prácticas organizativas de los actores sociales que van más allá de las formas institucionales. El aporte desde la academia (universidad) es central no solo para una mejor conceptualización del concepto de ESS en los diversos contextos territoriales sino porque a través de proyectos de formación, extensión y promoción en la comunidad hay mayores posibilidades de generar propuestas de políticas desde la sociedad y no tanto desde la institucionalidad.

Esperamos que este número de EUTOPIA genere un debate necesario sobre estos temas que tienen una potencialidad actual no solo económica sino sobre todo política y simbólica en los países de la región.

*Luciano Martínez Valle*  
*Patrick Clark*  
*Darryl Reed*

# 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

**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.**

---



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

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, Nedda 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).

# Comercio justo, producción cafetalera y sociedad civil en Centroamérica\*

## *Fair Trade, Coffee Production and Civil Society in Central America*

Carlos Chávez Becker, Silvia Jurado Celis\*\*

Fecha de recepción: 30 de marzo de 2015

Fecha de aceptación: 17 de junio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1651

### Resumen

El Comercio Justo (CJ) en Centroamérica se ha expandido, en parte, gracias a la labor de un creciente número de organizaciones rurales, principalmente dedicadas al cultivo de café, que han visto en esta iniciativa una opción para mejorar, aunque sea someramente, las condiciones de vida de sus agremiados y sus familias. Este conglomerado de organizaciones nutre y potencia la actividad de la sociedad civil en la región y apoya las tesis de quienes ven en el fortalecimiento del sector organizado de la sociedad, la posibilidad de revertir o aminorar los efectos de problemáticas añejas como la pobreza, la desigualdad y la marginación en que viven amplios sectores de la población. En el presente artículo se afirma que el CJ constituye un proyecto que muestra un potencial importante para mejorar las condiciones de vida de numerosos productores empobrecidos de café, pero se discuten algunas de sus contradicciones y problemas más notorios, expresados con nitidez en su materialización centroamericana, los cuales pueden limitar su capacidad de crecimiento e impacto en los años por venir. Se hace una revisión de la literatura especializada y un balance crítico pero constructivo del CJ en Centroamérica, a través del análisis del trabajo de algunas organizaciones de productores de café en la región.

*Palabras clave:* Comercio Justo, Sociedad Civil, Centroamérica, café.

### Abstract

Fair Trade in Central America has grown, in part, as a consequence of the action of a growing amount of rural organizations, mainly focused in coffee production, which saw in this initiative an option to improve the living conditions of its members and families. This group of organizations nourishes and boosts the activity of civil society within the region and supports the hypothesis of people that see in the strengthening of the organized sector of society, the possibility to revert or reduce the effects of old problems such as poverty, inequality or social exclusion in which an important section of the population currently lives. In this article we argue that Fair Trade constitutes a project that shows an important potential to improve the living conditions of numerous poor coffee producers, but it is also important for us to discuss some of its contradictions and most important problems, eloquently materialized in Central America and that could limit its capacity to grow and impact during the forthcoming years. We present a revision of specialized literature and a critical but constructive analysis of Fair Trade in Central America, through the study of the operation of some coffee producers' organizations in the region.

*Key words:* Fair Trade, Civil Society, Central America, coffee.

\* Agradecemos los atinados y sugerentes comentarios hechos por los dos dictaminadores anónimos que leyeron una versión anterior del presente trabajo.

\*\* Carlos Chávez Becker es profesor-investigador del Departamento de Procesos Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Lerma de la UAM Lerma. c.chavez@correo.ler.uam.mx. Silvia Nuria Jurado Celis es docente en el Instituto de Investigaciones Sociológicas de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México. silviajuradoc@gmail.com

## Introducción

**E**n las últimas décadas, la sociedad civil (SC) ha aumentado, de manera global, su tamaño, perímetro de acción, capacidad de interlocución, espacios y áreas de intervención, al punto que hoy se habla de una verdadera revolución u ola asociativa global (Salamon, Sokolowski y List, 2003; Cohen y Arato, 2000; Waltzer, 1992; Edwards 2004). Este fenómeno tiene al menos dos explicaciones plausibles: por un lado, el creciente cuestionamiento de las fallas estructurales y sistémicas que han presentado las distintas formas de coordinación social hegemónicas por el Estado, durante una buena parte del siglo XX y, más recientemente, los problemas y desajustes del modelo de coordinación social encabezado por el mercado (Lechner, 1997; Messner, 1999), trayectorias que han derivado, en parte, en la agudización y profundización de los grandes problemas globales y nacionales. Por el otro lado, se encuentra el debate que discute si la reciente expansión de la democracia es causa o efecto de la explosión de la SC (Huntington, 1991; Przeworski, 1991). En este caso, parece que un proceso determina al otro de manera continua y permanente.

**El espacio de la SC, ampliado paulatinamente en Centroamérica, ha permitido en las últimas décadas la creación y operación de organizaciones que en contextos más autoritarios se habrían visto forzadas a actuar en la clandestinidad.**



Como consecuencia de este proceso y de manera diferenciada en función de particularidades geográficas e históricas, se fortalece y/o forma en cada país, un tejido asociativo, compuesto por un sinnúmero de grupos, colectivos y organizaciones, determinado por el ideal democrático. Este magma asociativo está conformado por grupos con diferentes dimensiones, propósitos, intereses, metas y estrategias. Se configura así, un escenario de enorme complejidad, pluralidad y diversidad en el ámbito social.

Desde esta perspectiva analítica, Centroamérica no es la excepción. Si bien cada país responde a trayectorias e inercias propias, algunos de estos procesos se expresan con toda claridad en la región; por lo general, los problemas de desigualdad, pobreza, marginación e inseguridad son muy fuertes y no parece que pronto encuentren solución. En este sentido, ni los proyectos Estado-céntricos ni las versiones del Estado mínimo implementadas en las últimas décadas han sido suficientemente efectivos para erradicar o disminuir de manera significativa estos problemas. Sin embargo, desde la SC aparecen esfuerzos interesantes que buscan modificar la situación prevaleciente.

Vemos, con esto, que el espacio de la SC, ampliado paulatinamente en Centroamérica, ha permitido en las últimas décadas la creación y operación de organizaciones que en contextos más autoritarios se habrían visto forzadas a actuar en la clandestinidad. Por ejemplo,

el ensanchamiento de la SC y la esfera pública permitió a los productores agrícolas agruparse y asociarse para defender sus intereses de manera organizada. Uno de estos casos es la iniciativa del CJ, que ha contribuido de manera modesta pero efectiva a atemperar algunos de estos problemas.

Por ello, resulta interesante e importante hacer un breve repaso y un análisis crítico de esta iniciativa y de la literatura que ha tratado el tema, en la medida en que, en algunos casos en diversos países en Centroamérica, ha logrado un grado variable de éxito en la disminución de la pobreza o, al menos, en su dignificación, allá en donde otras iniciativas, sobre todo desde el Estado, han fracasado sistemáticamente.

## El Comercio Justo como movimiento global

Antes de hablar sobre algunas de las organizaciones centroamericanas vinculadas con el movimiento del CJ, conviene explicar sus características, mecanismos, estrategias y componentes, desde una perspectiva global.

El CJ es una forma comercial alternativa puesta en práctica por un movimiento social de dimensiones globales que tiene como meta principal disminuir las condiciones de pobreza y marginación en las que viven millones de campesinos y productores primarios pobres provenientes de países en desarrollo de América Latina, el Sudeste Asiático y África. Bajo el lema de “comercio, no ayuda” (*trade not aid!*), este movimiento está conformado por miles de organizaciones de productores, importadores, procesadores, distribuidores, activistas, empresarios, consumidores, etc., localizados en más de cien países. El movimiento del CJ se propone como premisa fundamental y como mecanismo básico de funcionamiento, la disminución en el número de intermediarios que participan en la cadena comercial con el objetivo de pagar un precio más justo a los productores primarios, quienes se encuentran en el primer eslabón y generalmente reciben la menor parte del precio pagado por el consumidor final.<sup>1</sup> De esta manera, enlazando a consumidores solidarios del Norte (países desarrollados) con productores primarios del Sur (países en desarrollo), el CJ se ha constituido como una novedosa y excéntrica alianza social conformada por dos comunidades epistémicas radicalmente diferentes (Arditi y Chávez, 2006: 77). Se le valora “quizás como el más dinámico en todo el espectro de movimientos, campañas e iniciativas que han emergido en décadas recientes como respuesta a los efectos negativos de la globalización” (Raynolds, Murray y Wilkinson, 2007: 4).<sup>2</sup>

1 Un estudio de OXFAM muestra que cerca del 80% del precio final de venta del café se queda en manos de empresas tostadoras y distribuidoras (comúnmente tiendas departamentales). La investigación se hizo con café de Uganda que se vende en el Reino Unido. La cadena comienza con 14 centavos de dólar que recibe el productor y termina en USD 26,40 cuando el consumidor lo adquiere en un supermercado (OXFAM, 2002: 24-25).

2 Traducción propia.



Se considera también como un movimiento postrevolucionario y postliberal en el sentido de que, por un lado, no se plantea “la transformación de las relaciones de propiedad y no proponen refundar la sociedad” y, por el otro, su forma de operación “cae fuera de la lógica liberal de la representación territorial” aunque ello no significa que se oponga al quehacer de los partidos políticos o que niegue la validez de las elecciones y la representación en general, lo que no significa de ninguna manera que se trate de un movimiento apolítico (Arditi y Chávez, 2006: 77). Más bien, en este sentido, aparece como un movimiento-mercado que busca mejorar de forma práctica y directa las depauperadas condiciones de vida de los pequeños productores en los países en desarrollo, sobre todo cuando fracasaron en el pasado, intentos de mejora sistémica o estructural del mercado a través de una regulación más amplia a nivel nacional y en el orden internacional (Fridell, 2005).

El CJ lleva más de tres décadas en operación y aglutina actualmente a más de 1,4 millones de productores y trabajadores de 74 países, aglutina además a un total de 1.210 organizaciones de pequeños productores, de las cuales 624 (51,6%) se ubican en América Latina, 404 (33,4%) en África y Medio Oriente y 182 (15%) en Asia y Oceanía (FI, 2015: 3). No obstante estos datos, actualmente el CJ certificado ha generado críticas debido a una serie de contradicciones que se han presentado al interior de instituciones como *Fairtrade International* (FI), con respecto a la instauración de relaciones con ciertos tintes de tipo colonial, una tolerancia desmedida a grandes corporaciones agroalimentarias en desmedro de las organizaciones de productores, la cooptación del movimiento por los grandes minoristas, entre otras. Por lo tanto, hoy en día el CJ se encuentra en una coyuntura importante en la que incluso su propia redefinición está en disputa por diversos actores. Pero por otra parte, es innegable el hecho de que el CJ ha marcado una diferencia importante para muchas organizaciones de pequeños productores, tal como se presenta en la siguiente sección donde se analiza el caso de la región centroamericana.

## El café de CJ en Centroamérica

En Centroamérica, así como en otros países latinoamericanos, el café ha sido históricamente un producto que se comercializa bajo precios inestables, está regido por las fluctuaciones del mercado, se cotiza en la bolsa de valores y, particularmente, por las características específicas de su procesamiento, parte de una cadena comercial repleta de intermediarios. Por más de una década, los productores de café en el mundo han tenido que adaptarse a la exacerbada volatilidad de los precios internacionales, precipitada, no solo por los eventos climáticos sino también por los cambios en la producción, técnicas de procesamiento y la estructura de los mercados internacionales (Eakin, Tucker y Castellanos, 2003; Bacon et al., 2008).

Los productores de café en los años sesenta y setenta contaban con la intervención de la Organización Internacional del Café (OIC), que reunía a países productores y consumido-

res en un acuerdo para ofrecer estabilidad a los precios del grano y con ello dar certidumbre a la producción a través de un sistema de cuotas. Tanto en Guatemala como en Honduras y Nicaragua, el café es un cultivo introducido y manejado por instituciones gubernamentales, las cuales fungieron durante mucho tiempo como intermediarias entre los pequeños productores y los comercializadores.

A partir de 1989, cuando se fractura el Acuerdo Internacional del Café, en el seno de la OIC y se liberaliza el mercado del aromático, la sobre oferta proveniente de jugadores muy recientemente integrados (como Vietnam) derivó en la caída estrepitosa del precio. En 1992-1993, el precio se redujo por debajo de los \$ 65 dólares por 100 libras y para 1992 había perdido casi 40% respecto a su valor de 1989 (Martínez, 2004: 126).

Es en este contexto desventajoso para los pequeños productores cafetaleros en donde el CJ se conforma como una propuesta nacida desde lo local, y desde la sociedad civil, para responder a problemas globales. El CJ en Centroamérica se caracteriza, en un caso muy similar a México, por estar principalmente en manos de organizaciones de pequeños productores cafetaleros, las cuales, como sujetos sociales, están incidiendo constantemente en su realidad y, por lo tanto, constituyen el motor de cambio de algunas estructuras convivenciales existentes. Así, han sido las organizaciones campesinas, y, en el caso centroamericano, las organizaciones cafetaleras como parte de la sociedad civil, las que le han dado forma al CJ como una vía para resolver, en un principio, un problema central de la producción rural que es la exclusión de los pequeños productores de los mercados globales.

Por supuesto, sus efectos e impactos todavía son una veta de análisis, pero al menos, se puede decir que aspectos como el crédito y el ahorro han mejorado en algunas regiones como consecuencia de la entrada del CJ, tal como lo demuestra el trabajo de Méndez et al. (2010).

Más allá de detallar los impactos del CJ en los países centroamericanos, el objetivo es mostrar una visión de conjunto acerca de las implicaciones del CJ en la región. Sin olvidar que el lugar en donde se da el primer intercambio comercial solidario de CJ es en México, para el caso de los pequeños productores de café hay varias características que se comparten: los caficultores campesinos se caracterizan por tener pequeñas huertas (0,25 a 3 hectáreas), al menos una parte de ellos son indígenas y su sistema de cultivo es la parcela diversificada. Es decir, nos referimos sobre todo a un café cultivado por campesinos quienes conjuntan una condición diversa, de tal forma que, el CJ es una de las estrategias importantes para su subsistencia pero, en la mayor parte de los casos, no es la única.

Es posible observar algunos cambios importantes para los pequeños caficultores a partir de su inserción en las redes de CJ, como bien lo demuestra el trabajo de Alberto Arce (2009) para el caso de Guatemala, en donde el CJ funciona como una especie de bisagra que logra unir el mercado con el aspecto social de los pequeños caficultores. Este autor junto con algunos otros como Morais (2007), reconocen que, a partir del CJ se han observado algunas transformaciones de tipo más bien cualitativo en las cooperativas de campesinos caficultores, sin olvidar que el avance es sobre el ámbito político más que económico, espe-

cialmente al lograr establecer redes con otras cooperativas como la Asociación Civil Manos Campesinas.

Esto último ha ocurrido de igual forma en países como El Salvador, en donde el CJ ha sido visualizado como una especie de regulador para la relación de las cooperativas con el Estado. En este caso, una vez más, la función de bisagra se hace patente y se observa una contribución importante de las organizaciones vinculadas al CJ en la recomposición del tejido asociativo

local. Un ejemplo de ello es el caso de organizaciones como COMUS (Comunidades Unidas de Usulután), que ha contribuido a disminuir la conflictividad preva-  
leciente entre las organizaciones y el Estado, a través de la cooperación creciente con el CJ, tal como lo ilustra Tellman, Gray y Bacon (2011).

En Nicaragua, donde la población campesina no está excluida de los resabios de la guerra civil, y, por lo general, los cafetaleros aún dentro del CJ, padecen un endeudamiento endémico (Wilson, 2009) que los mantiene enredados en la trampa de la pobreza aparentemente de manera indefinida (Valkila, 2009), la situación se observa complicada. Para algunos autores como Beuchelt y Zeller (2011), el CJ no ha sido una herramienta efectiva para mejorar las condiciones de vida de los productores de café, puesto que el sobre precio no es suficiente para revertir los efectos

de la baja productividad de la tierra. Pero los efectos del CJ se observan en otros aspectos: probablemente, la existencia de mercados alternativos como lo es el café orgánico y de CJ, han sido una vía para que una parte de la población campesina y, esencialmente, la población cafetalera de Nicaragua, pueda gradualmente retomar su dinámica de vida y mejorar sus condiciones después de años de inestabilidad política. En efecto, la inserción de las cooperativas cafetaleras nicaragüenses en el mercado justo ha derivado en una serie de proyectos de diferente índole, un ejemplo es la diversificación de cafetales (Bacon, 2005), emprendida por algunas organizaciones como la Unión de Cooperativas Agropecuarias Soppexxa (UCA Soppexxa), fundada en 1983 e incorporada más adelante a las redes de CJ. Esta cooperativa se ha distinguido por ocuparse de aspectos más allá de lo económico.

Paulatinamente, la cooperativa ha involucrado a los productores en procesos como la cata del café y se les ha introducido en el conocimiento de los requerimientos de calidad del cultivo. Con ello, no sólo se busca que los agricultores conozcan más a fondo el negocio del café, sino, además, se potencia un proceso de apropiación para su producción, procesamiento y comercialización. Bacon (2008), por su parte, demuestra que las organizaciones asociadas con el CJ, en la era post crisis de 1999, lograron impactos positivos en educación,

**El CJ en Centroamérica se caracteriza, en un caso muy similar a México, por estar principalmente en manos de organizaciones de pequeños productores cafetaleros, las cuales, como sujetos sociales, están incidiendo constantemente en su realidad.**



infraestructura y ahorro. En otros casos, se pudo corroborar que el CJ fomentó el empoderamiento de género por parte de las mujeres con respecto a las cooperativas cafetaleras que trabajan en el mercado convencional (Bacon, 2010).

También en Honduras se ha ampliado el acceso a los mercados alternativos por parte de los pequeños productores de café. En este caso, es posible destacar organizaciones como la Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén (COAERENE), localizada en el departamento de Intibucá, la cual se insertó en un plazo relativamente corto al CJ con el objetivo de escapar al intermediarismo local (Transfairusa, 2010). Además de esto, los recursos líquidos del CJ son distribuidos principalmente en dos rubros: mejoramiento tecnológico a través del acceso a créditos para los pequeños productores y atención de las necesidades educativas locales.

Una vez más, el CJ demuestra ser un mecanismo de enlace entre el mercado y las necesidades sociales de los campesinos, necesidades que en muchos casos el Estado no solventa a cabalidad y son las cooperativas, organizaciones de la sociedad civil, quienes asumen esta responsabilidad.

Otro de los países de la región que ha incursionado en las redes de CJ es Costa Rica. Lo notable en este caso, en claro contraste a lo que ocurre en casi todos los demás países de la región, es que el propio Estado es el que motiva la participación por parte de las organizaciones cafetaleras en el CJ (Luetchford, 2008). Sin embargo, este modelo particular de relación, tampoco está libre de contradicciones y problemas. En este sentido, diversos autores como Berndt (2007) y Sick (2008), han documentado las dificultades que experimentan las cooperativas de café costarricenses al integrarse al CJ, principalmente, los altos costos de certificación y los estándares de agricultura orgánica, que, además, provocan constantemente un choque de racionalidades con las formas de producción tradicionales. En este caso, en contraste con lo que sucede con otros países de la región, la organización interna de las cooperativas no siempre tiene que ver con la organización social de los pueblos, lo que constituye finalmente un choque importante de lógicas epistémicas, especialmente cuando las instituciones de CJ como FI influyen de una manera importante a través de los estándares y regulaciones.

De manera general, existen encuentros y desencuentros para el CJ en la región, por una parte es innegable el hecho de que ha proporcionado, más allá de mejores precios, un espacio para que las relaciones sociales de las cooperativas se amplíen a través del establecimiento de redes de diversa índole en cuanto a la producción de café se refiere. Además, ha permitido retomar en muchos casos la organización política más allá del conflicto, no obstante, ante el panorama actual de crisis en las instancias coordinadoras del CJ, aunado a situaciones locales inestables y una franca crisis productiva en el café. El panorama que se presenta no resulta nada halagüeño.

## Reflexiones finales

Tal como lo corrobora Méndez et al. (2010), en su interesante comparación de diversos casos en América Central y México, el CJ presenta resultados ambivalentes en materia de mejoramiento de las condiciones de vida de los productores de café y, por sí solas no parece que estas redes tengan la capacidad para atemperar de forma significativa problemas como la pobreza o la marginación en la región. Es importante preguntarnos, a pesar del triunfalismo y altas expectativas que generó el CJ en los noventa, si esta iniciativa es efectivamente una vía transformadora de las relaciones comerciales que, ulteriormente, impacte de manera positiva en el ámbito local de los pequeños productores. Con todo, es posible encontrar algunas similitudes en los casos analizados:

Por principio de cuentas se encontró que en prácticamente todos los casos, hubo una inserción en los mercados alternativos como una respuesta a la falta de canales de comercialización para los pequeños productores cafetaleros. En segundo lugar, se observó que dicha inserción ha permitido ofrecer a los pequeños productores una respuesta concreta a demandas específicas de acuerdo a sus diferentes problemas locales. Sin embargo, aún a pesar de la creciente importancia del CJ entre los productores cafetaleros de la región, no se ha concretado la creación de una iniciativa nacional de coordinación en ninguno de los países de Centroamérica, que opte por retomar el proceso de certificación. Tanto el mercado orgánico como el de CJ, siguen regidos por los organismos internacionales. Finalmente, se debe reconocer que la inserción de los pequeños productores en los mercados alternativos, les ha permitido obtener beneficios más allá del aumento en el ingreso (aunque esto en algunas ocasiones no ha ocurrido), ya que existen proyectos de mejoras productivas, educación, recuperación de cafetales, entre otros, que generan una serie de beneficios sociales que pueden, derivados directamente del sobre precio social, tener un mayor alcance local en el largo plazo.

Tomando en cuenta lo anterior, finalizamos retomando dos planteamientos. En primer lugar, el CJ en Centroamérica se convierte en una alternativa efectiva de desarrollo para miles de productores primarios pobres que hasta ahora viven en condiciones de pobreza y marginación. El CJ hasta cierto punto, contribuye a resolver problemas que bajo otras lógicas eran responsabilidad del Estado o que, desde la ortodoxia neoliberal, se afirmaba que la “mano invisible” del mercado podría resolver. Ante la falta de resultados, ha llegado un movimiento creado, configurado y estructurado por grupos diversos (entre los que participan destacadamente los productores) para tratar de poner fin a rezagos históricos. En buena medida esto ha sido posible gracias al ensanchamiento de la SC centroamericana, que no sin dificultades, coloniza espacios otrora pensados exclusivos del poder político o disputados por el poder económico.

En segundo lugar, el CJ, si bien ha contribuido a mejorar algunos aspectos de la capacidad de comercialización y, por ende, de la sociabilidad comunitaria de los productores po-

bres de café en Centroamérica, también presenta problemas y contradicciones que pueden limitar significativamente su alcance y capacidades en los años venideros: principalmente los aspectos relacionados con los mecanismos de certificación; por un lado, sus elevados costos (que son asumidos por las organizaciones de productores), y por otro, su naturaleza excesivamente intrusiva, al menos desde algunas interpretaciones.

Finalmente, concluimos que el CJ, particularmente desde el análisis de las organizaciones dedicadas a la producción cafetalera en el subcontinente, es un espacio bastante activo y vivo en la acción colectiva y en la sociedad civil rural. Sin embargo, no se trata de echar las campanas al vuelo, ya que el impacto y la profundidad del CJ en la búsqueda del mejoramiento de las condiciones de vida de los productores pobres en Centroamérica, por momentos parece más un proyecto que una realidad. Pero esto no es razón suficiente para abandonar una iniciativa que con pasos cortos, algunas veces titubeantes, ha logrado algunos avances en donde otros actores económicos, políticos y sociales han fracasado sistémicamente.

**Es importante preguntarnos, a pesar del triunfalismo y altas expectativas que generó el CJ en los noventa, si esta iniciativa es efectivamente una vía transformadora de las relaciones comerciales que, ulteriormente, impacte de manera positiva en el ámbito local de los pequeños productores.**

## Referencias citadas

- Arce, Alberto (2009). "Living in times of solidarity: Fair Trade and the fractured life worlds of Guatemala coffee farmers". *Journal of International Development*. Dev. 21 pp. 1031-1041. Published online in Wiley Interscience.
- Arditi, Benjamín y Carlos Chávez (2006). "Del comercio libre al comercio justo. Los nuevos defensores de la igualdad en las relaciones norte-sur". *Revista Sistema* No. 195 (11/2006), pp. 53-82.
- Bacon, Christopher (2005). "Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?". *World Development* Vol. 33, No. 3, Gran Bretaña: Elsevier, pp. 497-511.
- Bacon, Christopher (2008). "Are sustainable coffee certifications enough to secure farmer livelihoods? The Millennium Development Goals and Nicaragua's fair trade cooperatives". *Globalizations*, Vol. 5, No. 2, pp. 259-274.
- Bacon, Christopher (2010). "A Spot of Coffee in Crisis. Nicaraguan Smallholder Cooperatives, Fair Networks, and Gendered Empowerment". *Latin American Perspectives*, Issue 171, Vol. 37, No. 2, Marzo, pp. 50-71.



- Bacon, Christopher, V. Ernesto Méndez, Stephen Gliessman, David Goodman y Jonathan Fox (Ed) (2008). *Confronting the coffee crisis. Fair trade, sustainable livelihoods and ecosystems in Mexico and Central America*. Boston: The MIT Press, pp. 377.
- Berndt, Colleen E.H. (2007). "Does Fair Trade Coffee help the poor? Evidence from Costa Rica and Guatemala". *Mercatus policy series*. Mercatus Center. USA: George Mason University.
- Beuchelt, Tina D. y Manfred Zeller (2011). "Profits and poverty: certification's troubled link for Nicaragua's organic and Fairtrade coffee producers". *Ecological Economics*, 70, pp. 1316-1324.
- Cohen, Jean y Andrew Arato (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México: FCE, 703 pp.
- Eakin, Hallie, Catherine Tucker y Edwin Castellanos (2003). "Responding to the Coffee Crisis. A pilot study of farmers' adaptations in México, Guatemala and Honduras". *Geographical Journal*, Vol. 172, Issue 2 California: University of California, pp. 156-172.
- Edwards, Michael (2004). *Civil Society*. Oxford: Polity Press, 138 pp.
- FI (2015). "Annual Report 2013-2014". [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2013-14\\_AnnualReport\\_FairtradeIntl\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-14_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf) (consultado diciembre 2014).
- Fridell, Gavin (2005). "Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica". *Íconos*, Núm 24, Ecuador: FLACSO, pp. 43-57.
- Huntington, Samuel (1991). "The third wave of democracy". Larry Diamond y Marc Plattner (eds.). *The global resurgence of democracy*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, pp. 3-24.
- Lechner, Norbert (1997). "Las tres formas de coordinación social". *Revista de la CEPAL*, No. 61, Chile: CEPAL, pp. 7-17.
- Luetchford, Peter (2008). *Fair trade and a global commodity. Coffee in Costa Rica*. Inglaterra: Pluto Press, pp. 219.
- Martínez, Cristina (2004). "Transformación de la actividad cafetalera en los años 90". Blanca Rubio (Coord.). *El sector agropecuario mexicano frente al nuevo milenio*. México: UNAM-Plaza y Valdés, 268 pp.
- Méndez, V. Ernesto, Christopher Bacon, Meryl Olson, Seth Perchers, Dorible Herrador, Cecilia Carranza, Laura Trujillo, Carlos Guadarrama-Zugasti, Antonio Córdón y Ángel Mendoza (2010). "Effects of Fair Trade and organic certifications on small-scale coffee farmer households in Central America and Mexico". *Renewable Agriculture and Food Systems*. Volume 25, Issue 03, September, pp 236-251.
- Messner, Dirk (1999). "Del Estado céntrico a la 'sociedad de redes'. Nuevas exigencias a la coordinación social". Norbert Lechner, René Millán y Francisco Valdés (Coords.). *Reforma del Estado y Coordinación Social*. México: Plaza y Valdés e IIS-UNAM, pp. 77-121.

- Morais, Nicole (2007). *Mapeo del comercio justo y solidario en Guatemala*. Guatemala: Comisión Interinstitucional de Comercio Justo y Solidario. 44 pp. Disponible en <http://www.mineco.gob.gt/ComercioJustoSolidario.aspx> (consultado febrero de 2010).
- OXFAM (2002). *Mugged: Poverty in your Coffee Mug*. <http://www.maketradefair.com/assets/english/mugged.pdf>. (consultada marzo de 2006).
- Przeworski, Adam (1991). *Democracy and the Market. Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America*. Cambridge: Cambridge University Press, 230 pp.
- Raynolds, Laura T., Douglas Murray y John Wilkinson (2007). *Fair Trade. The challenges of transforming globalization*. USA: Routledge, pp. 235.
- Salamon, Lester, S. Wojciech Sokolowski y Regina List (2003). *Global Civil Society: An Overview*. Baltimore: Johns Hopkins Center for Civil Society Studies. Disponible en <http://www.jhu.edu/~ccss/publications/pdf/globalciv.pdf>, (consultado enero de 2009).
- Sick, Deborah (2008). "Coffee, farming families, and Fair Trade in Costa Rica: New markets, same old problems?". *Latin American Research Review*. Volume 43, number 3, pp 193-208.
- Tellman, Beth, Leslie C. Gray y Christopher Bacon (2011). "Not fair enough: Historic and institutional barriers to Fair Trade coffee in El Salvador". *Journal of Latin American Geography*. Volume 10, No. 2, pp. 107-127.
- Transfairusa (2010). "Fair Trade Producer Profile: COARENE, Honduras". Disponible en <http://www.transfairusa.org/pdfs/profiles/COARENE.pdf> (consultado enero de 2010).
- Valkila, Joni (2009). "Fair Trade organic coffee production in Nicaragua. Sustainable development or a poverty trap?". *Ecological Economics*, pp. 3018-3025.
- Waltzer, Michael (1992). "The Civil Society Argument". Chantal Mouffe (ed.). *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship and Community*. London: Routledge.
- Wilson, Bradley (2009). "Indebted to fair trade? Coffee and crisis in Nicaragua". *Geoforum* 41, USA: Elsevier, pp.84- 92.



# Coffee, cooperatives, and *choba-choba*: the role of non-market labor networks in building equitable supply chains

## *Café, cooperativas y choba-choba: el rol de las redes laborales fuera del mercado la reconstrucción de cadenas de valor equitativas*

Noah H. Enelow\*

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2015

Fecha de aceptación: 16 de junio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1658

### Resumen extendido

La certificación de Comercio Justo (*Fairtrade*) se presenta como una importante intervención de mercado en el comercio internacional de bienes de consumo, a través del cual los pequeños productores agrícolas y artesanales, en regiones en vías de desarrollo, pueden obtener mejores precios de venta y conseguir acceso al crédito y la asistencia técnica. Las cooperativas, o asociaciones de productores, son un modo de organización clave a través del cual la mayoría de sistemas de certificación de comercio justo ofrecen sus beneficios. Sin embargo, muchas cooperativas, incluso aquellas que ofrecen primas de comercio justo, se debilitan por el persistente y significativo número de ventas externas hechas por sus mismos miembros a comerciantes intermediarios privados que trabajan para compañías que pertenecen a inversionistas. Debido a las ventas externas, las cooperativas son a menudo incapaces de garantizar un suministro confiable de café de sus miembros. Este artículo es el primero en establecer una conexión explícita entre las prácticas comerciales de los miembros de las cooperativas y las prácticas de trabajo agrícola que los miembros usan en el campo. El estudio econométrico presentado en el presente trabajo señala que los productores que utilizan proporcionalmente más métodos no comerciales de trabajo en sus campos, que incluye una tradición indígena de intercambio laboral llamada *choba-choba*, participan proporcionalmente en menos ventas externas.

El artículo examina el problema de ventas externas en la cooperativa de café Oro Verde de la región Lamas al norte de Perú, que abarca tanto indígenas de Lamas (Lamista) como comunidades mestizas. Las ventas externas han sido un problema para Oro Verde en el pasado, en el que un 46% de todo el café producido por los miembros se vendía a los intermediarios privados durante 2007. Los miembros de la cooperativa Oro Verde hacen uso de tres prácticas laborales: el trabajo conjunto basado en relaciones familiares, la mano de obra contratada y la costumbre indígena de intercambio laboral y por turnos conocida como *choba-choba*. La presencia de la costumbre *choba-choba* como reserva de trabajo no comercial compensa las imperfecciones en los mercados de trabajo y de crédito.

\* Noah H. Enelow, Ph.D., Universidad de Massachusetts. Economista Senior, Ecotrust. [nenelow@ecotrust.org](mailto:nenelow@ecotrust.org)

Esto mediante la reducción de necesidades de dinero en efectivo de los productores y la satisfacción de las alzas repentinas de demanda de trabajo. El pago en especie por el trabajo hecho también conlleva un menor costo de oportunidad cuando hay un involuntario desempleo local.

La hipótesis central de este estudio es que el acceso a la práctica *choba-choba* facilita patrocinio a la cooperativa y reduce las ventas externas. Los resultados de unas variables instrumentales (IV) del modelo probit confirman esta hipótesis, demostrando que los miembros de las cooperativas de café que hacen un uso más intenso del *choba-choba*, así como del trabajo en familia, participan en menos ventas externas y más ventas a través de la cooperativa en proporción a su cosecha total. Estos resultados indican que las prácticas laborales no comerciales, que incluye el trabajo en familia y *choba-choba*, desempeñan una función de apoyo en el fomento de la estabilidad y viabilidad financiera del mercadeo de las cooperativas agrícolas. Tres importantes implicaciones se derivan de estos resultados. Primero, las prácticas laborales no comerciales pueden desempeñar un papel importante en el proceso de construcción de instituciones agrícolas cooperativas y democráticas en los países en vías de desarrollo. Segundo, el proceso de formación de instituciones y relaciones de mercado cooperativas puede ser más exitoso en comunidades con fuertes estructuras locales de cooperación e intercambio no comercial preexistentes. Tercero, y en términos más generales, los patrones de intercambio no comercial son capaces de influir en los resultados del mercado. Fuertes relaciones de intercambio no comercial, como *choba-choba* pueden, por tanto, desempeñar un papel clave en la construcción del mercado socialmente equitativo que fue imaginado por los creadores del sistema de Comercio Justo.

*Palabras claves:* América Latina, Perú, café, comercio justo, cooperativas, desarrollo económico rural, mano de obra agrícola.

### Abstract

Agrarian marketing cooperatives are potentially important tools for rural development. However, many cooperatives experience significant outside sales to private intermediaries, even when offering price premiums through fair trade or organic certification programs. Outside sales weaken cooperatives by increasing supply uncertainty and making advance contracting more risky. This paper studies the problem of outside sales in a single coffee cooperative in northern Peru. Empirical results from an instrumental variables (IV) probit model suggest that coffee cooperative members' farm labor practices exert significant influence on their level of outside sales. Coffee growers that use more intensively cooperative labor networks known as *choba-choba*, as well as family household labor, engage in fewer outside sales and more sales through the cooperative as a proportion of their total harvest. These results suggest a linkage between the strength of coffee growing families and communities, and the robustness of agrarian marketing cooperatives.

*Key words:* Latin America, Peru, fair trade, coffee, cooperatives, farm labor, rural development.

## Introduction

Global policies to create a level playing field for international trade are a long way off. The international corn market is a classic example of a tilted playing field: state-subsidized, genetically modified and input-intensive U.S. corn outcompetes unsubsidized, biodiverse, ecologically grown Mexican corn. While in the U.S., corn subsidies have been allowed to continue unchecked, in Mexico the result of “free trade” for traditional farmers has been massive rural unemployment and out-migration, while an ancient and well-developed agricultural system has suffered decline (Mann, 2005; Boyce, 1996). Coffee is another example: unequal access to capital, market connections, and branding resources has ensured that the majority of coffee farmers remain poor, while a few trading companies and branded roasters reap large profits. The world trading system is kept unequal by the power of large-scale transnational corporations (TNCs) based in the global North (Fridell, 2007).

The loose-knit group of product certification systems known together as “Fair Trade” have emerged as a form of non-state, market-driven governance to address social equity issues in international trade (Cashore, Auld and Newsome, 2004). The Fair Trade system includes the non-profit, non-governmental trade certification body known as the Fairtrade Labelling Organization (FLO), which focuses primarily on agricultural products, as well similar organizations such as the Fair Trade Federation (FTF), which focuses on crafts. These and other private certification agencies (e.g. Fair Trade USA, IMO Fair for Life) work to ensure minimum living standards for small farmers, artisans and some industrial workers in developing countries by setting minimum prices and trading standards in wage setting, worker safety and environmental protection. The certifications work through the issue of a printed label on products, guaranteeing compliance with trading standards and best practices. Fair trade certifications serve as examples of successful, though limited, attempts to create niches within global markets that reflect concerns of social equity, poverty alleviation and environmental protection.

Existing empirical studies indicate that participation in fair trade certification systems has had a positive net impact on the well-being of producers of coffee and other commodities by several important measures. For instance, farmers who participate in FLO-certified marketing arrangements have demonstrated, on average, more secure land tenure (Bacon, 2008), superior educational outcomes (Arnould, Plastina and Ball, 2009), superior

**Participating farmers have also enjoyed increased purchasing power, improving household food security and nutritional diversity, though also increasing household dependence on purchased food (Jaffee, 2007).**



output prices (Becchetti and Costantino, 2006; Weber, 2011; Méndez et al., 2010) and higher household incomes (Arnould, Plastina and Ball, 2009). Participating farmers have also enjoyed increased purchasing power, improving household food security and nutritional diversity, though also increasing household dependence on purchased food (Jaffee, 2007). Participation in the FLO system has improved the average level of participating farmers' technical skills and organizational capacity (Ronchi, 2006; Raynolds, 2002; Van-

**Though the larger issues of poverty and underdevelopment cannot be fully addressed simply by higher output prices, there also exist some clear structural flaws in fair trade certification systems that limit its ability to maximize benefits to impoverished farmers and workers.**



derhoff Boersma, 2002). Cooperatives' participation in FLO-certified supply chains has, according to some studies, led to spillover price effects on local or regional markets, pushing up conventional coffee prices and increasing all growers' incomes (Milford, 2004).

Despite these positive impacts, fair trade certification has proven insufficient to address larger questions of rural development in the global South. Though the larger issues of poverty and underdevelopment cannot be fully addressed simply by higher output prices, there also exist some clear structural flaws in fair trade certification systems that limit its ability to maximize benefits to impoverished farmers and workers. The majority of the issues raised so far by academics, activists and other observers have related to the largest fair trade certifier, FLO. These include FLO's limited bureaucratic capacity, which entails the rationing of producers' access to the certified market (Weber, 2005); the influence of large-scale purchasers over the formation and updating of the standards, leading to stagnant minimum prices that fail to keep up with cost-of-living increases (Jaffee, 2007; Bacon, 2008), and the limitations in consumer demand for certified products, leading over half (55%) of certified coffee to be sold on the conventional market as of 2012 (Dragusanu, Giovannucci and Nunn, 2014).

This paper focuses on an additional, and often overlooked, flaw in the fair trade certification system that strongly influences the financial stability of cooperatives: members selling outside of the cooperative and the certification system. The price premiums offered to coffee cooperatives by fair trade certification are, in many cases, insufficient to ensure a reliable supply of coffee beans from the cooperatives' membership. Cooperative members frequently market their products to private intermediaries working for investor-owned firms operating in the non-certified market, often to meet immediate cash needs. Outside sales weaken cooperatives by reducing net revenues and increasing the risk of signing marketing contracts in advance of the harvest.

The study presented in this paper is the first examination of the relationship between farm labor and outside sales to cooperatives. The results of a 2007 survey conducted at the Oro Verde cooperative of Lamas, Peru, indicate that coffee households' reliance on non-market forms of labor, including a labor exchange practice called *choba-choba*, is associated with increased marketing through the cooperative, and fewer outside sales.<sup>1</sup>

The problem of outside sales has been given scant attention in economic studies of cooperatives until recently. Wollni and Fischer (2014) examine the relationship between members' landholdings and outside sales in Costa Rican coffee cooperatives. They find that the relationship follows an inverted U-shape: the smallest- and largest-scale growers engage in the fewest outside sales, and the growers of intermediate scale engage in the most. However, their study does not include a variable describing the coffee growing household's farm labor practices. Vorlaufer et al. (2012) examine the determinants of free-riding in a cross-sectional sample of 120 Kenyan coffee cooperatives, using outside selling as one of three indicators of free riding.<sup>2</sup> They find that larger and more socially heterogeneous cooperatives are more likely to experience high levels of free riding.

This paper will proceed as follows. The next (second) section introduces the agricultural marketing cooperative as an economic institution, and summarizes the recent literature on the benefits and drawbacks of cooperatives as rural development organizations. The third section introduces the Oro Verde coffee cooperative of Lamas, Peru, and summarizes qualitative data on the incidence of and reasons for outside selling by cooperative members. The fourth section presents the results of my econometric study on the determinants of outside selling by members of the Oro Verde cooperative. The fifth section concludes briefly.

## Coffee Cooperatives and Farmer Welfare

Agricultural marketing cooperatives (hereafter referred to as “cooperatives”) are democratically governed, membership-based organizations that provide inputs, technical assistance, post-harvest processing, storage, quality control and marketing services to a number of small, independent agricultural producers. Successful cooperatives can improve producers' welfare by providing higher farm gate prices, access to credit, technical assistance, market information and other important services. Fair trade, organic and other certifications pay price premiums at the level of the cooperative, which disburses the premiums to members after taking deductions for expenses. Studies of the relationship between fair trade certification and cooperatives have found a significant positive effect of participation in fair trade on cooperatives' organizational performance (Ronchi, 2006; Raynolds, 2002).

---

1 Marketing coffee through a cooperative is called *patronizing* the cooperative; the product marketed through the cooperative is referred to as *patronage*.

2 The other two indicators of free riding are: selling to cooperatives the grower does not belong to; and re-selling inputs provided at discount by the cooperative on secondary markets.

In serving a large number of members with a broad range of services, cooperatives exploit both economies of scale and economies of scope (Schroeder, 1992; Molinas Vega, 1997). Input provision, technical assistance, storage and warehousing, marketing and communications all exhibit economies of scale. Economies of scope exist due to complementarity among the cooperative's services: the provision of technical assistance to farmers ensures continuous improvement in output quality, which complements the quality control function of the enterprise and ensures higher prices.

Despite their benefits, cooperatives also possess disadvantages with respect to investor-owned firms. Participation in cooperatives incurs high transaction and governance costs, measurable in terms of coffee growers' scarce time that must be spent participating in, and traveling to and from, meetings. These costs often rise as membership increases and governance becomes more complicated. Cooperatives may thus fail to exploit economies of scale in production, processing and marketing that can only be attained at higher levels of membership (Mosheim, 2002); the organizations often remain too small to affect local or regional development outcomes significantly. When cooperatives do grow to large scale, they may suffer from underinvestment, as a decentralized and diffuse membership of small farmers may prioritize their own incomes above building up the organization's capital assets (Porter and Scully, 1987). Cooperatives in poor communities may also suffer from scope creep: addressing competing social and environmental objectives such as health care and clean water may reduce a cooperative's capacity to provide core services of marketing and technical assistance (Lele, 1981). Finally, cooperatives' governance structures may be captured by small groups of elite producers through either outright vote-buying (Mude, 2006) or superior access to funds for elections (Banerjee et al., 2001).

In this context, outside selling by members represents a significant vulnerability to cooperative organizations. Cooperatives depend on deductions from members' sales to finance operations; members benefit from those operations in the form of improved access to output markets, technical assistance, quality control, and other important services. Yet, selling to outside intermediaries may be in members' short-term individual interests for a variety of reasons, including timeliness of payments (Fischer and Qaim, 2011), temporarily high price offers from intermediaries and lack of minimum quality standards by intermediaries or the firms for whom they work. Members may thus engage in outside selling and free-ride on others' contributions to the cooperative (Vorlaufer, Wollni and Mithofer 2012), undermining the organization's financial stability and ability to provide reliable marketing and extension services. The next section examines these issues in the context of the Oro Verde coffee cooperative.

## The Oro Verde coffee cooperative

The Oro Verde coffee cooperative of Lamas, Peru, was formed in 1999 with the support of the Alternative Development program of the United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC), as Peru sought an alternative agricultural strategy in areas of the Upper Amazon that had been ravaged by the cocaine trade. Oro Verde achieved organic certification through Bio Latina in 2001, and gained admission to the FLO registry in 2003. From a small initial group of 56 members, the cooperative blossomed to 450 active members (*socios hábiles*) and 1.000 total members, including provisional members (*socios en acercamiento*), when the author first visited in January 2007. The organization now consists of 1.024 total members, who cultivate a total of 20.000 quintals (qq) of raw green coffee on 2.100 hectares and 5.000 sacks (60 kg) of cacao on 900 hectares, for a total of S/ 15.077.658 *nuevos soles* (\$5.472.834 USD) in gross sales (Aquino, 2012). From its origins in coffee, it has diversified into cacao, honey, organic sugar (called *panela*), a tropical nut called *sacha inchi* and a line of products for the domestic market that includes roast and ground coffee, chocolate in bar and powder form, *sacha inchi* oil, *panela* and honey; it owns and operates a retail outlet, lodge and conference center in Lamas. The cooperative has cultivated a broad and deep network of relationships with organic and fair trade certified coffee and chocolate buyers and roasters, as well as international development agencies including USAID; it exports to ten countries in Europe and North America.

Oro Verde was founded in the town of Lamas, population 16.871, the center of a Quechua-speaking region near the city of Tarapoto in the Mayo river watershed. From its beginnings, Oro Verde has worked closely with indigenous *Lamista* communities, establishing long-term relationships with their members and working closely with their leaders to integrate high-quality organic coffee production into the life of the communities. As of 2007, residents of *Lamista* communities represented 25% of the cooperative; 40% of cooperative members speak Quechua as a native language. While coffee has been cultivated in the Lamas region since the early 20th century, its importance to the region increased sharply in the aftermath of the cocaine boom of the 1980s, which brought about rapid deforestation, water pollution and a range of social ills including alcoholism, prostitution and violence. Coffee grows at roughly the same altitudes as coca, and has thus become a principal alternative crop for the region through the work of Oro Verde and its partners.

Oro Verde, like many coffee cooperatives, has suffered from problems of outside sales. In 2006, according to research done in 2007, 46% of all coffee grown by members was sold to private intermediaries, despite the fact that the average price premium, not including end-of-year dividend, offered by the cooperative was 37 Nuevos Soles/qq (\$0,25/kg in 2006 USD).<sup>3</sup> Taking into account the end-of-year dividend offered by the cooperative, the

---

3 S/ refers to Peruvian New Soles; qq refers to the measurement unit *quintal*, defined as 46 kg of washed, dried green coffee beans. The average price premium only includes the coffee cooperative members who actually sold coffee to intermediaries.

average total price advantage offered by the cooperative was 86 Nuevos Soles/qq (\$0,57/kg in 2006 USD). In 2007, the cooperative management expressed concern that outside sales would increase, since world coffee prices had risen from the previous year and as a result, local private intermediary traders were increasing the prices they offered to farmers. Managers were concerned that the resulting reduction in patronage would jeopardize the coop-

**The cooperative has cultivated a broad and deep network of relationships with organic and fair trade certified coffee and chocolate buyers and roasters, as well as international development agencies including USAID.**



erative's ability to fulfill contracts with buyers that it had signed in advance of the harvest. These problems were discussed frequently in cooperative meetings, with managers and agronomists engaging in vigorous persuasion to induce member patronage and dissuade members from engaging in outside sales.

Informal discussions and semi-structured interviews with growers in 2007 revealed that the growers' need for short-term cash was a major factor behind their decisions to sell to outside intermediaries rather than the cooperative. As in many agrarian regions, private intermediaries in Lamas tend to pay growers more promptly than the cooperative (Bacon, 2008; Fischer and Qaim, 2011). Wage labor constitutes the largest single harvest season expense for most coffee farmers, and is thus the primary reason for grower's immediate cash needs. Growers reported average total hired field labor cost of 9.262 Nuevos Soles/ during 2006 (\$2.832 in 2006 USD); average total income from coffee was reported as 16.861 Nuevos Soles/ during that year (\$5.156 in 2006 USD). Wage labor thus absorbed an average of 55% of coffee growers' gross household income during 2006.

Family-based household labor is common among coffee growers in the Lamas region, providing one stream of non-market labor that reduces growers' cash needs. However, family labor is not the only form of non-market labor available to coffee growing households. A large number of growers in the Lamas region practice an in-kind, non-monetary labor exchange called *choba-choba*. The practice of *choba-choba* consists of labor rotations among a pair or a group of households, lasting a day to a week in length, during times of peak labor demand, such as the harvest. Labor exchanges of this kind are traditional, ancestral practices that predate Spanish colonization and are common throughout the Andean and Amazonian regions (Mayer, 2001).

Table 1 presents a typology and breakdown of Oro Verde coffee growers' total annual labor from 2006, based on a survey from a cross-sectional random sample of 150 coffee growers taken in 2007. The sample was stratified across the sixteen village and towns in the region that contained cooperative members who grew coffee as of 2006. The survey includ-



ed questions about the amount of land under cultivation, the volume of coffee produced, the proportions sold through the cooperative and intermediaries, and the prices received; demographic information about the growers' household, including the number of working members by age and gender, and the number of members attending school. The survey also included questions asking the grower about the number of total person-days of hired wage labor during the previous season, and the number of total person-days of *choba-choba*.<sup>4</sup> The anonymity of the survey was assured and an agreement to use the data anonymously was signed by all growers.

Table 1 indicates that 59% of Oro Verde members use some amount of *choba-choba* in their fields. On average, coffee growing households in 2006 made use of *choba-choba* for a total of 101 person-days, a total of 5,9% of all labor used by the household. Family-based household labor and hired wage labor are more common than *choba-choba*. In 2006 the average coffee growing household made use of family labor for 877 person-days (51% of all labor days) and wage labor for an average of 731 person-days (43% of all labor days). Though the use of *choba-choba* is widespread, it is not used intensively by most growers.

Table 1.  
Typology and Breakdown of Oro Verde Coffee Growers' Annual Labor (2006)

Labor Type	Person-days / year			% total labor	% households participating
	Mean	Median	Standard Deviation		
Family (Within household)	877,3	715,0	457,4	51,3%	100,0%
Hired Wage Labor	731,4	705,0	603,3	42,8%	88,0%
Choba-choba (exchange labor)	100,6	36,5	145,1	5,9%	59,3%

Source: Enelow (2012).

The principal hypothesis of this study is that coffee growers who use proportionally more *choba-choba* on their fields will market a larger proportion of their product through the cooperative. The central claim underlying my hypothesis is that growers engaging in more frequent *choba-choba* are able to access a more reliable flow of labor than coffee growers engaging in less frequent *choba-choba*. This reliable flow of labor facilitates the cultivation, harvest, and primary processing of coffee beans that meet cooperatives' minimum requirements for bean quality and moisture content.

Non-market, in-kind exchange labor such as *choba-choba* ensures a more reliable flow of field labor for a coffee growing household due to local wage labor and credit market imperfections. There are three major reasons why *choba-choba* can compensate for market imperfections. First, as stated above, growers with available *choba-choba* require less cash on a short-term basis to finance ongoing cultivation and harvest operations. For growers

<sup>4</sup> The number of family household labor days was imputed from the number of working members.

engaging in *choba-choba*, momentary shortfalls in the availability of cash will not translate into interruptions in field labor. Under conditions of perfect credit markets, such shortfalls would never occur; *choba-choba*, as a form of labor without a cash payment, thus substitutes for a missing or imperfect credit market. Second, *choba-choba* can meet temporary spikes in labor demand for growers holding coffee plots at varying altitudes. Due to the variability of plot altitudes within a community, the peak harvest, and hence peak labor demand, occurs at different times throughout the season. Due to regional labor market imperfections in Lamas, wage labor is not always available in sufficient quantity during times of peak demand; during the alternating slack periods, the members of coffee growing households do not always find employment. Exchanging labor with fellow community members thus represents an efficient use of scarce household labor.<sup>5</sup> Third, given the presence of involuntary local unemployment, *choba-choba*, as labor repaid in kind, is economically cheaper than hired wage labor in terms of opportunity cost. Suppose the probability of finding a job on the labor market, given that one is actively looking, is  $p$  ( $< 1$ ) and the local wage is  $w$ . The opportunity cost of family household labor or *choba-choba* is  $pw$ , which is less than the market wage. A day of *choba-choba* thus obtains a lower implicit wage than a day of hired labor.

The 2007 survey contained a module asking growers to explain their marketing behaviour. Growers were asked to report the quantities of coffee they had sold to the cooperative and up to three separate intermediary traders, and the prices received from each. Growers that had undertaken any outside selling were asked to state their reasons for doing so.<sup>6</sup> Growers were allowed to give more than one reason for outside selling and were, in general, quite vocal about the motivations behind their marketing decisions. I grouped the 127 total responses to this question into three categories: quality, financial and organizational problems.

Response themes and categories are indicated in Table 2. The top two responses were “Coffee of poor quality” and “Need for quick money,” each with 38 total responses. We cannot tell from these responses the underlying causal factors responsible for the low quality of the coffee. Possible causes include: growers’ inexperience or lack of skill in cultivation; growers’ negligence (a form of free-riding); or a shortage of labor in the field. The third response, “Did not meet cooperative’s moisture requirements,” suggests that the growers had not properly supervised the drying of the coffee beans once they were picked. This issue, too, could be caused by either a lack of skill, negligence, labor shortage, or some combination of the three. Notably, in only four cases did a grower cite the intermediary’s superior price offer as a stated reason for outside selling.

5 A more detailed exposition of this argument can be found in Enelow (2012).

6 The exact wording of the question was: “Why didn’t you sell all your production to the cooperative last year?” (In Spanish, it was: “¿Por qué no vendió toda su producción a la cooperativa el año pasado?”)

Table 2.  
Cooperative Members' Stated Reasons for Outside Selling

Response	# of Responses	Response Category
Coffee of poor quality	38	Quality
Need for quick money	38	Financial
Did not meet cooperative's moisture requirements	14	Quality
Badly timed collection process ( <i>acopio</i> )	14	Organization
Cooperative failed to disburse funds	9	Financial
Intermediary offered superior price	4	Financial
Insufficient time / lack of desire to select beans	2	Quality
Lack of organic certification	2	Quality
Other organizational problems	6	Organization
<b>Total Quality</b>	<b>56</b>	
<b>Total Financial</b>	<b>51</b>	
<b>Total Organization</b>	<b>20</b>	

Source: Enelow (2012).

## Determinants of Cooperative Patronage

The previous section argued that access to non-market labor brought about a more reliable supply of field labor for coffee growers. The qualitative results presented in Table 2 above suggest that labor availability may play a role in determining member patronage. This section links together the argument by testing econometrically the proposition that higher use of non-market farm labor practices is associated with increased patronage. To test this proposition, I use an instrumental variables (IV) probit model. The probit model was developed to analyze probabilities associated with binary outcomes; however, it can also be used to analyze fractional outcomes such as market shares, vote shares, or participation rates (Gardeazabal, 2010). The dependent variable of the model is the percentage of coffee marketed through the cooperative. The key independent variable of interest is the share of farm labor that takes the form of *choba-choba*. By using instrumental variables, I address the question of reverse causality from patronage to *choba-choba*. If participation in *choba-choba* does facilitate cooperative patronage and allows growers to realize higher output prices, then participation in a cooperative creates a positive incentive to engage in *choba-choba*. If this incentive exists, past patronage would lead to higher current *choba-choba* usage. This line of reasoning implies that growers with longer tenure in the cooperative will practice *choba-choba* at a higher rate, holding other factors constant.

**If participation in *choba-choba* does facilitate cooperative patronage and allows growers to realize higher output prices, then participation in a cooperative creates a positive incentive to engage in *choba-choba*.**



The second-stage regression uses six control variables. The *family\_labor* variable refers to the share of total farm labor that is performed by members of the grower's household.<sup>7</sup> *price\_premium* refers to the size of the per-quintal price premium offered by the cooperative, which does not include the end-of-year, per-quintal dividend paid out by the cooperative to the members out of net revenues. By excluding the dividend, I measure only the effect of the immediate price incentive offered by the cooperative relative to the intermediary. *hectares\_cultivated* refers to the size of the grower's landholding in hectares. *years\_education* is a variable measuring the total number of years of education attained by the most educated member of the grower's household. *household\_char* is a dummy variable for higher-quality dwelling characteristics including cement or wooden floors, brick or wooden walls, or tiled roofs; it is a proxy for household wealth. *received\_credit* is a dummy variable that takes the value of 1 if the grower received credit from any financial institution, including the cooperative, during the past harvest season. Pairwise correlation between the *years\_education* variable and the *choba\_choba* variable is statistically significant at the 1% level; no other independent variables from the second-stage regression are statistically significantly pairwise correlated with *choba\_choba*.

The first-stage regression models participation in *choba-choba* using three instruments across two different models, labeled A and B in Table 3 below. *native\_community* is a dummy variable that takes the value of 1 if the grower resides in a native Lamista community: since *choba-choba* is a native custom, native community residence exerts a causal influence on participation in it, even though many non-native families have adopted the practice as well. This variable is included as an instrument in both specifications. *years\_coop\_tenure* is a variable measuring the number of years that the grower has been a member of the cooperative; it measures the endogeneity of *choba-choba* to cooperative participation. Over time, if *choba-choba* leads to better grower outcomes with respect to the cooperative, then cooperative members would increase their engagement in *choba-choba*, the longer they remain cooperative members. Finally, the *leadership\_status* variable is a dummy variable that takes the value of one if the grower has served in a position of cooperative leadership in the present or any time in the past. This variable tests the hypothesis that cooperative leaders may be prone to engaging in more *choba-choba* due to higher levels of household social capital.

<sup>7</sup> I cannot also include the share of farm labor performed by hired wage workers, since the three labor shares sum to one. Including wage labor would thus create problems of collinearity in my regression.

Notably, *leadership\_status* is statistically significantly pairwise correlated with *choba\_choba* ( $p < 10\%$ ). Since *years\_coop\_tenure* and *leadership\_status* are statistically significantly pairwise correlated with each other ( $p < 5\%$ ), each are included separate specifications. *years\_education* and *leadership\_status* are also statistically significantly pairwise correlated ( $p < 1\%$ ); the education variable is thus dropped from the second-stage regression in specification B, in which the leadership variable is included as a first-stage regressor.

The results are presented below in Table 3. Briefly, these results indicate that a higher share of farm labor as *choba-choba* is associated with a higher share of cooperative member patronage and a lower share of outside sales.<sup>8</sup> The coefficient on *choba\_choba* in the second-stage regression is positive and statistically significant at the 1% level or below in both models. *choba-choba* is positively associated with patronage when it is instrumented by native community residency, and either cooperative tenure as in Model A, or leadership status as in Model B. Importantly, in both models the first-stage variables are statistically significant and exogenous instruments for *choba-choba*. The *native\_community* variable is statistically significant at or below the 1% level in both models. The *years\_coop\_tenure* variable is statistically significant at or below the 5% level in Model A, and the *leadership\_status* variable is statistically significant at or below the 10% level in Model B. A Wald test for instrument exogeneity indicates that the first-stage instruments are statistically significantly exogenous at or below the 5% level in Model A, and the 10% level in Model B.

The coefficient on *family\_labor* is positive and statistically significant at or below the 5% level in both models, suggesting that increased use of family labor is also associated with increased patronage, which confirms the central hypothesis regarding the beneficial impacts of non-market labor. The coefficient on *price\_premium* is also positive and statistically significant at or below the 5% level in both models: higher price premiums paid by the cooperative are correlated with higher patronage. Size of landholdings, household characteristics, and households' receipt of credit play no statistically significant role in determining patronage. The *years\_education* variable is negative and statistically significant at or below the 5% level in Model A. Additional years of education by cooperative members are negatively correlated with patronage, perhaps due to superior market opportunities outside the cooperative for more educated cooperative members. The Wald test for joint significance of the coefficients returns a chi-squared variable with seven degrees of freedom; it is significant at or below the 1% level in both models.

8 In a probit model, the marginal effects of each independent variable are non-constant and depend on the values of the other coefficients. This essay does not report these marginal effects but limits itself to reporting qualitative results for reasons of space and complexity.

Table 3.  
Results: Determinants of Cooperative Patronage

Variable	Model	
	A	B
<i>Choba_choba</i>	6,12***	5,64***
<i>Family_labor</i>	0,79**	0,80**
<i>Price_premium</i>	0,006**	0,006**
<i>Hectares_cultivated</i>	0,035	0,019
<i>Years_education</i>	-0,086**	
<i>Household_char</i>	0,016	0,016
<i>Received_credit</i>	-0,01	-0,002
CONSTANT	-0,26	-0,74***
<b>Instruments from First Stage Regression</b>		
<i>Native_community</i>	0,087***	0,086***
<i>Years_coop_tenure</i>	0,008**	
<i>Leadership_status</i>		0,03*
Log pseudo-likelihood	56,36	49,36
Wald (joint significance)	44,88***	40,95***
Wald (instrument exogeneity)	4,9**	2,93*
*≤10%; **≤5%; ***≤1%		

Source: Enelow (2012).

## Conclusions

The results of this study indicate that non-market labor practices, including both *choba-choba* and family household labor, play a supportive role in fostering agrarian marketing cooperatives' stability and financial viability. Growers that rely to a greater extent on non-market labor engage in fewer outside sales and more cooperative patronage per volume of product. These results suggest a strong role for non-market labor practices in the process of building cooperative, democratic institutions in agrarian regions of the developing world. Fair trade relationships, through the price premiums they offer, provide a bulwark of support for this process. The process of forming cooperative-based market relationships and institutions may be more successful in communities with strong pre-existing local structures of cooperation and reciprocity. The results suggests that agricultural communities which are heavily dependent on wage labor contracted through labor markets may find cooperative structures more difficult to set up and maintain.

These results also indicate that patterns of non-market exchange are capable of influencing market outcomes. In the context of a cooperative-based market system, coffee growing households that work together outside the labor market attain more favorable market outcomes, in the form of higher output prices, than households that do not. Further work in economic theory can thus examine the social dimension of market transactions as an important determinant of outcomes. Echoes of this argument can be found in contemporary accounts of community-based enterprises in the Andes (Peredo, 2012), in which communities act as collective entrepreneurs. The finding also harkens back to earlier accounts of Andean production relations that emphasize what Guillet (1977) calls “associative production strategies” employed by village communities in the pursuit of economic security and well-being.

The fair trade system stands as an experiment in constructing a different market (Vanderhoff Boersma, 2009) that bases its core trading relationships on reciprocity and enlightened self-interest rather than profit-maximization and greed. While the system has had an undeniable positive impact, its reach has been limited by unequal power relations and persistent poverty in rural regions of the developing world. This study suggests that local forms of cooperation such as *choba-choba*, as well as strong family household labor practices, stand as important building blocks in this “different market”, by underpinning the success of formally structured cooperative organizations. Support for non-market labor practices within coffee growing communities can thus play a potentially important role in deepening the impact of the fair trade system.

## Bibliography

- Aquino, Sandro (2012). “Oro Verde: 1999-2012.” Presentation, Tarapoto, San Martin, Peru: CAC Oro Verde, August.
- Arnould, Eric J., Alejandro Plastina and Dwayne Ball (2009). “Does Fair Trade Deliver on its Core Value Proposition? Effects on Income, Educational Attainment, and Health in Three Countries.” *Journal of Public Policy and Marketing*, Vol. 28, No. 2, 186-201.
- Bacon, Christopher M. (2008). “Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce the Vulnerability of Small-Scale Farmers in Northern Nicaragua?” In *Confronting the Coffee Crisis: Fair Trade, Sustainable Livelihoods, and Ecosystems in Mexico and Central America*, ed. Christopher M. Bacon, V. Ernesto Mendez, Stephen R. Gliessman, David Goodman, and Jonathan A. Fox. Cambridge, MA: MIT Press. doi:10.1016/j.worlddev.2004.10.002.
- Banerjee, Abhijit, Dilip Mookherjee, Kaivan Munshi and Debraj Ray (2001). “Inequality, Control Rights, and Rent Seeking: Sugar Cooperatives in Maharashtra.” *Journal of Political Economy*, Vol. 109, No. 1, 138-190.

- Becchetti, Leonardo and Marco Costantino (2006). "The effect of Fair Trade on marginalized producers: an impact analysis on Kenyan farmers." Working Paper No. 41, Palma de Mallorca: ECINE: Society for the study of economic inequality.
- Boyce, James K. (1996). "Trade Liberalization, Ecological Distribution, and In Situ Genetic Diversity." *Journal of Income Distribution*, Vol. 6, No. 2, 265-286.
- Cashore, Ben, Graham Auld and Deanna Newsome (2004). *Governing Through Markets: Forest Certification and the Emergence of Non-State Authority*. New Haven: Yale University Press.
- Dragusanu, Raluca, Daniele Giovannucci and Nathan Nunn (2014). "The Economics of Fair Trade." *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 28, No. 3, 217-236.
- Enelow, Noah (2012). *Fair Trade Coffee, Agrarian Cooperatives, and Rural Livelihoods in Peru*. PhD Dissertation, Amherst, MA: University of Massachusetts.
- Enelow, Noah (2014). "Farm Labor Networks, Cooperatives and Fair Trade: An Empirical Analysis of Peru's Coffee Growers." Working Paper #357. Amherst, MA: Political Economy Research Institute, University of Massachusetts.
- Fischer, Elisabeth and M. Qaim (2011). "Smallholder Farmers and Collective Action: What Determines the Intensity of Participation?" *Proceedings of the German Development Economics Conference*, No. 28. Berlin.
- Fridell, Gavin (2007). *Fair Trade Coffee: The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*. Toronto: University of Toronto Press.
- Gardeazabal, Javier (2010). "Vote Shares in Spanish General Elections as a Fractional Response to the Economy and Conflict." Working Paper. Stockholm: EUSECON.
- Guillet, David (1977). *A Comparative Study of Production Organization Among Peasants in Peru, Ecuador, and Colombia, with Special Reference to Associative Production Strategies*. Bogotá: Interamerican Institute of Agricultural Sciences.
- Jaffee, Daniel (2007). *Brewing Justice: Fair Trade, Sustainability, and Survival*. Berkeley: University of California Press.
- Lele, Uma (1981). "Cooperatives and the poor." *World Development*, Vol. 9: 55-72.
- Mann, Charles (2005). *1491: New Revelations of the Americas Before Columbus*. New York: Alfred Knopf.
- Mayer, Enrique (2001). "The Rules of the Game in Andean Reciprocity." In *The Articulated Peasant: Household Economies in the Andes*, Enrique Mayer. Boulder, CO: Westview Press.
- Méndez, V. Ernesto, Christopher M. Bacon, Meryl Olson, Seth Petchers, Doribel Herrador, Cecilia Carranza, Laura Trujillo, Carlos Guadarrama-Zugasti, Antonio Cordon and Angel Mendoza (2010). "Effects of Fair Trade and Organic Certifications on Small Farmer Coffee Households in Central America and Mexico." *Renewable Agriculture and Food Systems*, Vol. 25, No. 3, 236-51.
- Milford, Anna (2004). "Coffee, cooperatives, and competition." Working Paper. Bergen, Norway: Chr. Michelsen Institute.



- Molinas Vega, Jose R (1997). *Rethinking Rural Development: Making Peasant Organizations Work. The Case of Paraguay*. PhD Dissertation, Amherst, MA: University of Massachusetts.
- Mosheim, Roberto (2002). "Scale and Allocation: Explaining the Performance and Policy Implication of the Coffee Sector in Costa Rica." Working Paper. Pittsburgh, PA: Latin American Studies Association.
- Mude, Andrew G. (2006). "Institutional Incompatibility and Deregulation: Explaining the Dismal Performance of Kenya's Coffee Cooperatives." Working Paper. Nairobi : CGIAR.
- Peredo, Ana Maria (2012). "The Difference Culture Makes: The Competitive Advantage of Reciprocal, Non-Monetary Exchange." In *Businesses with a Difference: Balancing the Social and Economic.*, L. Mook, J. Quarter and S. Ryan, 87-110. Toronto: University of Toronto Press.
- Porter, Philip K. and Gerald W. Scully (1987). "Economic Efficiency in Cooperatives." *Journal of Law and Economics*, Vol. 30, No. 2, 489-512.
- Raynolds, Laura (2002). *Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: Existing Research and Critical Issues*. Working Paper. Fort Collins, CO: Colorado State University Center for Fair and Alternative Trade Studies. <http://www.cfat.colostate.edu>.
- Ronchi, Lorraine (2006). "The Impact of Fair Trade on Producers and their Organizations: A Case Study with Coocafe in Costa Rica." Working Paper No. 11. Sussex, UK: University of Sussex: Poverty Research Unit.
- Schroeder, Ted (1992). "Economies of Scale and Scope for Agricultural Supply and Marketing Cooperatives." *Review of Agricultural Economics*, Vol. 14, No. 1, 93-103. doi:10.2307/1349610.
- Vanderhoff Boersma, Franz (2002). "Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Networks: The Case of UCIRI, Oaxaca, Mexico." Working Paper. Fort Collins, CO: Colorado State University Center for Fair and Alternative Trade Studies.
- Vanderhoff Boersma, Franz (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, No. 1, 51-61. doi:10.1007/s10551-008-9766-4.
- Vorlaufer, Miriam, Meike Wollni, Meike and Dagmar Mithofer (2012). "Determinants of Collective Marketing Performance: Evidence from Kenya's cooperatives." Working Paper. Milwaukee: International Association of Agricultural Economists.
- Weber, Jeremy (2011). "How Much More Do Producers Receive for Fair Trade Coffee?" *Food Policy*, Vol. 36, No. 5, 678-85.
- Weber, Jeremy (2005). "Rationing in the Fair Trade market: who enters and how?" Lancaster, PA: MEDA Consulting Group.
- Wollni, Meike and E. Fischer (2014). "Member deliveries in collective marketing relationships: evidence from coffee cooperatives in Costa Rica." *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 42, No. 2, 287-314. doi:10.1093/erae/jbu023.

# La ciudad brasileña del Comercio Justo: una experiencia pionera en Poços de Caldas\*

## *The Brazilian Fair Trade Town: a pioneering experience in Poços de Caldas*

Marcela Barone y Samuel Frederico\*\*

Fecha de recepción: 24 de marzo de 2015

Fecha de aceptación: 10 de julio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1632

### Resumen

El presente artículo tiene como objetivo principal analizar la implantación de la Ciudad del Comercio Justo (*Fair Trade Town*), en Poços de Caldas, Brasil, con el fin de identificar cuáles son los principales desafíos para estimular el consumo interno de productos *Fair Trade* en un país productor. Por tanto, la investigación fue dividida en tres partes: (i) enfatizar la inserción reciente de Brasil en el Comercio Justo, (ii) abordar la implantación de la Ciudad del Comercio Justo en Poços de Caldas, (iii) presentar algunos datos obtenidos en encuestas con consumidores locales sobre el conocimiento y consumo de productos *Fair Trade*. De manera general, la baja renta de una gran parte de la población y la fuerte desigualdad social, son limitantes importantes en la difusión del consumo de productos de Comercio Justo en países subdesarrollados como Brasil. Sin embargo, ciudades con una fuerte capacidad turística y con indicadores sociales mayores que la media brasileña, como Poços de Caldas, poseen un gran potencial de crecimiento en estos mercados. Los datos obtenidos demuestran que el conocimiento de la sociedad local sobre este movimiento, es todavía bajo, por lo que, se requiere de una mayor concientización y difusión de sus principios.

*Palabras clave:* Ciudad del Comercio Justo, Poços de Caldas, Brasil.

### Abstract

This article aims to analyze the implementation of the Fair Trade Town in Poços de Caldas, Brazil, in order to identify what are the main challenges in stimulating domestic consumption of Fair Trade products in a producing country. For this, the paper is organized into three parts: (i) emphasizes the recent insertion of Brazil in Fair Trade, (ii) discusses the implementation of the Fair Trade Town in Poços de Caldas, (iii) and presents some data, collected in interviews with local consumers, on the knowledge and consumption of Fair Trade products. Generally, the low-income of large portion of the population and the sharp social inequality are important limiting the spread of the consumption of Fair Trade products in developing countries like Brazil. However, cities like Poços de Caldas with strong tourist appeal and above the Brazilian average social indicators have great potential for this market growth. Nevertheless, the survey data shows that knowledge about the movement is still low, which requires greater public awareness campaign and dissemination of its principles.

*Key words:* Fair Trade Town, Poços de Caldas, Brazil.

\* El artículo es resultado de una investigación realizada con apoyo de la “Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo” (FAPESP).

\*\* Marcela Barone, Geógrafa, estudiante de Maestría en Geografía en la Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus Rio Claro, Brasil. baronemarcela@yahoo.com.br. Samuel Frederico, Geógrafo, Profesor Asistente, Doctor del Departamento de Geografía en la Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus Rio Claro, Brasil. sfrederico@rc.unesp.br

## Introducción

**E**l 12 de diciembre de 2012, la página web especializada “*Café point*” anunció el titular “*Poços de Caldas é a primeira Fair Trade Town entre as regiões produtoras de café do globo*”. Otros periódicos y páginas de internet también presentaron la noticia como: Primera Ciudad del Comercio Justo en América Latina y en un país productor. El municipio brasileño, Poços de Caldas, localizado en la región sur de Minas Gerais, así como otros municipios vecinos, ya poseían asociaciones de pequeños productores y empresas con certificación *Fair Trade* (Comercio Justo), destinadas sobre todo, a la exportación de productos para países desarrollados. La novedad de la noticia reside en la iniciativa de promover el consumo de productos del Comercio Justo a los mercados locales de los países del Sur.

**La Ciudad del Comercio Justo de Poços de Caldas, se destaca por ser la primera, y hasta el momento, el único municipio brasileño que une las tres esferas de la regulación social (gobierno, empresas y representantes de la sociedad civil organizada).**



De manera general, el Comercio Justo se estableció como una colaboración comercial entre los productores del Sur y los consumidores del Norte (Pedini, 2011; Mascarenhas, 2007). Sin embargo, recientemente algunos países productores comenzaron a organizarse para crear redes locales de consumo con la intención de disminuir la dependencia con los mercados externos. En este sentido, la Ciudad del Comercio Justo de Poços de Caldas, se destaca por ser la primera, y hasta el momento, el único municipio brasileño que une las tres esferas de la regulación social (gobierno, empresas y representantes de la sociedad civil organizada). Su objetivo es establecer una mayor relación entre el campo y la ciudad, por medio de políticas municipales de estímulo al consumo y divulgación de los productos del Comercio Justo en un país productor.

Por tanto, este artículo tiene como objetivo analizar la implantación de la Ciudad del Comercio Justo en Poços de Caldas, con el fin de identificar cuáles son los principales desafíos para estimular el consumo de productos de Comercio Justo en un país productor. Para ello, en primer lugar se presenta la reciente inserción brasileña en el Comercio Justo y la organización de la Ciudad del Comercio Justo en Poços de Caldas, a partir de información obtenida en la bibliografía consultada y en las entrevistas realizadas con actores implicados en este proceso. Además, se comenta los datos sobre el conocimiento y consumo de productos del Comercio Justo, obtenidos en entrevistas con consumidores de un supermercado en Poços de Caldas. Se espera que este trabajo contribuya con el debate sobre los desafíos y posibilidades de nuevas formas de inserción de los países productores en el Comercio Justo.

## La inserción del Comercio Justo en Brasil

Aunque las iniciativas del movimiento *Fair Trade* (Comercio Justo) que surgieron en la década de 1960-70, las primeras acciones en Brasil ocurrieron solamente a finales de la década de 1990. Para la *Fair Trade Labelling Organization International* (FLO), una de las principales redes que coordina y regula internacionalmente el Comercio Justo, Brasil se encontraba fuera de ese movimiento, pues se consideró que no existía agricultura familiar en el país. A pesar de algunas formas alternativas de producción agrícola (agroecológica y agricultura orgánica) y comercialización solidaria (tiendas alternativas vinculadas a organizaciones sindicales/cooperativas y puntos de venta de economía solidaria) que ya existían en Brasil, la *Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo* (COOPFAM), reconocida por la producción de café orgánico, fue oficialmente la primera organización brasileña de productores que estableció relaciones con los compradores del Comercio Justo, en 1997.

La inserción brasileña en el Comercio Justo fue estimulada sobre todo debido a problemas enfrentados por los caficultores en la década de 1990. La aceptación de las políticas neoliberales y la falta de reglamentación en la política cafetera estatal, se reflejó en la caída de los precios internacionales y del porcentaje recibido por los caficultores en el valor final del producto. Estos valores alcanzaron los más bajos índices históricos en los inicios de los años 1990 a 2000 (Talbot, 2004; Oxfam Internacional, 2002). Las organizaciones productoras que poseían el perfil y el desarrollo empresarial suficiente para atender a los criterios y las demandas de la FLO, vieron en la inserción del Comercio Justo una oportunidad para buscar nuevos mercados y agregar valor a sus productos.

Al mismo tiempo, para la FLO, el objetivo de atender a la creciente demanda internacional por café *Fair Trade*, se convirtió en una estrategia para la inserción de los productos brasileños. Esto ocurrió debido a que Brasil era tratado como el mayor productor mundial de la rubiácea. Actualmente, el café es el principal producto comercializado por el Comercio Justo, responsable de cerca del 60% del total de las rentas de la FLO en 2012 (FLO, 2013). Al contrario de la mayoría de los *commodities* agrícolas, la mayor parte de la producción mundial de café es producida por pequeños productores familiares (Oxfam Internacional, 2002). En Brasil, estos datos no difieren, cerca del 90% de los caficultores poseen propiedades con menos de 100 hectáreas, y de este total, casi un 40 % poseen propiedades inferiores a 10 hectáreas. Se estima que la agricultura familiar es responsable de un 40 % de la producción nacional cafetera (IBGE, 2006). Con todo esto, cabe resaltar que la participación brasileña en el Comercio Justo aun es incipiente, cuando se compara con su potencial de expansión, debido a que la producción de café tiene una calidad inferior a aquella exigida por ese nicho de mercado y por la insuficiente organización colectiva de los productores.

La inserción brasileña también coincidió con un período de transición de la estrategia internacional del Comercio Justo. A partir de la década de 1990, ocurrió una aproximación

del movimiento con formas convencionales de mercados y grandes empresas minoristas. Uriarte (2002) afirma que el principal beneficio de esa práctica fue el aumento del flujo de productos *Fair Trade*. Por otro lado, muchas empresas comenzaron a adquirir los productos de Comercio Justo apenas como una forma de ejercer la denominada “responsabilidad social”, con el intuito de promover su imagen delante de los consumidores. Para Taylor (2002), la motivación esencial de las empresas es capturar esa parcela del mercado consumidor, al mismo tiempo que agregan valor a sus productos.

Según Mascarenhas (2007), la implementación del Comercio Justo en los países subdesarrollados necesita de la adaptación, flexibilización de directrices y formas de actuación. En el caso brasileño, fue creado en el año 2002 el *Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário (Faces do Brasil)*, cuya finalidad es divulgar e implementar la idea de Comercio Justo en Brasil (Faces do Brasil, 2013). En el año 2010, fue publicado el Decreto nº 7.358 que instituyó el Sistema Nacional del Comercio Justo y Solidario (SCJS), en el ámbito del Ministerio del Trabajo y Empleo, creando una Comisión Gestora Nacional. Cabe resaltar, que esas iniciativas (SCJS y Faces do Brasil) desarrollan practicas sobre el anuncio de Comercio Justo y Solidario, pautadas en los valores de justicia social y solidaridad realizado por los emprendimientos económicos solidarios (Brasil, 2010).

Aunque esas iniciativas brasileñas comparten principios y valores propuestos por *Fair Trade Internacional (FLO)*, el Comercio Justo y Solidario promovidos por ellos también presenta diferencias significativas (Mascarenhas, 2007). Ambos sistemas buscan estimular relaciones comerciales más justas para productores y consumidores, establecer un precio mínimo justo, fortalecer las cooperativas de pequeños productores y diversificar los ítems comercializados. Por otra parte, esas propuestas brasileñas, se diferencian principalmente por su carácter de autogestión y certificación participativa, en contraposición a la certificación por parte de terceros en poder de FLO, y el énfasis dado a la oferta y demanda nacional sobre una perspectiva de autonomía y desarrollo, en la cual el mercado externo se percibe como algo complementario (Mascarenhas, 2007).

Con el fin de buscar legitimidad política, a finales del año 2011, algunos productores con certificación de la FLO se organizaron para fundar la *Associação das Organizações de Produtores Fair Trade no Brasil (BR Fair)*, localizada en Boa Esperança (MG). Se trata de una institución sin fines de lucro, que tiene como principal objetivo representar políticamente las organizaciones productoras brasileñas ante la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo, además de discutir los desafíos comunes y las posibles estrategias para mejorar la inserción brasileña en el sistema mundial del Comercio Justo. La asociación está compuesta por los presidentes de organizaciones certificadas por el Comercio Justo de la FLO. Según los datos disponibilidades por BR Fair, en el año 2013, el grupo reunió a 19 organizaciones productoras que representan a 7.626 familias.

Esos son ejemplos de la creciente presencia y diversificación brasileña en el Comercio Justo. Según la Flo-Cert (2015), a comienzo del año 2015, el país poseía 63 organizaciones

con certificación *Fair Trade* entre asociaciones de productores y empresas. De ese total, hay 41 organizaciones productoras de las cuales 26 producen café. La lista de productos comercializados, además del café, incluye: frutas frescas, jugos de fruta, miel, castañas, semillas, frutos oleaginosos, pulpas de frutas y uvas para vino.

Así como en los demás países, la mayoría de los productos del Comercio Justo producidos en Brasil son destinados a la exportación. Recientemente, un grupo de brasileños se convirtieron en pioneros al estimular el consumo de los productos *Fair Trade* en un país productor. Se trata del proyecto de implantación de la Ciudad del Comercio Justo desarrollado por la alcaldía de Poços de Caldas con el apoyo de la FLO y el *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas* (Sebrae), responsables de estimular los pequeños negocios y empresas del país. La idea de la creación de la Ciudad del Comercio Justo sigue la iniciativa de otras ciudades de países desarrollados.

## Poços de Caldas y la Ciudad del Comercio Justo en Brasil

De manera general, el Comercio Justo se configuró como una alianza comercial entre los consumidores de los países desarrollados y los productores de países subdesarrollados. Los primeros pagan más por productos “socialmente justos y ambientalmente adecuados”, mientras que los productores tienen como garantía el pago de un precio mínimo y el recibimiento de un “*Premium*” sobre el valor final (Mascarenhas, 2007; Souza, 2006).

El proyecto de la Ciudad del Comercio Justo tiene como objetivo estimular las ventas de los productos *Fair Trade*. De manera general, esa denominación es conferida a las ciudades en que el gobierno, la sociedad civil organizada y las empresas, se unen para estimular el consumo de productos certificados. Para ser considerada una Ciudad del Comercio Justo, estos actores deben trabajar juntos para cumplir cinco criterios mínimos: a) la ciudad debe disponer de productos del Comercio Justo, b) las autoridades locales deben aprobar una resolución de apoyo al consumo de productos del Comercio Justo, c) diversos agentes y organizaciones precisan declarar apoyo al Comercio Justo, así como un número significativo de establecimientos deben estar dispuestos a comercializar los productos, d) elaborar una estrategia de *marketing* para concientizar a la sociedad, e) y formar una comisión gestora para coordinar las acciones de planeamiento (Fairtrade Foundation, 2013).

La primera iniciativa vinculada a este movimiento surgió en la pequeña ciudad de Gars-tang en Inglaterra, que declaró su apoyo al Comercio Justo en 2001 (Fairtrade Foundation, 2013). Los defensores de este proyecto, entienden que direccionar la opción de compra de los consumidores de productos con Certificación *Fair Trade* puede traer cambios positivos a los agricultores y trabajadores de países en desarrollo (Fairtrade Foundation, 2013). En el año 2012, se estimó que existían aproximadamente 1.500 ciudades del Comercio Justo distribuidas en 25 países (FLO, 2013).

A pesar de la reciente participación brasileña en el Comercio Justo, una iniciativa fue destacada, al proponer la implantación del consumo de productos *Fair Trade* en el propio país. En el año 2012, Poços de Caldas se convirtió en la primera Ciudad del Comercio Justo de América Latina y en un país productor. La idea surgió en el año 2009 durante la certificación *Fair Trade* por la FLO y la *Associação dos Agricultores Familiares do Córrego D'Antas* (Assodantas) –una organización productora de café de Poços de Caldas. Con la certificación de Assodantas, miembros de la *Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho* del municipio, conocieron el proyecto de la Ciudad del Comercio Justo e iniciaron su proceso de implantación.

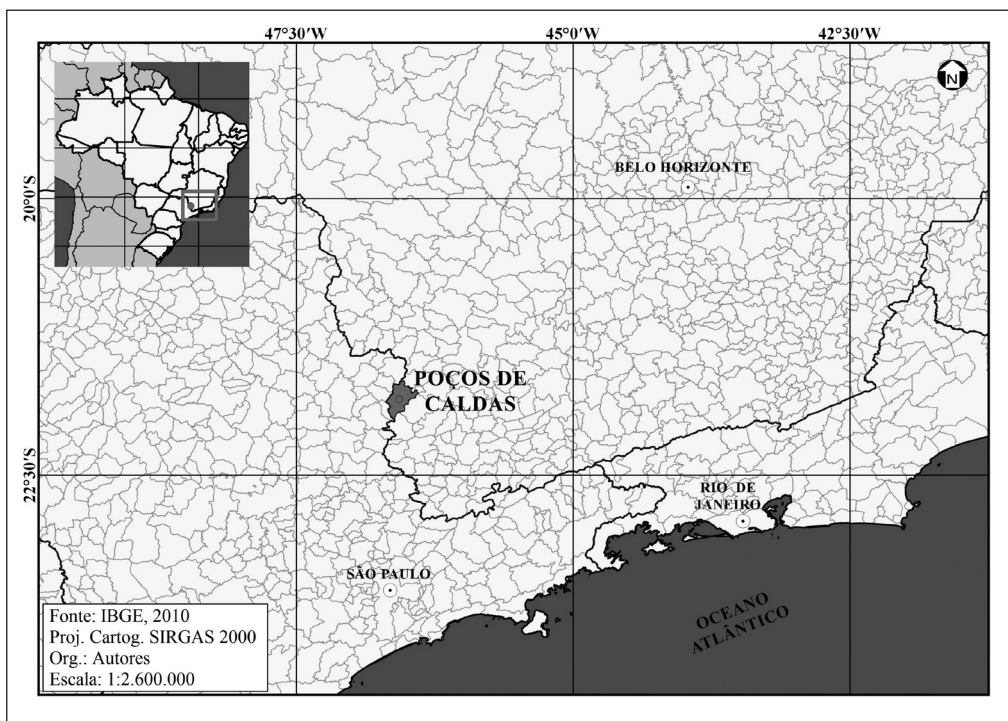
Figura 1.  
Logo de la Ciudad del Comercio Justo de Poços de Caldas



Fuente: Poços Comercio Justo (2014).

Reconocida nacionalmente por la presencia de aguas termales y por casinos en el siglo XIX, la ciudad Poços de Caldas aún se caracteriza por su carácter turístico. Ubicada cerca de los grandes centros consumidores del estado de São Paulo (Mapa 1), la ciudad de más de 150 mil habitantes, se destaca por diversos tipos de turismo: ecológico, cultural, deportes de aventura y alto riesgo, eventos y negocios.

Mapa 1.  
Localización del municipio Poços de Caldas, Brasil



Fuente: IBGE (2010).

Además de los turistas que visitan la ciudad a lo largo del año, Poços de Caldas se destaca por sus indicadores sociales superiores a la media brasileña, comparables con los de algunas ciudades en países desarrollados. A pesar de no enfatizar la desigualdad social, característica típica en la formación socio espacial de la población brasileña, los datos de Producto Interno Bruto (PIB) per cápita y del Índice de Desarrollo Humano (IDH) ofrecen una perspectiva de las condiciones socioeconómicas de determinado municipio. En Poços de Caldas, en el año 2010, la PIB per cápita fue aproximadamente de US\$ 8 mil y el IDH de 0,779, lo que representa un alto nivel de desarrollo para el *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística* (IBGE, 2010).

Como destaca Mascarenhas (2007), existen grandes desafíos para insertar los ideales y el consumo del Comercio Justo en un país subdesarrollado, principalmente, por la falta de demanda en los mercados locales, debido a que los productos certificados generalmente presentan precios más elevados cuando son comparados con los ítems convencionales. De esta forma, el mayor limitante para la sensibilización de los consumidores consiste en la desigualdad social y la baja renta de gran parte de la población que se refleja directamente en sus opciones de compra.



Por otra parte, Poços de Caldas presenta una situación singular. La unión de diversos factores como la atracción de grandes cantidades de turistas, indicadores socioeconómicos por encima de la media brasileña y la cercanía con los grandes centros económicos y poblacionales del país, hace que la ciudad tenga un gran potencial para la difusión del consumo de los productos *Fair Trade*. Por tanto, reúne una parte de la población brasileña con las rentas más elevadas. Se presenta algunas imágenes de la ciudad en la Figura 2.

Además de presentar un gran potencial para la difusión del consumo de los productos *Fair Trade*, el municipio Poços de Caldas es productor de productos certificados como el café. La región presenta condiciones climáticas favorables a una producción cafetera de calidad superior, con una altitud media de 1.200 metros y temperaturas entre 18° y 24° C durante todo el año.

La cafcultura en el municipio de Poços de Caldas es realizada predominantemente por pequeños productores familiares. Esto ocurre debido a la división de tierras por herencia y del relevo ondulado, que dificultan la mecanización de la producción a gran escala. Existen cerca de 400 familias productoras de café en el municipio, que en el año 2012 tuvieron una producción anual de aproximadamente 100 mil sacos de 60 kg, en 4.235 hectáreas. A pesar del potencial de inserción de otras asociaciones de cafcultores del municipio, actualmente la Assodantas es la única en participar del Comercio Justo. En la zafra 2012/2013, los asociados poseían 517 hectáreas plantadas de café, con una producción de 8.531 sacos y cerca de un 60% obtuvieron la calidad para exportación exigida por el Comercio Justo.

Figura 2.  
Ciudad de Poços de Caldas, Brasil



A) la izquierda, Praça José Afonso Junqueira, con el antiguo casino. Fuente: Foto de Dênis Lopes (2006); B) En la esquina superior derecha, portal de entrada de la ciudad. Fuente: Foto de Marcos Minutti (2014); C) En la esquina inferior derecha Thermas Antônio Carlos. Fuente: Foto de Marcus Moraes (2008).

Parte de la producción de Assodantas fue vendida a la empresa tostadora Spress, localizada en este municipio y certificada por la FLO. Además de la venta de café tostado y molido en el mercado local, Spress ha ampliado sus ventas para los grandes centros urbanos del país. Actualmente, es posible comprar el café *Fair Trade* de la empresa Spress en grandes redes de supermercados en la ciudad de São Paulo, como es el caso del *Grupo Pão de Açúcar*.

Para el cumplimiento de los criterios de certificación exigidos por la FLO, la alcaldía de Poços de Caldas, en compañía con empresas y demás instituciones estatales de la sociedad civil organizada, desarrolló una serie de medidas como por ejemplo: a) la comercialización de café, miel y jugo con certificación *Fair Trade*, b) la oficialización del apoyo municipal al Comercio Justo, por el Decreto nº 10.419 de diciembre de 2011 y por la ley nº 8.896 que instituyó el *Día Municipal del Comercio Justo*, conmemorado el 30 de octubre, así como la inclusión del apoyo a los productores *Fair Trade* en el “Plano de Desenvolvimento Rural Sustentável” de la *Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho*, c) declaración de apoyo al Comercio Justo por diversas empresas e instituciones civiles y estatales, la comercialización de sus productos en redes minoristas en los hoteles de la ciudad, el consumo en las oficinas de las empresas y en los eventos municipales, d) creación de propuestas de marketing como la página web <http://www.pocoscomerciojusto.com.br>, e) y la formación de un Comité Gestor local entre empresas, gobierno y sociedad civil organizada.<sup>1</sup>

Las actividades organizadas por el comité cuentan con la realización de trabajos voluntarios y no obtienen ninguna fuente fija de financiamiento. El comité es accesible a la población y se reúne mensualmente para discutir sus estrategias de actuación. Entre las acciones realizadas en el año 2014 se destacan: feria de productos en espacios públicos de la ciudad (Praça Pedro Sanches e Parque Municipal); estante de degustación en el supermercado San Michel y en el evento *Mês Empreendedor*; divulgación en medios de comunicación (periódicos, blogs y redes sociales); talleres explicativos sobre el funcionamiento del Comercio Justo en escuelas y visita de los estudiantes a Assodantas.<sup>2</sup>

**La unión de diversos factores como la atracción de grandes cantidades de turistas, indicadores socioeconómicos por encima de la media brasileña y la cercanía con los grandes centros económicos y poblacionales del país, hace que la ciudad tenga un gran potencial para la difusión del consumo de los productos *Fair Trade*.**



1 Principales agentes que participaron en la formación del Comité Gestor de la Ciudad del Comercio Justo: Assodantas, SEBRAE-MG, torrefadora Spress, Associação Poços Sustentável, *Convention and Visitors Bureau*, Prefeitura de Poços de Caldas, Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG), Sindicato do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Poços de Caldas, Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Poços de Caldas, ALCOA Alumínio S/A, Pontifícia Universidade Católica (PUC-MG) e Faculdade Pitágoras.

2 Informaciones y declaraciones obtenidas en una encuesta realizada con representantes de la alcaldía Municipal Poços de

Como ya se mencionó, el turismo juega un importante papel en la economía municipal y según la alcaldía Poços de Caldas, se espera que el título Ciudad del Comercio Justo proporcione visibilidad al municipio atrayendo interesados de todo el mundo para conocer el proyecto (Poços Comercio Justo, 2014). Los próximos pasos que el Programa Municipal espera alcanzar es la certificación de la producción de banana, la expansión del número de productores certificados y el lanzamiento de una ruta de turismo rural incluyendo algunas haciendas que producen café *Fair Trade*.

## El consumo de productos *Fair Trade* en Poços de Caldas

La organización de Ciudades del Comercio Justo se inserta en el contexto de expansión e inclusión de productos certificados en redes convencionales de comercialización, con el fin de atender a estrategia mundial utilizada por la FLO para el aumento de ventas y divulgación del movimiento. Por ello, el éxito del Comercio Justo depende del compromiso de los consumidores, al emplear su poder de compra para sostener a los pequeños productores. Así, las

**El éxito del Comercio Justo depende del compromiso de los consumidores, al emplear su poder de compra para sostener a los pequeños productores. Así, las redes minoristas pueden obtener lucros sobre el precio final del producto.**



redes minoristas pueden obtener lucros sobre el precio final del producto. Sin embargo, esta medida ha levantado una serie de críticas al Comercio Justo. Según Renard (2003) y Uriarte (2002) esta iniciativa puede generar una apropiación oportunista de los principios del Comercio Justo por grandes empresas que no tienen compromiso con el movimiento. Renard (2003) afirma que aunque el origen del Comercio Justo esté unido a las demandas sociales, su actuación enfrenta serios desafíos, debido a su doble carácter al actuar dentro y fuera del mercado. Para la autora, la actual inserción de los productos *Fair Trade* en las grandes redes minoristas rompe su carácter “alternativo”. Además, Uriarte (2002) alerta sobre el oportunismo por parte de las empresas que buscan mejorar su imagen frente al mercado consumidor, convirtiendo los prin-

cipios originales del movimiento en una “inversión social empresarial”.

La *Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho* en Poços de Caldas, defiende otra posición. Para ella, “justo” es un tipo de comercio en que todos ganan, pues, aunque sean utilizadas estrategias del comercial convencional, es posible mejorar las condiciones de reproducción con el pago de un precio justo a los productos comercia-

---

Caldas, el 10 de diciembre de 2014.

lizados por los pequeños productores certificados. Para los representantes de la alcaldía de Poços de Caldas, la colaboración entre productores, beneficiarios y redes minoristas, puede beneficiar a todos. Por tratarse de un concepto nuevo en el municipio, aun con una pequeña demanda, las sociedades con las redes minoristas proporcionan una mayor visibilidad a los productos. En caso contrario, sería necesaria una elevada inversión inicial para organizar un punto comercial propio de las organizaciones certificadas.<sup>3</sup>

Los establecimientos que comercializan los productos *Fair Trade* no necesitan ser certificados por la FLO, solo tienen que estar adheridos al Comité Gestor. En el año 2014, Poços de Caldas comercializó tres productos certificados (café, miel y jugo de frutas) en 17 redes minoristas, además del chocolate de marca Zotter comercializado por internet. Aproximadamente 120 establecimientos se unieron a la campaña de marketing realizada por el comité para la divulgación de los productos *Fair Trade*, desde las redes minoristas hasta pequeñas empresas que se comprometieron a consumir estos productos.

La mayoría de las redes minoristas de Poços de Caldas ponen a disposición los productos certificados de manera convencional junto a los demás productos. Con excepción del supermercado San Michel, que colocó un estante exclusivo (Figura 3) en su filial, ubicada en la región central. Ese supermercado fue escogido como local de aplicación de las encuestas realizadas a los consumidores debido al enfoque dado a los productos del Comercio Justo.

Los principales productos disponibles en el supermercado son: el café gourmet “Justo Grão”, de la *União de Pequenos Agricultores de Santana da Vargem* (UNIPASV) disponible tostado (R\$ 7,95 por 500 gramos)<sup>4</sup> y en grano para el café expreso (R\$35,90 por 1 kilo); “Café Familiar da Terra”, marca de la *Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo* (COOPFAM), disponible en el tipo gourmet orgánico (R\$ 15,95 por 500 gramos) y tradicional (R\$ 14,95 por 500 gramos); la miel producida por la *Casa Apis* (R\$ 7,95 por 200 gramos) y el jugo de fruta integral “Direto da Fruta” (R\$4,29 por 1 litro), producido por la *Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis* (COAGROSOL).

Con el fin de analizar el impacto de las acciones de promoción del Comercio Justo en Poços de Caldas, realizamos una encuesta con los consumidores del Supermercado San Michel, en diciembre de 2014. Nos posicionamos a una distancia de los estantes de productos certificados y aplicamos 50 cuestionarios. Los cuestionarios fueron divididos en tres partes: 1) informaciones personales (género, edad, escolaridad, renta, etc.); 2) sobre la búsqueda de conocimientos de los consumidores, concepto y marca del Comercio Justo; 3) sobre el consumo de estos productos.

3 Informaciones y declaraciones obtenidas en encuestas realizadas con representantes de la alcaldía Municipal en Poços de Caldas, 10 de diciembre de 2014.

4 Informaciones obtenidas el 10 de diciembre de 2014.

Figura 3.  
Productos Fair Trade en Poços de Caldas, Brasil



Fuente: Foto de los autores

La muestra estuvo compuesta por igual porcentaje de hombres y mujeres, con edades entre 19 y 83 años, de los cuales el 20% tenía 65 años o más y el 80% estaba en edad económicamente activa (hasta 65 años). Sobre la escolaridad, el 24% habían completado los estudios escolares hasta 9 años de estudio, el 36% hasta 12 años de estudio, el 30% habían concluido la enseñanza superior y el 8% la estaban cumpliendo (cursos universitarios). Sobre la renta, un 10% no poseían renta, 54% poseían una renta entre 1 y 3 salarios mínimos,<sup>5</sup> 8% salarios por encima de 10 sueldos mínimos y un 2% que no respondieron a esta pregunta.

Con relación al conocimiento de los consumidores sobre el Comercio Justo, apenas el 8% de los entrevistados respondieron afirmativamente, otros 6% conocían la marca *Fair*

5 En la fecha de aplicación de las encuestas (10 de diciembre de 2014), el valor del salario mínimo en Brasil era R\$ 724, cerca de US\$ 280,00.

*Trade*, pero no sabían su significado y el resto de los encuestados, cerca de 86% del total, no conocía ni el nombre ni el concepto de Comercio Justo. Después de realizar la encuesta, fue mostrado el sello y la marca *Fair Trade*, con el fin de que pudieran identificarla. Del total, solo el 18% respondieron afirmativamente, pero ninguno podía explicar lo que representaba el sello. Estos resultados demostraron que, incluso delante de un mostrador exclusivo, la inserción de los productos del Comercio Justo en el supermercado no garantiza la notoriedad y el conocimiento al respecto de valor simbólico que representa el sello *Fair Trade*.

Con relación al consumo, apenas el 8% de los encuestados habían comprados productos *Fair Trade* (café o jugo), y del total, solo una persona había consumido la marca de café certificada (tostado y molido), de la empresa Spress, que tiene como principal suministrador a los productores de Assodantas. Este consumidor conocía el nombre y el sello, pero no sabía exactamente lo que significaba, no tenía consciencia de que había consumido un producto local, cultivado por pequeños productores en Poços de Caldas, solo adquirió el producto por el reconocimiento de la buena calidad del café vendido por esta empresa.

Durante la encuesta, un 20% de los consumidores que no conocía el Comercio Justo solicitaron explicaciones sobre su concepto y fueron a su respectivo estante a conocer los productos disponibles en el supermercado. De ese total el 15% afirmó que los productos eran “muy caros” y solo uno de los encuestados optó por comprar uno de los productos.

## Consideraciones finales

A lo largo de estos 15 años de inserción brasileña en el Comercio Justo, diversos esfuerzos han sido tomados para la formación de un movimiento que incorpore las demandas y bases locales (Mascarenhas, 2007), tales como la creación de *Faces do Brasil* y el Sistema Nacional del Comercio Justo y Solidario. No hace parte del alcance de este artículo, ni es de nuestra competencia profundizar esa cuestión, por tanto, cabe cuestionar si la introducción de especificaciones nacionales no resulta en una ruptura con el movimiento internacional. ¿Cuál es la autonomía que una iniciativa nacional de Comercio Justo posee ante el sistema de normas internacionales centralizadas por la FLO? En ese sentido, se entiende que el principal desafío para estimular nuevas formas de inserción de los países productores en el Comercio Justo, es romper con la histórica relación Norte-Sur (consumidores-productores), que consiste en acordar los intereses entre los diversos agentes implicados en el Comercio Justo (empresas, consumidores, productores, instituciones internacionales y gobiernos).

Después que la certificación de la *Associação dos Agricultores Familiares do Córrego D'Antas*, Poços de Caldas movilizó diversos agentes para desarrollar políticas municipales de

estímulo al consumo de los productos del Comercio Justo. La difusión de la idea de la creación de Ciudades del Comercio Justo en países productores puede representar un importante estímulo al consumo de productos locales y al fortalecimiento de las relaciones entre campo y ciudad. Además de la iniciativa pionera en Poços de Caldas, existen muchos otros municipios brasileños con condiciones socioeconómicas favorables para la creación de nuevas Ciudades de Comercio Justo, en particular, algunas metrópolis de las regiones del Sur y Sudeste, que concentra una mayor parte de las riquezas del país.

Los datos obtenidos a partir de este estudio, con los consumidores de Poços de Caldas, revelan que el conocimiento de la sociedad local sobre el movimiento *aún es ínfimo*, y requiere una mayor campaña de concientización y divulgación de sus principios. El trabajo del Comité Gestor de la Ciudad del Comercio Justo en Poços de Caldas es un proyecto piloto, sin financiamiento fijo y a largo plazo, por tanto, depende del trabajo voluntario, de las condiciones sociales y económicas que favorecen la concientización y el debate sobre lo que es “justo” en las actuales relaciones comerciales.

De manera general, el análisis de la Ciudad del Comercio Justo brasileño, demostró que los principales desafíos enfrentados para estimular el consumo de productos *Fair Trade* es la falta de conocimiento sobre el concepto de Comercio Justo y la desigualdad social en el acceso al consumo, ocasionando así su baja demanda y en la opción de compra de los consumidores.

## Referencias citadas

- Brasil, Presidencia de la República (2010). “Decreto nº 7.358”. Disponible en: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm). (Visitada el 10 de agosto de 2013).
- Faces do Brasil (2013). “Comércio Justo no Brasil”. Disponible en: <http://www.facesdo-brasil.org.br>. (Visitada el 10 de diciembre de 2013).
- FLO (Fairtrade Internacional) (2013). “Annual Report 2012-2013 – Unlocking the Power”. Disponible en [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012-13\\_AnnualReport\\_FairtradeIntl\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-13_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf) (Visitada el 10 de agosto de 2013).
- Flo-Cert (2015). “Fairtrade customer search”. Disponible en <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search> (Visitada el 05 de febrero de 2015).
- Fairtrade Foundation (2013). “Fair Trade Town: all you need to know”. Disponible en <http://www.fairtradetowns.org/about/> (Visitada el 05 de febrero de 2015).
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2010). “Censo Demográfico 2010”. Disponible en <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/> (Visitada el 05 de febrero de 2015).

- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2006). “Censo Agropecuário 2006: resultados preliminares”. Rio de Janeiro: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.
- Mascarenhas, Gilberto Carlos Cerqueira (2007). *O movimento do comércio justo e solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado*. Tesis de Doctorado, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil.
- Oxfam Internacional (2002). “Pobreza em sua xícara: o que há por trás da crise do café”. Disponible en [http://www.melles.com.br/site\\_novo/fpc/Material%20Oxfam%20e%20McKinsie/Pobreza%20em%20sua%20X%C3%ADcara%20-%20Oxfam.pdf](http://www.melles.com.br/site_novo/fpc/Material%20Oxfam%20e%20McKinsie/Pobreza%20em%20sua%20X%C3%ADcara%20-%20Oxfam.pdf) (Visitada el 05 de diciembre de 2012).
- Pedini, Sérgio (2011). *Fair Trade: Alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares*. Tesis de Doctorado, Universidade Federal de Lavras, Brasil.
- Poços Comércio Justo (2014). “Poços de Caldas Cidade de Comércio Justo”. Disponible en [http://www.pocoscomerciojusto.com.br/#!why\\_choose\\_us/cfvq](http://www.pocoscomerciojusto.com.br/#!why_choose_us/cfvq) (Visitada el 04 de diciembre de 2014).
- Renard, Marie-Christine (2003). “Fair trade: quality markets and conventions”, *Journal of rural studies*, No. 19, p. 87-96.
- Souza, Maria Célia Martins de (2006). *Cafés sustentáveis e denominação de origem: a certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários*. Tesis de Doctorado, Universidade de São Paulo, Brasil.
- Talbot, John Michael (2004). *Grounds for agreement: The political economy of the coffee commodity chain*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, INC.
- Taylor, Peter Leigh (2002). *Poverty alleviation through participation in Fair Trade coffee networks; synthesis of case study research question findings*. Informe del Community and Resource Development Program (The Ford Foundation), Colorado State University, Estados Unidos de América.
- Uriarte, Alex (2002). *Fair Trade: uma introdução e algumas reflexões*. Ponencia presentada en el BSD Business Meet Social Development, abril, São Paulo, Brasil.



# ¿Incrustamiento sin espacio? Situando el comercio justo en la industria florícola ecuatoriana

## *Embeddedness without a space? Situating fair trade in the Ecuadorian flower industry*

Angus Lyall\*

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2015

Fecha de aceptación: 24 de junio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1661

### Resumen

En las últimas dos décadas *Fairtrade International* se ha consolidado como la certificadora de comercio justo más grande del mundo. Mucho de su crecimiento se debe a la expansión de sus prácticas desde la exclusiva certificación de cooperativas de pequeños agricultores hacia la regulación de agroindustrias y empresas no agrícolas. En contextos de trabajo asalariado, *Fairtrade* afirma mejorar las condiciones laborales y ambientales y promover el desarrollo local. Muchos investigadores elogian a *Fairtrade* por “re-incrustar” relaciones económicas en relaciones sociales y éticas. En este artículo, señalo los testimonios de trabajadores de tres florícolas ecuatorianas certificadas, quienes si bien reconocen varias de estas afirmaciones, nos permiten observar que al enmarcar *Fairtrade* como mecanismo de “re-incrustamiento” se omite el deseo de ellos de dejar la industria floricultura y re-incrustar sus relaciones económicas en las relaciones del espacio social local. Mientras Polanyi concibe el incrustamiento en relaciones histórica y geográficamente situadas, planteo que ciertos acercamientos académicos a *Fairtrade* se mal apropian de su noción del concepto para describir relaciones abstractas entre consumidores y trabajadores. Pongo este concepto en diálogo con el trabajo de Henri Lefebvre sobre el espacio social y el territorio para re-conceptualizar lo que significaría un desarrollo territorial bajo *Fairtrade* y subrayar los límites y contradicciones de este mecanismo.

*Palabras clave:* comercio justo, incrustamiento, Polanyi, espacio social, Lefebvre, industria florícola, Ecuador.

### Abstract

In the last two decades, Fairtrade International has consolidated as the largest fair trade certifier in the world. Much of its growth has involved the expansion of its practices from exclusively certifying cooperatives of smallholder farmers to regulating agroindustries and nonagricultural companies. In hired labor contexts, Fairtrade claims to improve labor and environmental conditions and promote local development and many researchers praise Fairtrade for “re-embedding” economic relations in social and ethnical ones. In this article, I highlight the testimonies of workers on three certified Ecuadorian flower plantations, who acknowledge many of these claims, but remind us that framing Fairtrade as a mechanism for “re-embedding” economic relations elides the desire among workers to leave the flower industry and re-embed their economic relations in local social space. Whereas Polanyi conceives of embeddedness in historically and geographically situated relations, I argue that academic approaches to Fairtrade often misappropriate his notion of the concept by employing it to describe abstract relations between consumers and workers. I place this concept in dialogue with the work of Henri Lefebvre on social space and territory to re-conceptualize what an embedded territorial development might look like under Fairtrade and to foreground the limits and contradictions of this mechanism.

*Key words:* fair trade, embeddedness, Polanyi, social space, Lefebvre, flower industry, Ecuador.

\* Doctorante del programa de Geografía de la Universidad de Carolina de Norte, Estados Unidos; consultor externo de Fairtrade International en Ecuador, 2011-2013. angus@live.unc.edu

## Introducción

**F***airtrade Internacional* es la organización de comercio justo más grande del mundo. Incluye en su sistema de etiquetas a más de 1,3 millones de pequeños agricultores de cooperativas y 210.000 trabajadores (Fairtrade International, 2014). *Fairtrade* surgió como institución global en los años 1990 para establecer y regular condiciones laborales y ambientales y proveer beneficios materiales a productores y trabajadores del Sur global

**Los trabajadores señalan que Fairtrade provee ciertos beneficios, establece mejores condiciones de trabajo y promueve el desarrollo de cierta infraestructura, pero a su vez expone más al trabajador a las exigencias del mercado global.**



insertos en circuitos de comercio internacional. Entre sus objetivos también plantea promover el “desarrollo local” (Fairtrade International, 2010). Aunque la organización no define este concepto, los mecanismos de desarrollo que destaca en sus anuncios e informes anuales son las inversiones en centros de salud, centros de computación, créditos de vivienda, pozos de agua y materiales para escuelas, además de becas para trabajadores y sus hijos. El desarrollo promovido por *Fairtrade* se define implícitamente en términos de la acumulación de infraestructura física y humana.<sup>1</sup>

En este artículo propongo una crítica a esta concepción de desarrollo. Mi argumento se elabora a partir del análisis de las narrativas de noventa y un trabajadores de tres florícolas certificadas por *Fairtrade* que participaron en dieciséis grupos focales.<sup>2</sup>

Los trabajadores señalan que *Fairtrade* provee ciertos beneficios, establece mejores condiciones de trabajo y promueve el desarrollo de cierta infraestructura, pero a su vez expone más al trabajador a las exigencias del mercado global. Los participantes observan que cada vez trabajan con mayor rapidez, realizan horas extras y evitan organizarse en sindicatos. Esto, dicen, es para asegurar la competitividad de la empresa, sus puestos en aquella y los beneficios de *Fairtrade*. Asimismo, los trabajadores afirman el deseo de salir de esta industria para dedicarse a actividades autónomas de la economía local, para integrarse mejor en sus familias, comunidades y espacios sociales, por lo general situados dentro de sus cantones. Establecen una distinción entre el espacio abstracto de relaciones entre consumidores globales y trabajadores, y el espacio social vivido por ellos. El primero, según resaltan los trabajadores, aunque esté intervenido por *Fairtrade* es aun

---

1 Estudios sobre *Fairtrade* han caracterizado el desarrollo local que genera el sistema de etiquetas en términos de la construcción de infraestructura como escuelas, caminos y centros de computación, a veces en coordinación con autoridades locales (Laroche, Jiménez y Nelson, 2012: 87).

2 Este estudio es resultado principalmente de trabajo que el autor realizó como consultor externo de *Fairtrade* en 2013 en tres florícolas certificadas de los cantones Cayambe y Cotopaxi, además de entrevistas a representantes de *Fairtrade* e investigaciones independientes en florícolas y comunidades de Cayambe y Pedro Moncayo en 2008 y 2011-2014.

dependiente del éxito de la empresa en un escenario de alta competencia. El segundo, es para ellos un sitio de posible re-incrustamiento de actividades productivas en relaciones sociales y organizaciones locales.

Los trabajadores distinguen entre el desarrollo entendido como la acumulación de infraestructura por un lado, y por otro lado la posibilidad de independizarse del mercado laboral e integrar sus actividades productivas en relaciones situadas en sus propios espacios sociales. Analizo esta distinción frente al supuesto de que *Fairtrade* promueve el “re-incrustamiento” de las relaciones económicas en relaciones sociales y éticas, argumento con el que usualmente la literatura académica enmarca *Fairtrade*. Este argumento no corresponde a la experiencia de los trabajadores en cuanto abstrae lo social y ético del espacio social, histórica y geográficamente situado, y lo proyecta en un espacio abstracto de relacionamiento entre consumidor y trabajador. Al final esta relación se reduce a una exigencia de mercado, aunque bajo distintas condiciones negociadas por *Fairtrade*. Asimismo, planteo que las conceptualizaciones académicas del desarrollo que promueve este sistema de etiquetas deberían resaltar la distinción entre un desarrollo de infraestructura dependiente de circuitos globales de mercancías y un desarrollo económico incrustado en el espacio social. Señalo las contribuciones del sociólogo Henri Lefebvre para re-pensar el incrustamiento en términos del espacio social y el territorio.

### ***Fairtrade* agroindustrial: una trayectoria controversial**

En esta sección abordo brevemente la historia del crecimiento de *Fairtrade* desde una red de ONG que certificaba cooperativas de pequeños agricultores de América Latina a una certificadora que representa cooperativas y corporaciones, productos agrícolas y no agrícolas en 74 países. Es una historia de institucionalización de un movimiento de consumidores del Norte global y de debates desarrollados al interior de algunas ONG europeas y norteamericanas, aunque en diálogo con organizaciones de pequeños productores y de trabajadores del Sur. Esta historia ayuda a iluminar los límites y las contradicciones de *Fairtrade* que los trabajadores señalan en la segunda parte del artículo.

Las iniciativas de etiquetas de comercio justo empezaron en 1988, cuando la ONG holandesa Solidaridad se alió con una cooperativa mexicana de pequeños productores indígenas de café para contribuir a que la organización desarrollara mercados para la exportación. Solidaridad creó la etiqueta *Max Havelaar* para pequeños agricultores organizados, que luego se aplicó a otros productos, siempre y cuando los comerciantes pagaran un precio base del producto, que incluía un monto o premio para que las organizaciones agrícolas lo invirtieran de manera colectiva; pagaran a las organizaciones agrícolas de manera adelantada para prevenir el endeudamiento y establecieran relaciones de largo plazo con las organizaciones agrícolas (Jaffee, 2012).

En la década de 1990, sistemas parecidos fueron promovidos por varias ONG en Europa y Norteamérica, hasta que las iniciativas de etiqueta en Europa se unieron en 1997 y crearon una red u organización paraguas llamada la *Fairtrade Labelling Organization International* (FLO).<sup>3</sup> FLO desarrollaba estándares genéricos para organizaciones de pequeños productores por un lado y para contextos de trabajadores asalariados por otro, además de estándares específicos por producto certificado.<sup>4</sup> Estas reglas y regulaciones incluían docenas de requisitos de certificación que se revisaban periódicamente para estructurar las relaciones comerciales, las condiciones laborales y ambientales de producción y los organismos colectivos de productores o trabajadores que manejaban el premio o los fondos de la venta de productos certificados que son destinados a proyectos colectivos.

En 2009, cuando FLO cambió su nombre comercial a *Fairtrade International* o simplemente *Fairtrade*, se había establecido firmemente como la organización más grande de comercio justo. A finales de 2013, certificaba cooperativas y empresas en 74 países, incluyendo a más de 1,3 millones de agricultores (969 cooperativas) y 210.000 trabajadores (220 empresas). *Fairtrade* sigue creciendo.<sup>5</sup> En Ecuador hay 17 cooperativas y 13 empresas certificadas<sup>6</sup> (Fairtrade International, 2014). Aunque hoy en día *Fairtrade* certifica una gran variedad de productos, como madera, oro y balones deportivos, los siete productos más importantes del sistema —banano, azúcar, cacao, café, flores, algodón y té— representan el 93% de los agricultores y trabajadores bajo la certificación (Fairtrade International, 2014).

Durante su crecimiento, *Fairtrade* se transformó de muchas maneras. Algunos analistas afirman que se ha mantenido el enfoque original que buscaba aprovechar del comercio internacional para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los productores del Sur global (Raynolds, 2000). A la vez se han desarrollado debates importantes por varias razones. Primero, la decisión que *Fairtrade* tomó hace más de una década de aumentar volúmenes al asociarse con corporaciones, tales como Starbucks, Kraft y Nestlé, sigue siendo controversial en el movimiento de comercio justo. Respecto al café, tales corporaciones producen millones de libras cada año y solo un porcentaje mínimo es producción certificada (Jaffee, 2012). Por esto las críticas señalan la hipocresía de las corporaciones y cuestionan que *Fairtrade* se preste para limpiar sus imágenes, a través de una suerte de “*fair-washing*”. Segundo, *Fairtrade* también ha aumentado los volúmenes de ventas al expandir los tipos de productos que certifica e incorporar productos de plantaciones agroindustriales (flores, té y frutas). *Fairtrade* desarrolló estándares sociales y ambientales para contextos de trabajo contratado e incentivos para que las plantaciones se certificaran, principalmente al resaltar

3 La organización de etiqueta de comercio justo llamada *Transfair USA* se formó en 1998.

4 FLO certificaba y verificaba el cumplimiento de estos estándares y ofrecía apoyo a productores, a través de ONG nacionales. En 2004 FLO entregó el proceso de verificación o auditoría a FLO Cert, una organización independiente de FLO.

5 El número de productores y trabajadores en el sistema creció entre 7% y 14% anual entre 2010 y 2014 (Fairtrade International, 2014).

6 En el 2013 los premios canalizados a los productores y trabajadores alcanzaron los 994 millones de euros a nivel mundial; 3,3 millones de euros en el caso de Ecuador (Fairtrade International, 2014).

la posibilidad de conseguir mayores precios y acceder a mercados estables. Aunque la mayoría de los productos certificados por *Fairtrade* sigue siendo exclusivamente de pequeños agricultores, la inclusión de agro negocios atrae críticas.<sup>7</sup>

Se puede vincular el origen de las flores certificadas con la organización austriaca de mujeres *Frauensolidarität*, que llamó la atención sobre el uso de agroquímicos en las plantaciones de flores en Colombia, en los años 1980.<sup>8</sup> En 1995, una campaña suiza promovió la introducción de una etiqueta de comercio justo en la floricultura y dos años más tarde un grupo de activistas, productores y comerciantes se acercaron a la organización miembro de *Fairtrade* en Suiza, la Fundación *Max Havelaar*, para que ofreciera una etiqueta de flores, pero el pedido fue negado. En 1999 un nuevo director de *Max Havelaar*, convencido de que una certificación de flores era factible, se apropió de la propuesta. Otras iniciativas del *Fairtrade* no se unieron a este esfuerzo, pero eventualmente *Fairtrade* aprobó la propuesta bajo la dirección de *Max Havelaar* y luego con la participación más amplia de *Fairtrade*. Las flores constituyeron el primer producto del sistema proveniente únicamente de plantaciones medianas y grandes y el primer producto no alimenticio; las flores tuvieron estándares ambientales más detallados que otros productos, aunque no se requirió una producción orgánica; no se fijó ningún precio mínimo y el premio se estableció como porcentaje del valor del producto. Pese a estas particularidades y dificultades iniciales, para finales de 2013 *Fairtrade* certificaba florícolas en América Latina, África y Asia que empleaban más de 50.000 trabajadores. En ese año se produjeron 2,9 mil millones de flores certificadas, de un valor de 610 millones de euros (Fairtrade International, 2014).

En Ecuador, la producción florícola requiere aproximadamente 60 mil trabajadores directos y otro 60 mil indirectos. Ha generado impactos sociales y ambientales negativos desde los años 1980, primero en los cantones de Cayambe y Pedro Moncayo y luego en Cotopaxi y otras provincias andinas. Estos impactos se han documentado en términos del uso extensivo de agroquímicos tóxicos;<sup>9</sup> la concentración de las tierras y recursos hídricos; la desintegración de la organización comunitaria;<sup>10</sup> la represión de las organizaciones laborales; el no pago de liquidaciones y salarios y el exceso de horas, entre otros (Breilh, 2007;

7 Por ejemplo, los representantes de *Equal Exchange*, una certificadora de Estados Unidos, son de los críticos más duros de la dirección que ha tomado *Fairtrade* en este sentido y mantienen la postura de que el comercio justo debería limitarse a las cooperativas de pequeños agricultores organizados (Sherman, 2012).

8 Una campaña europea empezó en 1990 en Suiza como una iniciativa conjunta de un grupo de trabajo Suiza-Colombia (El grupo de trabajo formó una organización llamada "*Flower Coordination Switzerland*"), el Fondo Mundial para la Naturaleza y *Greenpeace*. Varias ONG suizas retomaron el tema, incluyendo *Swissaid* y la *Berne Declaration*. Campañas de concientización empezaron en Alemania a través del trabajo de Pan para el Mundo y FIAN (Lyall, 2014).

9 Esta situación llevó a la realización del proyecto de GTZ antes mencionado, que luego dio impulso a la formación del *Flower Labelling Program* (FLP).

10 Los efectos centrifugos del sector florícola sobre las comunidades y las organizaciones comunitarias fueron subrayados por la socióloga Tanya Korovkin (Korovkin, 2005). Tales efectos siguen siendo una de las razones principales del debilitamiento de las organizaciones locales en años recientes, además de la actual retirada de la cooperación internacional del Ecuador, la variabilidad climática (dado que muchas organizaciones se constituyen como organizaciones de pequeños agricultores) y la migración a Quito (especialmente en el contexto del boom del sector de la construcción).

Harari, 2003; Hincapié et al., 2007; Korovkin, 2007; Larreamendy et al., 2002; Lyall, 2014; Mena, 2005; Palán y Palán, 1999).

La industria florícola en sí ha desarrollado algunas iniciativas para autorregular a sus miembros. Desde 2008, la organización nacional de productores florícolas EXPOFLORES ha ofrecido la certificación social y ambiental FLOR ECUADOR, que principalmente pretende asegurar el cumplimiento de las leyes nacionales, además de reducir el uso de pesticidas y otros agroquímicos.<sup>11</sup> *Fairtrade* y otros actores que ofrecen etiquetas han presentado otras respuestas. Durante la última década, las certificaciones en las florícolas ecuatorianas han incluido FLP, MPS, Veriflora, *Rainforest Alliance*, *Global Gap* y BASC, entre otras. Por lo general, se reconoce a *Fairtrade* como la certificadora más exigente, especialmente en términos de derechos laborales y como consecuencia relativamente pocas plantaciones mantienen la certificación. En 2014, *Fairtrade* certificaba a 10 florícolas<sup>12</sup> en el país, que empleaban a 2.000 trabajadores (Fairtrade International, 2014).

Durante el crecimiento de *Fairtrade* a nivel internacional, los cambios en los estándares y las estrategias han atraído críticas desde aquellos que señalan que el comercio justo puede ser “re-absorbido por el mercado”, hasta los que subrayan preocupaciones acerca de las capacidades de *Fairtrade* y otras certificadoras de monitorear condiciones de producción y laborales. Por otro lado, el crecimiento de *Fairtrade* permite la inclusión de miles de agricultores y trabajadores asalariados cada año. La línea entre la exigencia y el crecimiento se discute continuamente e incluso produce rupturas institucionales.<sup>13</sup>

En las siguientes dos secciones, resumo los impactos de *Fairtrade* y sus límites observados por trabajadores en tres florícolas certificadas en Ecuador, para luego repensar el desarrollo promovido por *Fairtrade* y los marcos teóricos que usamos para comprenderlo.

## Los beneficios de los mercados *Fairtrade* y sus límites

Aunque las relaciones entre trabajadores y consumidores sean abstractas, los estándares generan efectos concretos en la vida de los trabajadores. Estos reconocen el rol importante que juega *Fairtrade* como regulador de condiciones laborales y como intermediario de beneficios materiales. En una serie de dieciséis grupos focales realizados en 2013, los trabajadores de tres plantaciones certificadas identifican varias mejoras en sus condiciones laborales durante la última década, a raíz de la certificación. Por ejemplo, se refieren a nuevos espacios para comunicarse entre sí, dado que *Fairtrade* requiere que una asamblea de

11 En 2014, 90 plantaciones tenían esta certificación de FLOR ECUADOR ([www.flordeecuador.org](http://www.flordeecuador.org)).

12 Estas 10 plantaciones produjeron 115 millones de flores en 2013.

13 Por ejemplo, en 2011 la organización miembro de *Fairtrade* en los Estados Unidos, *Transfair USA*, cambió su nombre a *Fair Trade USA* y se separó abruptamente de *Fairtrade*, en gran parte para poder certificar a pequeños productores no organizados y a plantaciones de café. *Fairtrade* está en el proceso de establecer operaciones en los Estados Unidos y mantiene la política de solo certificar a pequeños productores organizados y cooperativas de café (Lyall, 2014).

todos los trabajadores se reúna mensualmente para discutir preocupaciones y propuestas para la administración. Además, requiere que se forme un comité de representantes de los trabajadores (en ausencia de una organización sindical). Las asambleas y los comités han facilitado una variedad de mejoras, centradas en el buen aprovisionamiento de transporte, comida, uniformes y protecciones (guantes, uniformes, máscaras, etc.).<sup>14</sup> También, los participantes señalaron algunos aprendizajes ganados debido a la certificación, que facilita intercambios con trabajadores en distintas plantaciones certificadas y capacitaciones en varios temas, tales como contabilidad, computación y derechos laborales.

Sobre todo, los participantes de los grupos focales enfatizan el impacto del premio al que acceden a través de los mercados *Fairtrade*. Según los informes financieros anuales de las tres plantaciones (con 515 trabajadores), los premios sumaron 2,1 millones de dólares en 5 años, es decir un promedio de 140 mil dólares anuales por plantación. Estos montos equivalen a aproximadamente 270 dólares por trabajador anualmente, aunque no se reparta en efectivo (Lyll, 2014). Una organización colectiva de trabajadores llamada la Comisión Mixta maneja los fondos de este premio y desarrolla proyectos, generalmente de vivienda, becas y seguro de salud, entre otros, en los cuales los trabajadores pueden participar si cuentan con la aprobación de una asamblea.

Entre 2007 y 2011, más de la mitad de los fondos del premio se invirtieron en préstamos de bajo o ningún interés para vivienda (compra y arreglos). En las tres plantaciones, los trabajadores priorizaron la vivienda, principalmente para permitir que parejas jóvenes salgan de las casas de sus padres o suegros, o dejen de arrendar vivienda. Porciones significativas del premio también se invirtieron en becas para los trabajadores y sus hijos, para cubrir sus útiles; créditos para comprar alimentos y electrodomésticos y seguros de salud privados, sobre todo para servicios dentales. Es decir, los premios se emplean para abastecer hogares de bienes y servicios básicos. En este sentido, subsidian de manera importante los bajos salarios de los trabajadores.

A su vez, los trabajadores reconocen claramente los límites de los beneficios de *Fairtrade* en cuanto a que se producen a través de mercados (aunque sean mercados intervenidos por la publicidad de *Fairtrade*). Muchos participantes en los grupos focales manifiestan preocupaciones, por ejemplo, sobre el mercado estadounidense, debido a la separación de *Fairtrade*

**Durante el crecimiento de *Fairtrade* a nivel internacional, los cambios en los estándares y las estrategias han atraído críticas desde aquellos que señalan que el comercio justo puede ser “re-absorbido por el mercado”**



<sup>14</sup> Uno de los tres comités también logró fijar los salarios de la plantación en \$5 por encima del salario mínimo del sector (Lyll, 2014).

USA de *Fairtrade International*. Añaden la necesidad de que *Fairtrade* crezca en ese mercado a través de la cadena de supermercados *Whole Foods*, considerada como clave por dueños, representantes de *Fairtrade* y trabajadores. Existe un amplio reconocimiento de que la empresa y su certificación de *Fairtrade* junto a los beneficios que ofrece dependen de los mecanismos de mercados globales: precio, calidad y competitividad. Incluso los participantes manifiestan que tal reconocimiento se aprovecha por parte de ciertos supervisores para exigirles un ritmo cada vez más acelerado de trabajo y mayores cuotas de rendimiento.<sup>15</sup> Al final, *Fairtrade* no es una fuente de beneficios sino que tanto el premio como los organismos de apoyo dependen del número de flores que se vende en mercados sumamente competitivos.

## La re-inserción de actividades productivas en el espacio social y sus límites

Catorce de los dieciséis grupos focales realizados por el autor en tres florícolas en las provincias de Pichincha y Cotopaxi en abril de 2013 llegan al consenso de que sus metas a largo plazo consisten en lograr una independencia económica.<sup>16</sup> Describen la independencia como la capacidad de salir del mercado laboral y dedicarse a su propia producción agrícola o a sus negocios. Por ejemplo, la autonomía productiva es la capacidad de “dedicarnos a la crianza de animales, dedicarnos a la agricultura” o “ponerse un internet... tener un taxi”. Muchos participantes califican esta meta en términos existenciales de “ser algo en la vida” o “no ser floreros”; expresan un anhelo de definirse a sí mismos, sin que las condiciones de escasez de recursos y oportunidades reduzcan sus opciones. Aún más, lo explican en términos de “recuperar el tiempo”, necesario para insertarse más profundamente en redes familiares y comunitarias. En sus explicaciones, hablan de “depender del tiempo de uno”, “depender de nuestra autonomía”, “depender de nuestro propio trabajo” e “independizarse” con el objetivo final de participar más en los espacios sociales que privilegian, “poder colaborar en la comuna; dedicarse a los hijos” o “estar asociados con gente de nuestro sector.” En muchos casos proyectan esta meta a sus hijos, valorando las becas del premio por la posibilidad que representa de que sus hijos puedan independizarse en el futuro.

Como consecuencia, en conversaciones sobre el premio en los grupos focales se resalta una distinción entre inversiones productivas y no productivas como algo importante para los trabajadores. Los préstamos representan la posibilidad de trabajar para lograr una independencia fuera de las plantaciones. Sin embargo, un porcentaje muy bajo de los premios en las tres plantaciones se canaliza a préstamos productivos. En una de las plantaciones, por ejemplo, los créditos productivos constituyen apenas el 0,8% de los fondos del premio entre

15 Explica un señor que trabaja en fumigación que “los beneficios siempre nos sacan en la cara... ‘Si no quieren estar aquí, que se vayan a la casa,’ siempre nos dicen.”

16 Apenas dos de los dieciséis grupos focales llegaron al consenso que sus metas a largo plazo son el fortalecimiento de las organizaciones de *Fairtrade*, la estabilidad laboral y la educación de sus hijos.



2007 y 2011, lo que beneficia de 7 a 8 trabajadores anualmente. En 2011, 25 trabajadores en una plantación recibieron créditos productivos, alcanzando un porcentaje notable de la fuerza laboral (12,5%). Sin embargo, el promedio de estos préstamos fue de aproximadamente 550 dólares, un monto bajo para cualquier emprendimiento. Entonces, si los trabajadores manejan los fondos de premio y deciden en qué invertir, ¿por qué sus inversiones no reflejan sus deseos de autonomía productiva en el números de préstamos o montos?

Aunque la gran mayoría de los participantes conciben sus metas como el desarrollo de actividades económicas independientes, observan múltiples obstáculos para alcanzarlas. Respecto a la pequeña agricultura, manifiestan que lidian con poco acceso a la tierra, sistemas de riego y mercados, con erosión y fertilidad reducida en los lotes ubicados en laderas, y finalmente con costos crecientes de insumos agrícolas. Estos problemas se han vuelto más difíciles de manejar durante la última década, debido a la variabilidad climática. Respecto a las iniciativas de pequeños negocios, los trabajadores observan costos altos de arranque; altas tasas de interés de fuentes crediticias que no son el premio y una competencia de mercado ya consolidada. Frente a estos obstáculos, los trabajadores han arriesgado un porcentaje bajo de los fondos del premio al desarrollo de actividades económicas independientes, pese a la importancia que se dan en cuanto a sus metas a largo plazo. Al final los montos de premio se quedan cortos para que los trabajadores inviertan en emprendimientos propios con la intención de independizarse de la floricultura. Y desde luego, el premio no resuelve los problemas de fondo para los pequeños agricultores: inaccesibilidad a la tierra, agua de riego y espacios de mercado.

En términos de las políticas de *Fairtrade*, parecería importante que la organización considere apoyar a las iniciativas independientes de los trabajadores explícitamente a través de sus capacitaciones y en su asesoría sobre el manejo del premio. Más importante sería fomentar la organización de trabajadores entre empresas y buscar un diálogo con autoridades gubernamentales para enfrentar los problemas estructurales que obstaculizan el desarrollo anhelado por los trabajadores. Asimismo, podría desarrollar indicadores de independencia o libertad económica –“el desarrollo como libertad”, en las palabras de Sen (1999).

Sin embargo, en tanto organización que necesita atraer a floricultores como clientes, *Fairtrade* pone énfasis en generar trabajadores eficientes y contentos dentro de las plantaciones y no trabajar para que se independicen de ellas. En este punto, *Fairtrade* se enfrenta con una contradicción entre los intereses de los dueños que toman la decisión de participar en el sistema y los trabajadores, cuyos intereses pretende representar. Al final, difícilmente *Fairtrade* puede promover un desarrollo que vaya en contra de los intereses de las empresas que entran al sistema voluntariamente y el acceso a una fuerza laboral barata es fundamental para competir en esta industria. Además, uno de los efectos del sistema de certificación que los administradores más aprecian es el grado de estabilidad laboral que produce en una industria notoria por el ritmo de rotación de trabajadores. La gran contradicción de *Fairtrade* es que

los trabajadores terminan trabajando años e incluso décadas en una sola empresa debido a las mejoras condiciones y el tipo de desarrollo que *Fairtrade* promueve, pese al deseo del trabajador de salir y dedicar su tiempo a relaciones y redes que ellos sitúan fuera de la plantación.

## Situando el “re-incrustamiento” en el espacio social

En esta última sección analizo las observaciones de los trabajadores en relación a la literatura académica sobre el comercio justo. Pretendo desenredar la apropiación del concepto de ‘incrustamiento’ de Karl Polanyi (1944/2001) en una línea influyente de esta literatura y complementarlo con aportes desde Lefebvre (1974/1991, 2009) sobre el espacio social y el territorio.

Raynolds introduce el concepto de “incrustamiento” en el estudio de *Fairtrade* desde

el año 2000, al caracterizar el objetivo de *Fairtrade* como el de “re-incrustar los circuitos de mercancías en relaciones ecológicas y sociales, así desafiando la dominación de relaciones convencionales de precio en la determinación de la producción” (Raynolds, 2000; 298). La investigadora y directora del Centro de Comercio Justo y Alternativo de la Universidad Estatal de Colorado, Estados Unidos, Raynolds, argumenta que *Fairtrade* incrusta valores “en prácticas e instituciones económicas” (Raynolds, 2012: 276).<sup>17</sup> En la última década, varios investigadores se han referido al concepto de “incrustamiento” para evaluar el movimiento de comercio justo en general y *Fairtrade* específicamente (VanderHoff, 2009; Nygren y Valkila, 2010; Nicholls, 2010; Le Velley, 2015; Muttersbaugh, 2005; Utting, 2015). En esta literatura el “re-incrustamiento” se refiere a la relativa capacidad del comercio justo de incorporar consideraciones sociales y éticas en las relaciones de mercado entre consumidores y productores.

Algunos retoman este marco de análisis para señalar los límites de *Fairtrade* (Fridell, 2006; Haaparanta et al., 2010).<sup>18</sup> Le Velley resume que “las discusiones sobre desincrustamiento y reincrustamiento del comercio justo se refieren a la relativa fuer-

**La gran contradicción de *Fairtrade* es que los trabajadores terminan trabajando años e incluso décadas en una sola empresa debido a las mejoras condiciones y el tipo de desarrollo que *Fairtrade* promueve, pese al deseo del trabajador de salir y dedicar su tiempo a relaciones y redes que ellos sitúan fuera de la plantación.**



---

17 En un análisis posterior, Raynolds observa valores “incrustados en *Fairtrade*, involucrando solidaridad y obligación moral” (Raynolds et al., 2006: 185).

18 Ej. Haaparanta et al. observan que “la información proveída por *Fairtrade* a consumidores es bastante incompleta” (2010: 260). Fridell, una de las voces más críticas, reduce *Fairtrade* a un proyecto reformista neoliberal “Al final,” asevera el investigador canadiense, “la red permanece confinada por las imperativas del capitalismo” (Fridell, 2006: 23).

za de *las regulaciones* sobre el mercado libre” (Le Velley, 2015: 268; énfasis propio). Es decir, en estas discusiones el re-incrustamiento se refiere a un proceso de regulación o protección social frente a la expansión de mercados desregularizados.

Sin embargo, el uso de “incrustamiento” para referirse a la regulación, se aleja del significado original que Polanyi plantea y oscurece una distinción útil entre dos conceptos polanyianos: “incrustamiento” y “contra-movimiento” (Polanyi, 1944/2001: 12). Polanyi caracteriza el incrustamiento como la relativa fuerza de relaciones de reciprocidad, redistribución y otras consideraciones sociales y éticas en las relaciones económicas. En sociedades que no son de mercado o en sociedades pre-capitalistas, las relaciones económicas están más profundamente incrustadas en instituciones sociales y de costumbre, mientras que con la expansión de mercados globales desde el siglo XIX, las relaciones económicas son cada vez más reducidas a cuestiones de precio. Entonces, el contra-movimiento se refiere a la restricción y regulación, las cuales surgen como medidas de protección social y política en respuesta a los impactos negativos de la expansión de relaciones de mercado desregularizados.<sup>19</sup> El incrustamiento describe relaciones económicas mediadas por cuestiones sociales y éticas, que se revelan más fuertes en momentos y espacios distintos; el contra-movimiento *conservador* y reaccionario se refiere a la regulación institucional de mercados.<sup>20</sup> Sin duda que son dos conceptos útiles para pensar el comercio justo, pero Raynolds los funde en un solo concepto. Plantea de manera confusa que *Fairtrade* se presenta “como un contra-movimiento polanyiano clásico, como desafío a la dominación de principios económicos abstractos y un movimiento para re-incrustar el comercio internacional en relaciones sociales” (Raynolds, 2012: 279). Tal ofuscación tiene el efecto de esconder el carácter *abstracto* de la relación entre consumidor y productor que *Fairtrade* establece y nos conduce a pensar en relaciones sociales sin tiempo y sin lugar, mientras para Polanyi el relativo incrustamiento de las relaciones económicas y el impulso social del contra-movimiento se dan en momentos y sitios particulares.

Aunque Polanyi no desarrolla mucho el concepto de incrustamiento, se puede observar que el historiador económico se refiere a éste en términos de relaciones de reciprocidad y redistribución formadas a través del tiempo en contextos históricos, vividos y situados. La teoría socio-espacial de Lefebvre nos sirve para resaltar el sentido siempre situado de un incrustamiento.<sup>21</sup> Una de las preocupaciones centrales de Lefebvre es el espacio, su producción por parte del capital y su re-apropiación por trabajadores, movimientos sociales e individuos. Para Lefebvre, el espacio no es un simple contenedor, sino es constituido a

19 Polanyi se refiere a movimientos de protección social como “contra-movimientos”, a diferencia de incrustamiento, que no se refiere a ningún movimiento sino a la calidad de relaciones económicas. “[N]o solamente los seres humanos y los recursos naturales sino también la organización de la producción capitalista en sí,” dice Polanyi, “tuvieron que ser protegidos de los efectos devastadores de un mercado auto-regulado” (Polanyi, 1944/2001: 138).

20 Polanyi añade que el contra-movimiento responde a los efectos de la expansión de relaciones de mercado y “así [pone] en riesgo la sociedad [de mercado] de otra manera” (Polanyi, 1994/2201: 4). En otras palabras, el contra-movimiento es una reforma contradictoria que obstaculiza el buen funcionamiento del mercado para amortiguar sus efectos nocivos.

21 Lefebvre hace un llamado explícito de atención al “espacio en sí, con una vista a descubrir las relaciones sociales incrustadas en ello” (Lefebvre, 1974/1991: 89).

través del tiempo de manera compleja y dialéctica entre relaciones sociales, físicas y afectivas. Mientras el capital y el Estado intentan organizar el tiempo y el espacio en función de la producción, también generan alienación y resistencia en gran parte porque no se puede abstraer las relaciones sociales de sus propios tiempos y sus relaciones físicas y afectivas. Las relaciones supuestamente sociales y éticas que intermedia *Fairtrade* no superan la lógica predominante de la competencia del mercado y la relación consumidor-productor se realiza en un espacio abstracto a escala global, mientras las relaciones vividas y valoradas por los trabajadores en sus familias y comunidades se realizan en espacios sociales constituidos y situados histórica y geográficamente.

Asimismo Lefebvre insiste en la necesidad de que los trabajadores reivindiquen el derecho al espacio o de “producir” el espacio y el territorio.<sup>22</sup> Caracteriza al territorio específicamente como “el sitio y el blanco de las luchas contemporáneas” (Lefebvre, 2009: 211), refiriéndose a luchas de trabajadores y movimientos campesinos y populares por el derecho de crear sus propios espacios fuera de los espacios determinados por el capital global (Lefebvre, 2009: 110, 147, 151, 163, 250).

Los deseos de los trabajadores participantes del estudio comparten mucho con este llamado del derecho al espacio. Buscan recuperar independencia productiva, su tiempo y sus capacidades de trabajar y vivir dentro de redes y relaciones que ellos mismos definen. Asimismo propongo que es necesario recuperar y resaltar en los análisis del comercio justo el sentido del incrustamiento situado en espacios particulares y no abstractos.

## Reflexiones finales

El funcionamiento del sistema de *Fairtrade* depende de la venta de productos certificados. Para ello, formula un modelo de mercado distinto que establece acuerdos y canaliza porciones de los mayores precios que se obtienen en estos mercados a pequeños agricultores y trabajadores en el sistema. Los trabajadores en las florícolas ecuatorianas certificadas por *Fairtrade* reconocen mejores condiciones y beneficios materiales debido a la certificación. Reconocen la forma de desarrollo local que la organización afirma promover en términos de la acumulación de infraestructura física y humana. No obstante, la relación entre consumidor y trabajador se reduce a una serie de exigencias de mercado (calidad, cantidad, variedad). Los trabajadores en gran parte ubican la posibilidad de integrar sus actividades productivas en un espacio social definido en relación a sus familias, vecinos, fincas y organizaciones locales. La posibilidad de re-incrustar sus relaciones económicas en relaciones

22 Lefebvre defiende una noción de espacio y de territorio constructivista, que son productos sociales e históricos. No es una noción estática, sino cambiante del espacio y territorio, así anticipando otros acercamientos al territorio que enfatizan su reconstitución continua. Aunque Lefebvre no desarrolla el concepto del territorio mucho, desarrolla críticas a pensamientos que ignoran el espacio y la territorialidad. Por ejemplo, le critica a Marx por reducir el espacio a “una suma de sitios de producción” (Lefebvre, 2009: 211).

sociales requiere de una inserción más profunda en el espacio social y territorio que ellos definen fuera de la plantación.

Sin embargo, como observa Korovkin (2007), la industria florícola ecuatoriana continúa desarticulando la vida comunitaria y familiar. *Fairtrade* ofrece una estructura financiera que podría servir a los trabajadores para apoyar iniciativas económicas autónomas, pero la independencia de los trabajadores va en contra de los intereses de los clientes de *Fairtrade*, los dueños e inversionistas de las empresas. Además, los premios por sí solos no pueden resolver las condiciones de acaparamiento de la tierra y agua, la falta de redes y espacios de comercialización agrícola, además de la exclusión étnica y social, entre otras condiciones subyacentes que obstaculizan que los trabajadores desarrollen iniciativas autónomas.

Es necesario que los investigadores de comercio justo reconozcan estas contradicciones de *Fairtrade* y mantengan clara la distinción entre los beneficios que provee *Fairtrade* y la posibilidad de un desarrollo territorial situado en los espacios sociales que los trabajadores definen. Asimismo, un adecuado análisis del incrustamiento debe reconocer su carácter espacial y visibilizar los anhelos de los trabajadores de tomar más control sobre sus tiempos, sus vidas cotidianas y sus territorios.

## Referencias citadas

- Breilh, Jaime (2007). "New model of accumulation and agro-business: the ecological and epidemiological implications of the Ecuadorian cut flower production". *Ciênc Saúde coletiva*, 12, 1, p. 91-104.
- Fairtrade International (2014). Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade. Sixth Edition. [www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2014Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits-final-web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2014Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits-final-web.pdf) (consultado 15 de marzo 2015).
- Fairtrade International (2010). Fairtrade Responds to the Institute of Economic Affairs Report. <http://www.fairtrade.net/singleview+M5e7ff032cc1.html> (consultado 15 de marzo 2015).
- Fridell, Gavin (2006). "Fair Trade and Neoliberalism: Assessing Emerging Perspectives". *Latin American Perspectives*, Vol. 33, No. 6: 8-2.
- Haaparant, Pertti, Joni Valkila y Niina Niemi (2010). "Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers". *Journal of Business Ethics*, 97, 2, p. 257-270.
- Harari, Raúl (2003). "Fuerza de trabajo y floricultura: empleo, ambiente y salud de los trabajadores". *Ecuador debate*, 59, Quito: CAAP.
- Hincapié, Carlos, Federico Álvarez, Julián Acevedo Aponte, Camilo Hernández Ceballos y Sebastián Piedrahita Arias (2007). "Gestión y certificación agroambiental: camino a la sustentabilidad de la floricultura". 2, 1, p. 67-90.

- Korovkin, Tanya (2005). "Creating a Social Wasteland? Non-Traditional Agricultura Exports and Rural Poverty in Ecuador". *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*. No 79: 47-67.
- Korovkin, Tanya (2007). "Estándares de trabajo e iniciativas no estatales en la industrias florícolas de Colombia y Ecuador". *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, No 29, p. 15-30.
- Jaffee, Daniel (2012). "Weak Coffee: Certification and Co-Optation in the Fair Trade Movement". *Social Problems*, 59, 1, p. 94-116.
- Laroche, Karine, Roberto Jiménez y Valerie Nelson (2012). "Assessing the Impact of Fair-trade For Peruvian Cocoa Farmers". Comisionado por el Instituto de Recursos Naturales de la Universidad de Greenwich. [www.nri.org/development-programmes/equitable-trade-and-responsible-business/publications](http://www.nri.org/development-programmes/equitable-trade-and-responsible-business/publications) (consultado 15 de marzo 2015).
- Larreameydy, Pilar, Anamaría Maldonado, Constance Newman (2002). *Mujeres y floricultura: cambios y consecuencias en el hogar*. Quito: Ediciones Abya Yala.
- Lefebvre, Henri (1974/1991). *The Production of Space*. New York: Verso.
- Lefebvre, Henri (2009). *State, Space, World*. New York: Verso.
- Le Velley, Ronan (2015). "Fair trade and mainstreaming". *Handbook of Research on Fair Trade*. Laura Reynolds y Elizabeth Bennett (eds). Edward Elgar Publishing, p 265-280.
- Lyall, Angus (2014). "Assessing the Impacts of Fairtrade on Worker-Defined Forms of Empowerment on Ecuadorian Flower Plantations". Comisionado por *Fairtrade International* y Fundación Max-Havelaar, Suiza. [www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/140212Worker-Empowerment-Ecuador-Flower-Plantations-final.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/140212Worker-Empowerment-Ecuador-Flower-Plantations-final.pdf) (consultado 15 de marzo 2015).
- Mena, Norma y Silvia Proaño (2005). "Acoso sexual laboral en la floricultura: Estudio de Caso Sierra Norte de Ecuador". [www.laborrights.org/files/EcuadorSPAN.pdf](http://www.laborrights.org/files/EcuadorSPAN.pdf) (consultado 20 de abril 2008).
- Mutersbaugh, Tad (2005). "Fighting standards with standards: harmonization, rents, and social accountability in certified agrofood networks". *Environment and Planning*, 37, 11, p. 2033-2051.
- Nicholls, Alex (2010). "Fair Trade: Towards an Economics of Virtue". *Journal of Business Ethics*, 92, p. 241-255.
- Nygren, Anja y Joni Valkila (2010). "Impacts of Fair Trade certification on coffee farmers, cooperatives, and laborers in Nicaragua". *Agriculture and Human Values*, 27, p. 321-333.
- Palán, Carlos y Zonia Palán (1999). "Employment and working conditions in the Ecuadorian flower industry". Geneva: International Labour Office. [www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/papers/ecuadflo/indexhtm](http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/papers/ecuadflo/indexhtm). (consultado 20 de julio 2008).
- Polanyi, Karl (1944/2001). *La Gran Transformación*. Boston: Beacon Press Books.
- Reynolds, Laura (2012). "Fair Trade Flowers: Global Certification, Environmental Sustainability, and Labor Standards". *Rural Sociology*. 77, 4, p. 493-519.

- Raynolds, Laura (2000). "Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements". *Agriculture and Human Values*, 17, 3, p. 297-309.
- Raynolds, Laura, Douglas Murray y Peter L. Taylor (2006). "The future of Fair Trade coffee: dilemmas facing Latin America's small-scale producers". *Development in Practice*. 16, 2, p. 179-192.
- Sen, Amartya (1999). *Development as Freedom*. New York: Alfred Knopf.
- Sherman, Scott (2012). "The Brawl Over Fair Trade Coffee: Corporate sponsorship is undermining a wide network of democratic, farmer-owned co-ops". *The Nation*. 10 de septiembre. [www.thenation.com/article/169515/brawl-over-fairtradecoffeen](http://www.thenation.com/article/169515/brawl-over-fairtradecoffeen) (consultado 20 de julio 2008).
- Utting, Peter (2015). "Corporate Accountability, Fair Trade and Multi-Stakeholder Regulation". *Handbook of Research on Fair Trade*, Laura Raynolds y Elizabeth Bennett (eds.). Edward Elgar Publishing, p. 61-79.
- VanderHoff Boersma, Francisco (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 (S1): 51-61.

# Economía social y comercialización de productos orgánicos en Cusco, Perú. ¿Pasos iniciales en el desarrollo de una estrategia alternativa?

## *Social economy and marketing for organic products in Cusco, Peru. ¿Initial steps to developing an alternative strategy?*

Margaux Girard\*

Fecha de recepción: 30 de marzo de 2015  
Fecha de aceptación: 8 de junio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1648

### Resumen

Desde 2010, los canales de comercialización de productos orgánicos en la ciudad de Cusco, en el sur de los Andes peruanos, se multiplican y se diversifican: ecoferias, tiendas especializadas, biocanastas, venta directa a los restaurantes, etc. La demanda se origina en gran parte en turistas y residentes extranjeros, además de algunos residentes peruanos. Dentro de estas experiencias, algunas están vinculadas a los principios de la economía social. En este artículo, estudiaremos en qué medida consiguen aplicarlos e intentaremos evaluar los impactos socioeconómicos de estas iniciativas en el territorio. Por un lado, nuevas relaciones comerciales y sociales se concretizan, por otro lado, son propuestas todavía marginales y frágiles: reúnen pocos productores, cuentan con problemas de organización, carecen de apoyo público y de procesos de certificación, etc. Estas limitantes podrían cuestionar la sostenibilidad de estas iniciativas y su orientación social. No obstante, en estas dinámicas incipientes, se vislumbran soluciones.

*Palabras clave:* Andes, Cusco, Perú, productores orgánicos, circuitos de comercialización, ecoferia (bioferia), consumidores ecológicos.

### Abstract

Since 2010, the marketing channels for organic products in the city of Cusco, in southern Peruvian Andes, have been multiplying and diversifying: eco-fairs, specialty stores, organic food baskets, direct sales to restaurants, etc. Most of the demand comes from tourists and resident foreigners but also from some Peruvian residents. Some of these marketing experiences relate to the principles of social economy. In this paper we study to what extent these principles are being implemented successfully and we try to assess the socio-economic impacts of these initiatives at the territorial level. On the one hand, new commercial and social relations are emerging but, on the other hand, these experiences remain marginal and fragile: they include few producers, are affected by organizational problems, are lacking public support and certification systems, etc. These difficulties raise questions about the sustainability of these initiatives and their socially-oriented dimension. However, solutions based on these new dynamics can also be identified.

*Key words:* Andes, Cusco, Peru, organic producers, marketing channels, eco-fair, organic consumers.

\* Doctorante en Geografía. Laboratorio CEDETE, Universidad de Orléans, Francia. margaux-girard@univ-orleans.fr



## Introducción

La necesidad de pensar nuevos modelos agroalimenticios más sostenibles se impone tanto en los países del Norte como en los del Sur. Frente a este desafío global, una parte de las propuestas alternativas se encuentran a nivel local, movilizandolas especificidades de cada territorio. La situación en la zona andina de Cusco es particularmente interesante porque, en este entorno ecológico y socioeconómico muy específico y a la vez muy heterogéneo, se desarrollan alternativas agroalimenticias *a priori* económicamente viables, socialmente equitativas y ecológicamente sostenibles.

La reciente producción y comercialización de productos orgánicos en Cusco surgió en un contexto dominado por dos sistemas agrícolas duales, aunque a veces relacionados: por un lado, la agricultura tradicional andina se mantiene en los territorios más alejados y más altos (Earls, 2006: 15), y por otro lado, la agricultura comercial y convencional de los años 1975-1980 (Mesclier, 1991: 134) se extiende en los territorios cercanos a la ciudad de Cusco, en los pisos del valle. En este contexto, la agricultura orgánica podría aparecer como una vía alternativa de desarrollo para la agricultura familiar andina, a través de una diversificación económica y mejoras en la alimentación (calidad y diversidad).

En el departamento de Cusco, la agricultura orgánica empezó a difundirse desde los años 2000. En el campo, las ONG empezaron a proponer programas de agricultura orgánica. En la ciudad de Cusco, la “Asociación Regional de Productores Ecológicos de Cusco –ARPE Cusco”,<sup>1</sup> la principal organización local creada en 2000, organizó a partir de 2003 las primeras ecoferias (Wú Guin y Alvarado de la Fuente, 2008) o mercados locales de productores ecológicos. Desde 2010, este nicho de mercado local se desarrolla y sus canales se diversifican: están surgiendo nuevas ecoferias, tiendas especializadas, biocanastas, venta directa a los restaurantes, etc.

## La comercialización con una lógica de economía social

En Cusco, como en otras regiones, muchas de estas iniciativas de comercialización de productos orgánicos nacen dentro de la economía social,<sup>2</sup> también llamada economía solidaria o tercer sector, para diferenciarse del sector privado capitalista y del sector público (Caballero et al., 2010: 33; Richer, 2005: 59). La economía social reúne las actividades económicas de organizaciones como asociaciones, cooperativas, etc. que no tienen como principal objetivo el lucro, sino el interés colectivo (Defourny, Develtere y Fonteneau,

---

1 La ARPE Cusco es la base regional de la Asociación Nacional de Productores Ecológicos del Perú (ANPE Perú), creada en 1998 en Cusco (Wú Guin y Alvarado de la Fuente, 2008).

2 Sobre el mercado internacional (que no estudiaremos en el presente artículo), el comercio justo, ejemplo emblemático de economía social, es muy frecuentemente asociado a los productos orgánicos.

1999: 11), con una finalidad social, una lógica “de reciprocidad” y un arraigo local (Laville, 2007). Generalmente, al nivel local, la mayoría de las experiencias de comercialización de productos orgánicos se inscriben dentro de los circuitos cortos, circuitos alimenticios de proximidad (Heinisch et al., 2014: 74) o sistemas agroalimenticios alternativos (Deverre y Lamine, 2010: 57-60; Nigh y González Cabañas, 2015: 317). Estos nuevos mercados ofrecen un vínculo directo (o con máximo de un intermediario) entre los agricultores familiares y los consumidores locales (Nigh y González Cabañas, 2015: 336; Cabanes Morote y Gómez López, 2014: 142; Caballero et al., 2010: 33; Deverre y Lamine, 2010: 58), posibilitando de esta manera el desarrollo de nuevas conexiones entre el campo y la ciudad. Por esta razón, podemos estimar que estas innovaciones sociales tienen impactos sobre el territorio, entendido como la relación entre tres subsistemas: los actores, el espacio geográfico y el sistema de representación (Moine, 2007: 45-46). En este estudio, intentaremos analizar en qué medida las experiencias estudiadas en Cusco consiguen internalizar y aplicar los principios de economía social, vectores potenciales de una estrategia alternativa de desarrollo territorial.

Primero describiremos rápidamente la zona de estudio: Cusco y el Valle Sagrado de los Incas, así como la demanda local de productos ecológicos, para después interesarnos más en detalle en la oferta. Presentaremos tres ejemplos significativos de comercialización local con un modelo comercial alternativo: 1) La ARPE Cusco, sus ecoferias en Cusco y en Calca y la eco tienda “Frutos de la Tierra”; 2) La asociación Tanpu y su “Ecoferia del Valle Sagrado de los Incas” en Urubamba, y 3) La “canasta solidaria *Mibulla Kachun*” del Colectivo el Muro en Cusco. Luego analizaremos las potencialidades y los límites de estas iniciativas y terminaremos describiendo los últimos procesos locales en marcha: implementación de una certificación participativa e institucionalización, así como algunas perspectivas de evolución posibles: apertura y cooperación con los otros sectores (privado y público) y primacía del enfoque social.

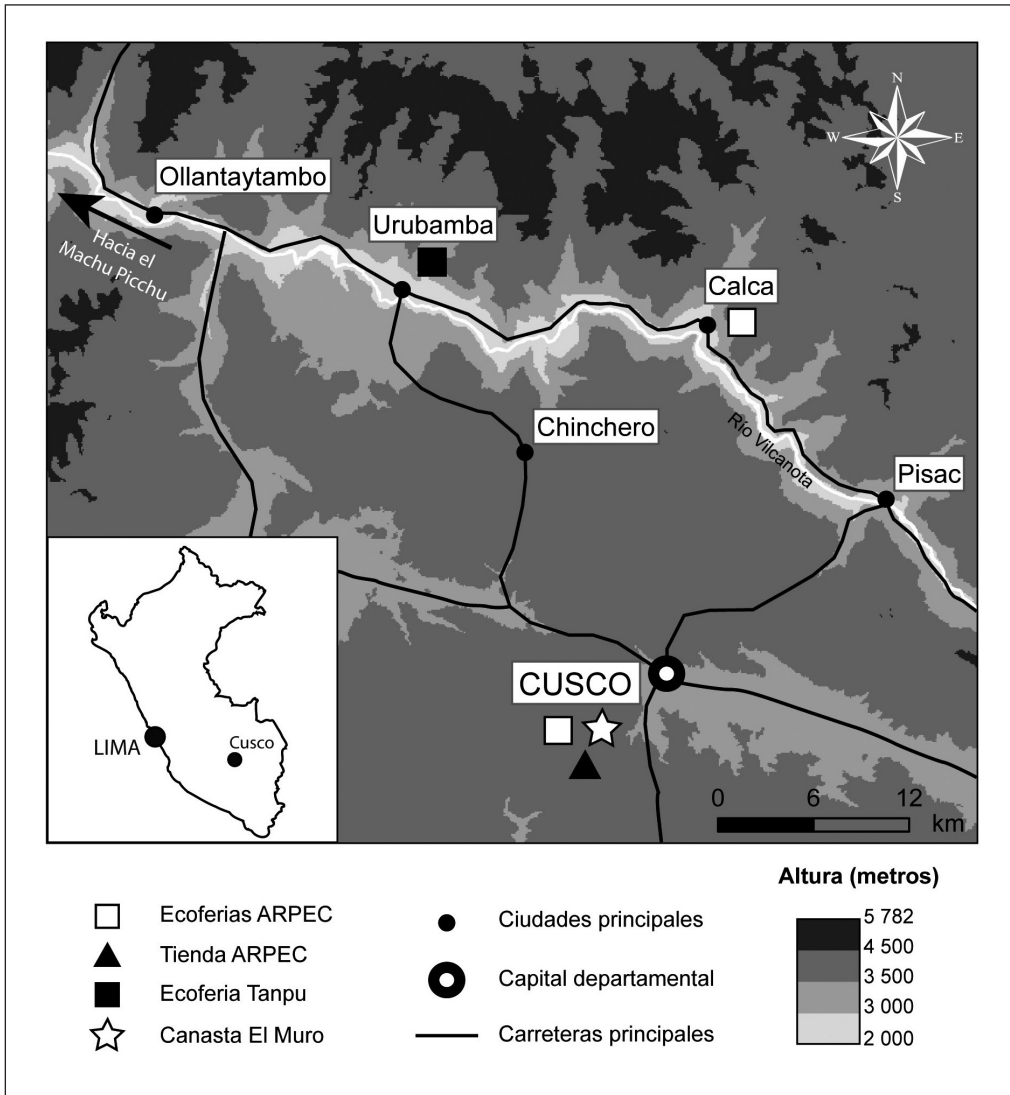
Este estudio se basa en una serie de 25 entrevistas semiestructuradas realizadas con productores ecológicos de las zonas rurales cercanas a Cusco y sobre todo al Valle Sagrado de los Incas, durante dos etapas de trabajo de campo realizadas en 2014 (enero-mayo y septiembre-diciembre). Un primer trabajo de investigación también se llevó a cabo en 2012 con algunos de los productores. Las entrevistas fueron completadas por visitas a las chacras, observación y participación en algunas labores agrícolas. Los diferentes espacios de venta, y sobre todo las ecoferias, fueron también lugares de encuentro y de discusión privilegia-

**En Cusco, como en otras regiones, muchas de estas iniciativas de comercialización de productos orgánicos nacen dentro de la economía social, también llamada economía solidaria o tercer sector, para diferenciarse del sector privado capitalista y del sector público.**



dos. Paralelamente, se realizaron otra serie de 50 entrevistas informativas con asociaciones de productores, ONG e instituciones de los sectores público y privado (sobre todo en la ciudad de Cusco y las principales ciudades del Valle Sagrado de los Incas). Finalmente, el proceso metodológico del presente análisis integra algunas experiencias de inmersión en las ecoferias, talleres de capacitación, reuniones de las organizaciones, etc.

Figura 1.  
Mapa de ubicación de las experiencias de comercialización estudiadas en Cusco y el Valle Sagrado de los Incas



Concepción: M. Girard. Realización: M. Alletti. 2015

## Un territorio andino con consumidores extranjeros

### *Cusco y el Valle Sagrado de los Incas*

La ciudad de Cusco se ubica al sur de los Andes peruanos, en un valle andino a unos 3.400 msnm. Esta capital departamental cuenta aproximadamente con 420.000 habitantes en 2015 (INEI, 2012) y su economía está dominada por el sector turístico.<sup>3</sup> Entre 20-30 kilómetros en línea recta al norte de Cusco, se encuentra el Valle Sagrado de los Incas, a 3.000 msnm aproximadamente, considerado como el principal laboratorio rural (o periurbano) local de las mutaciones productivas y comerciales que nos interesan. Acoge a numerosos productores orgánicos así como algunas experiencias emblemáticas de comercialización que vamos a presentar. El Valle Sagrado de los Incas es el nombre turístico dado a la parte del valle del río Vilcanota, ubicado entre las ciudades de Pisac y Ollantaytambo, en las provincias de Calca y de Urubamba. Se trata de un territorio favorecido social y económicamente, por un lado, gracias al turismo generado por la alta concentración de sitios arqueológicos incas –el famoso Machu Picchu se encuentra cerca del valle– y por otro lado, gracias a las actividades agrícolas. En estas tierras muy fértiles los campesinos se dedican al cultivo de hortalizas y, sobre todo, al cultivo de un maíz de alta calidad, denominado “maíz blanco gigante del Cusco” destinado al mercado local, nacional e internacional.

## Los extranjeros, principales consumidores ecológicos

En Perú como en el mundo entero, la demanda en productos orgánicos está creciendo. La mayoría de los consumidores comparten dos características principales: poder adquisitivo y conciencia ambiental, lo que algunos llaman “*reflexive consumption*” (Nigh y González Cabañas, 2015: 323). En Cusco, estos consumidores se dividen en tres grupos:

- Primero, los numerosos turistas ecológicos. Cabe precisar que Cusco está considerado no solo como la capital turística de Perú, sino también como un centro místico, símbolo de la cultura andina y de su famosa *Pachamama*. Atrae a bastantes turistas, particularmente sensibles a la protección de la naturaleza.
- Segundo, un grupo significativo de residentes extranjeros que viven en Cusco y en el Valle Sagrado de los Incas de manera permanente o temporal.<sup>4</sup>

---

3 “Cusco recibió más de 2,6 millones de turistas en 2014” (2015), Peru21, Lima, enero 03. <http://peru21.pe/actualidad/cusco-recibio-mas-26-millones-turistas-2014-2208287> (consultado: 10 de marzo de 2015).

4 Según los censos nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) de 2007, unas 5.500 personas censadas en el departamento de Cusco declaran “vivir permanentemente” en un país extranjero, por lo que se puede deducir que se trata esencialmente de residentes temporales o expatriados. Dentro de ellos, la gran mayoría se concentran en la ciudad de Cusco (3.570) y en la provincia de Urubamba (1.596), en el Valle Sagrado de los Incas.

- Tercero, una parte marginal de la población peruana constituida por cusqueños y residentes de la costa y/o de la ciudad de Lima que forman parte de la clase media y alta.

Estos tres grupos, culturalmente influyentes, constituyen los principales clientes de los sistemas de comercialización que nos interesan, aunque el grupo de turistas consume sobre todo en los restaurantes turísticos.

## Tres ejemplos de comercialización ¿hacia un nuevo modelo de desarrollo local?

### *La ARPE Cusco*

En Cusco, las iniciativas emblemáticas de comercialización de productos orgánicos son lideradas por la ARPE Cusco que ahora cuenta con cinco bases provinciales (en las provincias de Calca, Paucartambo, Espinar, Quispicanchi y Cusco), y que congregaba alrededor de 350 familias en 2014. Esta asociación, además de los cursos de capacitación, propone dos canales de comercialización: las ecoferias y una tienda. Las ecoferias en Cusco existen desde 2003; sus primeros años fueron complicados, las ferias fueron suspendidas y desplazadas varias veces, por diferentes razones. Desde 2012, su existencia ya no parece comprometida.

Figura 2.  
Ecoferia ARPE Cusco



Fuente: Margaux Girard.

La ecoferia tiene lugar el primer y tercer sábado de cada mes, por la mañana, en la plaza San Pedro, frente al mercado cubierto de San Pedro, el más grande del centro turístico de la ciudad de Cusco. En días de feria, entre 25 y 50 vendedores –según la temporada, las lluvias, etc.– se reúnen temprano para armar dos o tres filas de carpas verdes y amarillas con el logo de la ANPE Perú y recientemente también con el logo de “Frutos de la Tierra”, la marca colectiva<sup>5</sup> de la asociación, creada en 2013. La mayoría de vendedores son mujeres que vienen de alguna de las cinco bases provinciales de la ARPE Cusco. Los principales productos orgánicos propuestos son, por orden de importancia, los productos transformados: miel, mermelada, galletas, café, cacao, harina, etc., y los productos no transformados, según la temporada: papas y tubérculos, maíz, frijol, quinua, habas, lupino, lechugas, tomates, cebollas, zanahorias, acelgas, betarragas, pepinos, etc. Además, hay quienes ofrecen platos preparados como pasteles o segundos calientes.

Una de las bases provinciales de la ARPE Cusco, la APPE Calca, organiza también su propia ecoferia, más pequeña, en la plaza principal de Calca. La ecoferia se desarrolla los domingos de cada mes por la mañana, desde 2011. Su importancia ha bajado en los últimos años; de una docena de vendedores en 2012 a apenas cinco en 2014. Los productores ofrecen hortalizas, frutas, panes naturales, miel, mermeladas, quinua, etc.

Figura 3.  
Eco feria APPE Calca



Fuente: Margaux Girard.

5 La marca colectiva “Frutos de la Tierra” de la ANPE Perú indica en su sitio de Internet que es “parte de la familia agroecológica” (<http://frutosdelatierra.com/index.php/quienes-somos>) (Consultado: 4 de junio de 2015).

Desde agosto de 2013, y con el apoyo de la ONG “Tierra de Hombres” (TdH), la ARPE Cusco ha abierto en la ciudad de Cusco una pequeña tienda “Frutos de la Tierra” a la que llaman Centro de Información y Atención al Cliente (CIAC). Este detalle subraya que el proyecto no es puramente mercantil. La tienda se ubica en el barrio Rosaspata, a veinte minutos caminando del centro turístico. En efecto, la tienda se vio obligada a instalarse en dicho barrio periférico porque en el centro los alquileres son caros. Esta ubicación puede explicar, en parte, por qué todavía no cuenta con muchos clientes. Los productos ofrecidos son de los socios de la ARPE Cusco. Este centro abastece también a algunos restaurantes con servicios de reparto a domicilio; así mismo, la ARPE Cusco quiere proponer el mismo servicio a sus clientes.

Figura 4.  
Tienda Frutos de la Tierra (ARPEC)



Fuente: Margaux Girard.

### *La Asociación Tanpu y su “Ecoferia del Valle Sagrado en Urubamba”*

En la región de Cusco, la ARPEC no es la única asociación que organiza ecoferias. La asociación Tanpu en Urubamba propone desde 2010 la “Ecoferia del Valle Sagrado”, el primer y tercer domingo de cada mes. La ecoferia reúne entre 20 y 30 vendedores y tiene 3 diferencias primordiales con la ecoferia de la ARPE Cusco: 1) el lugar: la ciudad de Urubamba;

2) el origen geográfico de los socios: una buena parte no son procedentes del departamento sino de la costa, de Lima o del extranjero; y 3) los productos ofrecidos: la mitad no son productos alimenticios sino cosméticos, artesanías, etc.

Figura 5.  
Ecoferia Tanpu Urubamba



Fuente: Margaux Girard.

### *El Colectivo el Muro y su "Canasta Solidaria Mihulla Kachun"*

Finalmente, es importante mencionar que desde hace poco surgió un nuevo canal de comercialización, las biocanastas, que es una de las formas más típicas de economía social local en relación con los productos orgánicos. El Colectivo el Muro, un grupo de activistas que organiza actividades de sensibilización sobre temas como la minería o los problemas de género, propone desde inicios de 2014 la primera biocanasta de Cusco: "Canasta Solidaria Mihulla Kachun" ("que haya comida", en castellano).



Figura 6.  
Canasta del Colectivo el Muro



Fuente: Colectivo el Muro.

La iniciativa tiene de momento un alcance limitado; todos los meses, una veintena de familias hacen un pedido por correo electrónico de los productos que desean en sus canastas y van a recogerlas de un local en Cusco. Los proveedores vienen de las zonas rurales cercanas a Cusco, de las provincias de Cusco, Urubamba o Anta.

Tabla 1.  
Síntesis de los tres sistemas de comercialización estudiados

Organización	Sistema de comercialización	Creación	Lugar	Frecuencia	Número de productores	Diferencial de precio respecto al Convencional (%) en promedio
ARPE CUSCO	Ecoferia ARPE Cusco	2003	Plaza de mercado San Pedro en Cusco	Dos sábados por mes	Entre 25 y 50 productores	+ 125%
	Ecoferia APPE Calca	2011	Plaza de Armas de Calca	Todos los domingos	Entre 3 y 6 productores	+ 100%
	Tienda "Frutos de la Tierra"	2013	Barrio Rosaspata en Cusco	Todo los días	Una decena de productores de la ARPE Cusco	+ 125%
Asociación Tanpu	"Ecoferia del Valle Sagrado"	2010	Plaza Principal de Urubamba	Dos domingos por mes	10 productores agrícolas (20 vendedores en total)	+ 150%
Colectivo el Muro	"Canasta Solidaria Mihulla Kachun"	2014	Un deposito en Cusco	Una vez por mes	Alrededor de 7 productores	+ 90%

Fuente: M. Girard. 2015

En estos circuitos alternativos puestos en marcha, algunos principios básicos de la economía social parecen ser aplicados con éxito: precios más justos y relaciones más directas entre los productores y consumidores.

## Precios justos y nuevas relaciones comerciales ¿bases de la economía social?

### *Un precio justo y una rentabilidad heterogénea*

En los tres canales de comercialización descritos anteriormente, los precios de venta son superiores a lo convencional, entre 90% y 150% (Tabla 1), aunque estos productos todavía no tienen certificaciones oficiales. El aumento de precio se justifica por el reconocimiento de su trabajo y de la calidad ecológica de sus productos (Heinisch et al., 2014: 78; Caballero et al., 2010: 36; Nigh y González Cabañas, 2015: 337). Además, la desaparición de los intermediarios permite una reapropiación del valor agregado por los productores. Los ingresos de una ecoferia son muy heterogéneos según los productos vendidos. Por ejemplo, los productos transformados son más rentables que las hortalizas. En la ciudad de Cusco, una productora de miel puede ganar hasta 200 nuevos soles por ecoferia, mientras que una productora de hortalizas solo unas decenas de nuevos soles. La ciudad en la cual se llevan a cabo las ecoferias influye también: esta misma productora de miel gana un promedio de 50 nuevos soles en la ecoferia de Calca.

**En la ciudad de Cusco, una productora de miel puede ganar hasta 200 nuevos soles por ecoferia, mientras que una productora de hortalizas solo unas decenas de nuevos soles. La ciudad en la cual se llevan a cabo las ecoferias influye también.**



### *Nuevas relaciones productores-consumidores*

Los mercados solidarios favorecen la aparición de relaciones más directas entre productores y consumidores (Nigh y González Cabañas, 2015: 336-337; Cabanes Morote y Gómez López, 2014: 142; Deverre y Lamine, 2010: 61). Más allá del acto mercantil tangible, estos sistemas proponen innovaciones sociales intangibles (Richer, 2005: 59-61): relaciones de proximidad –intercambio de información y saberes– e incluso relaciones de amistad. Estas proximidades relacionales se convierten en relación de confianza especialmente sobre la procedencia (local) (Rebaï, 2010: 76) y la calidad (ecológica) de los productos (Heinisch

et al., 2014: 79-82). Estas relaciones de confianza pueden compensar, en parte, la ausencia de certificación local.

Dichas innovaciones socioeconómicas, asociadas a las innovaciones agroecológicas, permiten una renovación y valorización del papel de una parte de los productores en la sociedad. Una parte marginal, claro, pero visible, y entonces simbólicamente importante. Unos científicos definen el fenómeno como “el retorno de los campesinos” (Pérez-Vitoria, 2005) o la aparición de “*new peasantries*” (Van der Ploeg, 2008; Nigh y González Cabañas, 2015). Sin embargo, estas iniciativas muestran límites –debido en parte a sus creaciones recientes– para asegurar su sostenibilidad y honrar su vocación social.

## Marginalidad y debilidades de la propuesta

### *Pocos productores y no “los más pobres”*

Primero, muy pocos productores (Tabla 1) tienen acceso a esta nueva dinámica comercial (Deverre y Lamine, 2010: 61). Una consecuencia directa es que cuando hay pocos productores hay poca cantidad y diversidad de productos, lo que necesariamente es menos atractivo para los consumidores. Este es un problema recurrente en los mercados orgánicos (Wú Guin, 2008: 32; Garibay y Zamora, 2003: 61). Por otra parte, los productores que integran las ecoferias o biocanastas son necesariamente productores que tienen fácil acceso a los medios de transporte, a los centros urbanos y a los medios de comunicación (teléfono, Internet). Globalmente, parecen tener un capital socioeconómico superior a la mayoría de los campesinos andinos. Como en otras zonas, no son los productores más aislados ni más desfavorecidos (Rebaï, 2010: 79; Deverre y Lamine, 2010: 64). Esta impresión es aún más fuerte en Urubamba, donde algunos vendedores son considerados como “gringos” (blanco, occidental y/o con dinero). Esta observación se integra en una tendencia más global de las ONG de esta zona, descrita por Bebbington, que suelen proponer un apoyo no a los más pobres, sino a los “menos pobres” (2004: 737-740). En este sentido, estas iniciativas pueden contribuir a mantener desigualdades entre productores (Deverre y Lamine, 2010: 63-64; Rebaï, 2013: 182): en este caso, entre los productores de las zonas rurales cercanas de Cusco que están bien integrados en la economía urbana y los productores de las otras provincias, más alejadas de Cusco, quienes se quedarían al margen de las mutaciones agrícolas y de dicho dinamismo económico.

### *Falta de organización y de cooperación*

A parte del número reducido de productores que compromete la sostenibilidad de estos nuevos mercados, muchos actores locales mencionan las debilidades en la parte organiza-

tiva (Wú Guin, 2008: 32-33), especialmente la falta de personas involucradas y la falta de seguimiento en los proyectos. Por ejemplo, en la ecoferia de Calca, una sola persona se encarga realmente de la organización. En cuanto a la Canasta Solidaria, una de las responsables afirma que la sostenibilidad del proyecto depende mucho del número de organizadores disponibles. Por otra parte, cabe mencionar que existen muy pocas relaciones entre las tres organizaciones estudiadas (excepto algunas personas entre el Tanpu y el Colectivo el Muro) aunque comparten los mismos ámbitos y los mismos territorios.

### *Dependencia del apoyo externo*

Hay que mencionar también el problema de dependencia cuando existe apoyo externo a estos proyectos (Heinisch et al., 2014: 80). Por ejemplo, la tienda “Frutos de la Tierra” de la ARPE Cusco todavía no es rentable. Las ventas no permiten pagar el alquiler ni el sueldo de los dos empleados que están subvencionados por TdH. Este apoyo deberá concluir en 2016. Entonces, la asociación tiene el proyecto de mudarse a un local más barato situado en la misma calle. Pero, al tratarse de un local más pequeño, se fragiliza cada vez más la visibilidad y la sostenibilidad de este espacio de venta.

### *Falta de apoyo institucional*

El apoyo público existe (por ejemplo, a través de la oferta de un espacio público para las ecoferias) pero, lamentablemente, no es a largo plazo y se modifica cuando hay cambios en las autoridades locales. En las políticas públicas, generalmente, no se evidencian procesos de promoción de la producción y el consumo de productos orgánicos y locales.

### *Ausencia de garantía orgánica y de economía social*

Por último, estos circuitos de comercialización local todavía no tienen un sistema de certificación orgánica o de “comercio justo local”. Por la ausencia de control, es posible que no todos los productos vendidos sean realmente orgánicos (Wú Guin, 2008: 33; Nigh y González Cabañas, 2015: 330). Eso se confirma en las entrevistas a los productores o durante las visitas a sus chacras. Además, entre los socios asistimos a la cohabitación de dos lógicas opuestas: los que quieren hacer “puro negocio y nada más”, y los que quieren “hacer más que el puro negocio” (Intercambio de información, de saberes, etc.) (Cabanes Morote y Gómez López, 2014: 130-143).

## Procesos en marcha: hacia la implementación de una certificación participativa y más institucionalidad

### *El Sistema Participativo de Garantía - SPG*

Frente a esta situación, algunas organizaciones cusqueñas proponen poner en marcha un proceso de certificación alternativa, el Sistema Participativo de Garantía (SPG)<sup>6</sup> desarrollado por el *International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)*, que ya funciona

en otras regiones de Perú y en otros países (Nigh y González Cabañas, 2015: 329-330; Pérez-Vitoria, 2005: 213-214). Se define como un sistema simplificado –y gratuito– de autocertificación orgánica a través de controles participativos y horizontales, en coherencia con los principios de la economía social. El SPG está presente en Cusco desde 2010 pero sin un real seguimiento. La dificultad de implementación del SPG en Cusco puede explicarse por los problemas organizativos y la falta de apoyo público, pero también por su falta de pertinencia en lo que concierne a las ecoferias. “Nunca un consumidor me ha pedido cualquier tipo de certificación, me conocen” resume una ecoferiante. Sin embargo, este

**El apoyo público existe (por ejemplo, a través de la oferta de un espacio público para las ecoferias) pero, lamentablemente, no es a largo plazo y se modifica cuando hay cambios en las autoridades locales.**



sello sí podría interesar a los restaurantes turísticos, que constituyen uno de los mercados locales más rentables.

### *El Consejo Regional de Productores Orgánicos de Cusco*

El reciente Consejo Regional de Productores Orgánicos de Cusco (COREPO),<sup>7</sup> creado en agosto de 2014 ha retomado el proyecto del SPG y lo promociona. Esta institución reúne tres sectores: el público (Gobiernos regionales y locales), el privado (empresas que tienen una certificación orgánica por tercera parte, en Cusco, las productoras de café o cacao) y la

---

6 “Los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) son sistemas de garantía de calidad aplicados a nivel local. Verifican a productores sobre la base de la participación activa de actores y se construyen a partir de la confianza, las redes sociales y el intercambio de conocimiento”, definición oficial del IFOAM (<http://www.ifoam.bio/en/value-chain/participatory-guarantee-systems-pgs>).

7 Este consejo es una aplicación regional del Consejo Nacional de Productos Orgánicos creado por la ley n° 29196 llamada “Ley de promoción de la producción orgánica o ecológica” publicada en el Diario Oficial El Peruano el 29/01/2008. La creación del COREPO Cusco fue oficializada en la ordenanza regional n° 067-2014-CR/GR.CUSCO, en agosto de 2014.

sociedad civil (las ONG y las asociaciones como ARPE Cusco). Esta plataforma tiene como objetivo fortalecer la producción orgánica a nivel regional. Concretamente, podría centralizar las actividades organizativas (los trámites del SPG, por ejemplo) que hacen tanta falta a las asociaciones. Este tipo de institución podría también favorecer la cooperación entre actores, rasgo fundamental de la innovación social (Richer, 2005: 60-62) y así encontrar soluciones para mejorar, por ejemplo, la viabilidad económica de los diferentes sistemas de comercialización (Richer, 2005: 62).

## Reflexiones finales ¿Apertura a otros sectores y concentración en el enfoque social?

### *Una tendencia más amplia para un verdadero desarrollo territorial*

Hasta ahora, las iniciativas de economía social parecen demasiado débiles y marginales (número de productores reducido y no representativo de la población local) para impulsar un verdadero eje de desarrollo territorial rural alternativo en Cusco. Es importante precisar que estas experiencias agroecológicas no solo aparecen dentro del sector específico de la economía social sino también dentro de los sectores estrictamente privado (grandes explotaciones, empresas, tiendas que proponen productos orgánicos, naturales) y público (la Dirección Regional de Agricultura de Cusco). Además, muchos productores combinan simultáneamente dos o tres de estas actividades. Por ejemplo, algunos de los productores entrevistados pertenecen a una de las asociaciones de economía social descritas, y por otro lado, se benefician o se han beneficiado de un programa público de agricultura orgánica o bien hacen negocio(s) lucrativo(s) personal(es) con sus productos. Si reunimos las actividades provenientes de los tres sectores, como planea hacerlo el COREPO, quizá podríamos ver concretizarse los pasos iniciales al fomento de un nuevo desarrollo rural, a través de una diversificación económica y un mejoramiento de la condición campesina en algunos territorios. El territorio del Valle Sagrado de los Incas podría convertirse en el laboratorio de esta dinámica.

### *La participación del sector público para ampliar el alcance social*

Para que la propuesta honre su vocación social, el apoyo institucional público parece primordial (Cabanes Morote y Gómez López, 2014: 144; Rebaï, 2010: 79; Richer, 2005: 61). A nivel nacional, uno de los principales desafíos actuales del sector es el reconocimiento del SPG en el marco legal peruano (Ugas, 2009). A nivel regional y local, el desarrollo de los espacios de comercialización local podría ser incluido en la agenda pública. Las muni-

cipalidades no solo deberían ofrecer un espacio público sino también actuar a favor de la perennidad y el desarrollo de estos mercados, atrayendo más consumidores y productores. Las instituciones públicas pueden, por ejemplo, desempeñar un papel central en la difusión de información en cuanto a la alimentación saludable. Podrían también participar en la multiplicación de los puntos de venta para que sean accesibles a un mayor número de productores y sobre todo de productores desfavorecidos y aislados geográficamente que realmente necesitan apoyo para encontrar nuevas fuentes de ingresos (Rebaï, 2010: 79-80). Estas sinergias podrían aportar respuestas a la principal debilidad identificada en dichos circuitos: un alcance social muy limitado.

Para ir más lejos, y quizás estar aún más en coherencia con la economía social y su objetivo de interés colectivo, sería pertinente interesarse no solo en los sistemas de producción y comercialización sino también en los sistemas de consumo (Deverre y Lamine, 2010: 65-66) y en el concepto de soberanía alimentaria (Cabanés Morote y Gómez López, 2014: 137-139; Nigh y González Cabañas, 2015: 318).

### *Alimentos ecológicos producidos por y no para la población local*

Paradójicamente se trata de mercados de productores locales pero no destinados a la población local mayoritaria, sino a los turistas, a los residentes extranjeros y a los cusqueños de la clase media y alta. Sería socialmente pertinente que este tipo de productos de calidad fueran también accesibles a la población urbana y rural que tiene pocos recursos económicos (Deverre y Lamine, 2010: 59; Pérez-Vitoria, 2005: 213; Garibay y Zamora, 2003: 61-64) y con mayores problemas de nutrición, empezando lógicamente por los productores mismos y sus familias, que como lo hemos visto, no son los más pobres. Eso respondería a uno de los principios de la agroecología (privilegiar el auto-consumo y vender solo los excedentes) pero también de la economía social y soberanía alimentaria, que reivindican estas asociaciones (Cabanés Morote y Gómez López, 2014: 137-139; Nigh y González Cabañas, 2015: 318; Heinisch et al., 2014: 74). Para la población local, una de las principales limitaciones en la compra de estos productos son obviamente los precios altos (Heinisch et al., 2014: 82). La población local generalmente no puede adquirir los productos a esos precios, pero ¿quizá las instituciones públicas podrían comprarlos para los comedores escolares, postas médicas y hospitales, albergues o programas de seguridad alimentaria? (Ugas, 2009). Este tipo de colaboración con el sector público ya existe en varios países (Heinisch et al., 2014: 74; Deverre y Lamine, 2010: 61-64; Cabanés Morote y Gómez López, 2014: 144-150; Pérez-Vitoria, 2005: 213). La relocalización de la producción y del consumo hacia la parte de la población con dificultades socioeconómicas podría ser una manera de asegurar un desarrollo territorial realmente alternativo “desde, por y para dentro” y que aplique la equidad social.

## Referencias citadas

- Bebbington, Anthony (2004). “NGOs and uneven development: geographies of development intervention”. *Progress in Human Geography*, 28 (6), 725-745.
- Caballero, Luis, Sergio Dumrauf, Edgardo González, Florencia Mainella, Mariana Moricz (2010). “Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de economía social”. *Otra Economía*, n°7, Vol. IV, 26-41.
- Cabanes Morote, Mar y José Daniel Gómez López (2014). “Economía social y Soberanía alimentaria. Aportaciones de las cooperativas y asociaciones agroecológicas de producción y consumo al bienestar de los territorios”. *CIRIEC-España*, n°82, 127-154.
- Defourny, Jacques, Patrick Develtere y Bénédicte Fonteneau (1999). *L'économie sociale au Nord et au Sud*. Paris, Bruxelles: De Boeck Université.
- Deverre, Christian y Claire Lamine (2010). “Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales”. *Économie rurale*, n°317, 57-73.
- Earls, John (2006). *La agricultura andina ante una globalización en desplome*. Lima, PUCP-CISEPA.
- Frutos de la tierra, marca colectiva (2015). “Nosotros”. Disponible en <http://frutosdelatierra.com/index.php/quienes-somos> (visitada 4 de junio de 2015).
- Garibay Salvador, V. y Eduardo Zamora (2003). *Producción Orgánica en Nicaragua: limitaciones y potencialidades*. Managua: SIMAS.
- Gobierno Regional del Cusco (2014). Ordenanza regional n° 067-2014-CR/GR.CUSCO. Cusco.
- Heinisch, Claire, Pierre Gasselin y Guy Durand (2014). “Circuits alimentaires de proximité dans les Andes. Vers une reconnaissance de l'agriculture familiale et paysanne”. *Économie rurale*, n° 343, 71-86.
- INEI-Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012), “Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población Total por Sexo de la Principales Ciudades, 2000-2015”. Lima.
- INEI-Instituto Nacional de Estadística e Informática (2007) “Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda”. Lima.
- IIFOAM-International Federation of Organic Agriculture Movements (2015). “Definition of Participatory Guarantee Systems”. Disponible en <http://frutosdelatierra.com/index.php/quienes-somos> (visitada 15 de marzo de 2015).
- Laville, Jean-Louis (2007). *L'économie solidaire. Une perspective internationale*, Hachette Littératures.
- Mesclier, Evelyne (1991). *Les paysans face au marché dans des situations d'instabilité : étude comparative dans les Andes du Pérou*. Disertación doctoral en geografía. Université de Paris VII, Francia.
- Moine, Alexandre (2007). *Le territoire: comment observer un système complexe*, Paris, Editions L'Harmattan.



- Nigh, Ronald y Alma Amalia González Cabañas (2015). “Reflexive consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico and France: Constructing Food Sovereignty through Alternative Food Networks”. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 39:3, 317-341.
- Pérez-Vitoria, Silvia (2005). *Les paysans sont de retour*, Paris, Actes Sud.
- Rebaï, Nasser (2013). “L’agroécologie peut-elle être une voie de développement durable pour les paysanneries andines?”. En *Dynamiques de développement et enjeux de gouvernance. Espaces ruraux/Espaces urbains*, 173-184, Abdoul Hameth Ba y Jérôme Lombard (directores). Paris: L’Harmattan.
- Rebaï, Nasser (2010). “Agricultura comercial y resistencia territorial: Análisis de las relaciones campo-ciudad en la provincia del Azuay”. *Eutopía*, n°1, 69-81.
- Richer, Madeleine (2005). “Innovación social y desarrollo local en un municipio andino”. *Revista Venezolana de Economía Social*, n°9, 49-65.
- Ugas Roberto (2009). “El protagonismo invisible de la agricultura orgánica”. *Revista Agraria*, n°112, 4-6.
- Van der Ploeg, Jan Douwe (2008). *The new peasantries-Struggles for autonomy and sustainability in an era of empire and globalization*. London, UK, Earthscan.
- Wú Guin, Silvia y Fernando Alvarado de la Fuente (2008). *Ideas para la Agricultura Ecológica Desde la vivencia en el movimiento agroecológico peruano y latinoamericano*. Perú: Centro IDEAS.
- Wú Guin, Silvia (2008). “El desarrollo del mercado ecológico local en cuatro regiones del Perú”. *LEISA revista de agroecología*. No. 1, Vol. 24. Pp 30-33.

# Economía social y solidaria en clave de desarrollo socio-territorial en Argentina. Conceptos, políticas públicas y experiencias desde la universidad

## *Social economy in key socio- territorial development in Argentina. Concepts, policies and experiences from the university*

Rodolfo Pastore y Bárbara Altschuler\*

Fecha de recepción: 15 de abril de 2015  
Fecha de aceptación: 15 de julio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1689

### Resumen

En el presente artículo nos proponemos aportar elementos de análisis sobre la vinculación entre la economía social y solidaria (ESS) y el desarrollo socio-territorial (DST), a partir de una experiencia desarrollada desde la universidad pública en Argentina, en articulación con actores de la ESS y con políticas públicas orientadas al sector. En el primer apartado presentamos nuestra perspectiva conceptual sobre ESS y las trayectorias empíricas que la conforman e incluimos una síntesis de las políticas públicas orientadas a la ESS en la última década. En el segundo apartado reflexionamos sobre la articulación entre ESS y DST desde una visión crítica, poniendo en cuestión las nociones dominantes de desarrollo y territorio. En tercer lugar, presentamos brevemente las líneas de acción y avances realizados desde la universidad, como propuesta de “trans/formación” educativa en materia de investigación, docencia y vinculación comunitaria y sociotécnica con la comunidad. Desde la experiencia realizada, la idea principal del artículo es que las universidades pueden cumplir un rol estratégico en la expansión y fortalecimiento del campo de la ESS, en articulación con los actores del propio campo y, cuando así sea posible, con políticas públicas integrales y sostenidas en el tiempo.

*Palabras clave:* economía social y solidaria, desarrollo socio-territorial, universidad, políticas públicas, articulación interinstitucional.

### Abstract

The article aims to provide elements of analysis of the link between social and solidarity economy (SSE) and the socio-territorial development, based on an experience developed from the public university of Argentina, in coordination with SSE actors and public policies oriented towards this sector. In the first section we present our conceptual perspective on SSE and the empirical trajectories that form it, it also includes a summary of public policies for the SSE in the last decade. In the second section we debate on the articulation between SSE and socio-territorial development from a critical perspective, questioning the dominant notions of development and territory. Third, we briefly present the lines of action and progress from the university, how educational proposal of “trans/formation” in research, teaching and entailment with the society. The main idea of the article is that universities can play a strategic role in expanding and strengthening the field of SSE, in coordination with the actors of the field and comprehensive public policies sustained over time.

*Key words:* social economy; social and territorial development; college; public politics; interagency coordination.

\* Rodolfo Pastores es docente e investigador de la UNQ, Director del Programa de Extensión CREES-ICOTEA y de la Unidad Académica Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria. rpastore@unq.edu.ar. Bárbara Altschuler es docente e investigadora de la UNQ, Directora de la Especialización en Gestión de la Economía Social y Solidaria (EGESS). baltschuler@unq.edu.ar

## Introducción

La economía social y solidaria constituye un campo socioeconómico, simbólico y político en construcción y expansión en las últimas décadas. En efecto, tanto en Argentina como en otros países de América Latina se verifica una presencia creciente de la economía social en las prácticas sociales y los debates políticos y académicos, que se vincula también con distintas formas de concebir el desarrollo local o territorial. En el plano conceptual

### **La expansión de la ESS surge como respuesta social ante las consecuencias de las transformaciones contemporáneas en el mundo del trabajo, el Estado y los mercados, vinculados a la implantación de políticas neoliberales y la globalización excluyente en las últimas décadas.**



o simbólico coexisten diversas formas de designar el fenómeno, tales como economía social, solidaria, nueva economía social, economía popular solidaria y otras que, si bien tienen matices diferenciados, pertenecen en conjunto al campo plural de lo que en este artículo denominamos economía social y solidaria (ESS).

La expansión de la ESS surge como respuesta social ante las consecuencias de las transformaciones contemporáneas en el mundo del trabajo, el Estado y los mercados, vinculados a la implantación de políticas neoliberales y la globalización excluyente en las últimas décadas. Estas respuestas sociales vienen impulsando múltiples iniciativas, organizaciones y redes asociativas como opciones de trabajo, ingreso y mejora en la calidad de vida de personas y grupos sociales en diversos territorios, inscribiéndose también estas prácticas en contextos más amplios de debates sobre modelos de desarrollo en disputa. Esta creciente

importancia empírica de la ESS se relaciona también con su mayor peso en otras dos dimensiones de importancia, la política y la simbólica. En la dimensión política, ha crecido la temática en la agenda pública de Argentina, así como se han producido agrupamientos colectivos del sector de mayor importancia. En la dimensión simbólica puede observarse mayor presencia en los debates académicos sobre lo económico, lo social y su vinculación con el desarrollo territorial. De allí que en los últimos años por una parte las políticas de desarrollo local se han asociado a la economía social; a la vez que se han expandido las vinculaciones de las universidades públicas con la ESS, entre otras iniciativas académicas: ofertas académicas de posgrado, proyectos de voluntariado, investigación o extensión universitaria en la temática.

Este es en buena medida nuestro propio recorrido, como experiencia de investigación, docencia y vinculación académica desde el Proyecto CREES (Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Sur del Conurbano Bonaerense de Argentina, del cual surgen las reflexiones aquí compartidas.

En este marco, este artículo propone aportar elementos de análisis sobre la vinculación entre la ESS y el desarrollo socio-territorial (DST), a partir de la experiencia académico-territorial desarrollada desde dicha universidad, en articulación con actores del campo de la ESS y con políticas públicas orientadas al mismo. En primer lugar, presentamos nuestra perspectiva conceptual sobre la ESS y las trayectorias empíricas que la conforman. Incluimos una síntesis de las políticas públicas orientadas al sector en la última década en Argentina, con algunas de las cuales articulamos desde nuestra práctica universitaria. En segundo lugar, reflexionamos sobre la articulación entre ESS y DST desde una visión crítica, poniendo en cuestión las nociones y enfoques dominantes de desarrollo y territorio. En tercer lugar, presentamos de manera breve las líneas de acción y avances realizados en este sentido desde nuestra experiencia universitaria, como propuesta de “trans/formación” educativa en materia de investigación, docencia y vinculación con la comunidad. Finalmente, reflexionamos en torno a los avances y desafíos que enfrentamos para seguir contribuyendo a la construcción del campo de la ESS en clave de DST.

## El campo económico, simbólico y sociopolítico de la ESS

La ESS constituye un campo multidimensional (económico, simbólico y sociopolítico) de interacción y organización humana en torno a la reproducción de la vida. La multiplicidad de iniciativas socioeconómicas que la constituyen coexiste con diversas formas de designar y entender este proceso, lo cual da cuenta de un campo dinámico de significaciones y acciones sociales en plena construcción. Desde nuestro punto de vista, la ESS designa al menos tres dimensiones interrelacionadas (Pastore 2006, 2010, 2014):<sup>1</sup>

- a) Dimensión de trayectorias empíricas: de otra forma de hacer economía, que une finalidad social de reproducción de la vida con dinámicas de gestión asociativa, democrática y solidaria;
- b) Dimensión simbólica (conceptual, cultural, educativa y comunicacional): de maneras de concebir las prácticas humanas en la interacción económica, que centra su atención en las condiciones de reproducción de la vida, en las relaciones de las personas entre sí y con su hábitat vital;
- c) Dimensión político-organizativa: proyectos de sociedad en disputa, que se debaten entre la adaptación a las lógicas hegemónicas de funcionamiento económico y la capacidad para transformar dichas reglas en pos de profundizar la democracia y la solidaridad sistémicas.

---

1 Nos basamos en Pastore (2006, 2010 y 2014), donde puede consultarse una amplia bibliografía al respecto. Para una revisión sobre las concepciones y debates en torno a la economía social y solidaria, puede consultarse Catani (2004), Coraggio (2007 y 2011), Chaves (2003) y Razeto (1997), entre otros. Para una visión europea desde un enfoque de economía solidaria ver Laville (2004). Una revisión reciente de este debate puede verse en Pereira Morais (2014).

En su dimensión empírica la ESS reconoce una diversidad de trayectorias socioeconómicas diferenciadas de las lógicas dominantes de la empresa lucrativa y la organización estatal. Como sector socioeconómico específico, está conformada por emprendimientos, organizaciones y redes que realizan actividades económicas de manera regular (producción, distribución, financiamiento o consumo), pero que llevan adelante dichas actividades con la finalidad de ampliar y/o mejorar las condiciones de vida, sea de sus propios integrantes, de un sector específico de la sociedad, de la comunidad local o del entorno.<sup>2</sup> Al mismo tiempo, impulsan formas organizativas asociativas construidas en torno a principios de gestión democrática, compromiso con el medio, participación voluntaria y autonomía decisional, estructurándose en torno a valores constitutivos que privilegian a las personas, sus capacidades y vinculaciones.

De allí que utilizamos la expresión ESS para designar un espacio compartido que incluye a las experiencias más institucionalizadas (tales como las cooperativas y mutuales) y a las formas organizativas más recientes, la llamada economía social emergente o economía solidaria. En el caso de Argentina, en las últimas décadas se ha desplegado el campo de la ESS a partir de estas dos grandes familias de trayectorias.

- 1) La economía social emergente: incluye diversas formas de asociación entre pequeños productores de la economía popular, la agricultura familiar y movimientos campesinos; nuevas formas de comercialización solidaria, tales como ferias francas, mercados y comercializadoras de la ESS, comercio justo y redes de consumo responsable;<sup>3</sup> iniciativas de finanzas solidarias y expansión del microcrédito, impulsado por políticas públicas específicas;<sup>4</sup> diversas formas de empresas sociales o comunitarias de inserción social, provisión de servicios, hábitat, cuidado ambiental, reciclado, etc.
- 2) La economía social institucionalizada: resulta destacable la expansión de cooperativas y mutuales en Argentina en las últimas décadas. Para el año 2008, la información disponible del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES, 2008) indicaba la existencia de casi 17 mil entidades, de las cuales el 75% eran cooperativas y el resto mutuales. Según la misma fuente, ambas entidades agruparían unos 14 millones de asociados (más de un tercio de la población argentina), generando un 10% del PBI. El mayor

---

2 Ejemplos de ello son: una cooperativa de trabajo; las empresas sociales de inserción, que buscan la integración socio-laboral de colectivos en situación de vulnerabilidad; las cooperativas de servicios; y las entidades que trabajan en la preservación del medio ambiente, respectivamente (Pastore, 2006).

3 Por ejemplo, desde el Ministerio de Desarrollo Social se indica que se han apoyado más de 15 mil acciones en espacios de comercialización y promoción de la ESS. De hecho según la misma fuente se señala que para el año 2013 existirían unas 140 Ferias de la ESS apoyadas de forma más permanente. De igual forma se proyectaba la apertura de mercados federales de la economía social en las principales localidades del país, como el que se inauguró recientemente en el Mercado Central de Buenos Aires, donde participan unos 200 emprendedores de la economía social que a su vez en toda la cadena productiva y de distribución emplea unos mil trabajadores (Página 12, 2013).

4 Desde su creación en 2006 la Comisión Nacional de Microcrédito (CONAMI) ha otorgado casi 500 mil microcréditos, con la participación de unas 1.500 organizaciones sociales como entidades ejecutoras (Gandulfo, 2014)

dinamismo se observa en el cooperativismo de servicios públicos (electricidad, telefonía, internet, agua potable, etc.), comunicaciones (televisión por cable, radiofonía, periódicos, imprentas, software libre, etc.), y en particular en el crecimiento considerable del cooperativismo de trabajo, que actualmente representa más del 60% del total de entidades registradas y más del 75% de los puestos de trabajo generados en el sector. El crecimiento de este último viene motorizado por tres grandes vías: cooperativas impulsadas por grupos asociativos de autogestión; aquellas vinculadas a procesos de recuperación de empresas y fábricas; y particularmente las inducidas por el Estado a través de distintos programas públicos de inclusión social con trabajo, como veremos a continuación.

### *Políticas públicas de economía social vinculadas al desarrollo territorial*

En Argentina se han desarrollado un conjunto de políticas públicas y normativas de apoyo orientadas desde su diseño al desarrollo local y la inclusión social con trabajo. Este proceso se inicia con la llegada del actual ciclo democrático en 2003, en consonancia y a la vez con sus matices respecto de otros procesos democráticos y populares de América Latina. En este marco, la ESS pasa a formar parte de la agenda pública de distintas áreas gubernamentales. Por razones de espacio sólo apuntaremos las impulsadas por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS), por ser el de mayor peso en este campo. Las mismas se han orientado en general a la inclusión social con trabajo y el fortalecimiento del sector, reivindicando a los destinatarios como “sujetos de derecho”, antes que como “beneficiarios”, pudiendo clasificarse en dos grandes tipos de políticas: a) las dirigidas en mayor medida a apoyar los emprendimientos de autogestión de los sectores populares, particularmente en una primera etapa, y b) las que promovieron cooperativas de trabajo en el marco de programas de inclusión social y mejoramiento de infraestructura comunitaria en territorios urbanos (Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, 2010).

En el primer caso, se destaca la creación del Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social “Manos a la Obra” en el año 2003, así como el Monotributo Social al año siguiente, el cual procura avanzar en la formalización de los emprendimientos para que puedan facturar, acceder al sistema jubilatorio y de obras sociales. En 2006 se promulga la ley (26.117) de “Promoción del Microcrédito”, con el objeto de facilitar el acceso crediticio del sector, con una muy baja tasa de interés anual (6%) y una operatoria que hace eje en el sistema de garantía solidaria y en la conformación de consorcios jurisdiccionales y redes territoriales, implementándose desde la Comisión Nacional de Microcrédito (CONAMI).<sup>5</sup> Asimismo, en 2008 se promulga la ley (26.355) de “Marca Colectiva”, con la finalidad de mejorar la identidad y valor agregado del sector.

5 Ambas experiencias de política pública hacia los emprendedores de la economía popular resultan significativas, estimándose unos 500 mil micro emprendedores involucrados en este acceso crediticio y de acreditación formal (Rofman, 2014).

En el segundo caso, las cooperativas de trabajo se vienen promoviendo también desde 2003, primero con el Programa Federal de Emergencia Habitacional, pero luego se han ampliado significativamente a otros programas. En efecto, a partir de esas experiencias, en 2009 se crea el Programa Ingreso Social con Trabajo “Argentina Trabaja”, desde el cual se ejecutan obras de infraestructura, equipamiento urbano o saneamiento ambiental en comunidades locales. Según un Informe, en 2013 hubo unas 6.000 cooperativas de este

tipo, que proveen de obras y servicios a unas 500 mil personas y que incluyen a más de 150 mil trabajadores en situación previa de vulnerabilidad social (Ministerio de Desarrollo Social, 2013). El 70% de las y los cooperativistas no disponía previamente de oficio ni contaba con seguridad social y más del 80% no había concluido estudios secundarios. Más de la mitad son mujeres y casi el 40% de los hogares comprendidos están a su cargo. De allí que, además de lo laboral, el Programa se propone complementar sus acciones ampliando el acceso a la salud, la formación laboral, la terminalidad educativa y hasta los estudios universitarios.<sup>6</sup> De manera complementaria en 2013 se crea el Programa “Ellas hacen”, que busca incorporar a otras 100 mil mujeres en el trabajo cooperativo.

**De este modo, las iniciativas surgidas desde los propios actores socioeconómicos, junto con las políticas públicas implementadas en el último decenio vienen configurando el campo socioeconómico, simbólico y político de la llamada economía social y solidaria.**



Es de destacar que existe un debate abierto sobre este tipo de programas, en relación a sus capacidades efectivas para desarrollar experiencias de autogestión sostenibles en el tiempo, teniendo en cuenta el marco de complejos entramados de relaciones de poder territorial en el que se insertan. A nuestro entender, con todas las contradicciones y limitaciones que suponen, tales políticas constituyen un adelanto respecto de políticas sociales asistenciales tradicionales (como la distribución de alimentos u otras mercaderías, los subsidios individuales, etc.), ya que interpelan a los sujetos desde valores y prácticas vinculadas a la producción asociada, el cooperativismo y la autogestión. Por ello implican condiciones potenciales para impulsar la extensión de dichos valores y prácticas de la ESS, pero teniendo en cuenta que muchas veces operan en contextos territoriales urbanos donde suelen predominar prácticas políticas jerárquicas y lógicas económicas en muchos casos excluyentes. Por ello mismo es necesario que desde las universidades públicas puedan proponerse espacios regulares de reflexión y aprendizaje, en articulación con dichas políticas, desde nuestra experiencia de generación de diploma de extensión y tecnicatura universitaria en ESS.

<sup>6</sup> El Proyecto Universitario de la UNQ fue un actor protagónico en este sentido, como veremos luego.

En tal sentido, consideramos que trabajar desde la universidad pública en procesos de formación-acción y reflexión crítica en articulación con dichos Programas, significa una apuesta y un desafío político-educativo para proyectar procesos asociativos y territoriales de inclusión social, más aun considerando la significativa amplitud, escala y complejidad de los mismos.

En definitiva, teniendo en cuenta las diversas trayectorias previas y las políticas públicas señaladas, la información oficial calcula que la ESS generó en 2012 más de 1,3 millones de puestos de trabajo en Argentina (Ministerio de Desarrollo Social, 2012).<sup>7</sup> De este modo, las iniciativas surgidas desde los propios actores socioeconómicos, junto con las políticas públicas implementadas en el último decenio vienen configurando el campo socioeconómico, simbólico y político de la llamada economía social y solidaria.

### *Debates en torno a la delimitación del campo empírico de la ESS*

Un enfoque como el que hemos presentado implica distinciones con otras perspectivas respecto del campo empírico de la ESS. Nos referimos en particular a dos visiones predominantes en Argentina: una que designa como economía social básicamente a la economía popular cuentapropista; y la otra que, por el contrario, la delimita exclusivamente a partir de las entidades más institucionalizadas como las cooperativas y las mutuales.

En el primer caso, la distinción es con aquellas visiones que vinculan unívocamente a la economía social con las estrategias de reproducción social de trabajo autónomo de los sectores populares, particularmente el trabajo por cuenta propia o en emprendimientos, argumentación que tiene sus razones en el considerable peso histórico de este tipo de economía en América Latina.<sup>8</sup> Desde nuestro enfoque, se reconoce la importancia, magnitud y complejidad del sector y se valoriza la movilización de capacidades y creatividad que implica, pero ello no significa dar por sentado su condición como ESS, pues una asimilación indiferenciada puede confinar a la ESS como una “economía de pobres para pobres”. Por el contrario, una opción efectiva para potenciar las capacidades de los emprendimientos de la economía popular pasa por impulsar estrategias socioeconómicas y organizativas de la misma en clave de ESS en el marco de estrategias de desarrollo territorial, y en tal sentido, creemos central que las universidades públicas colaborem desde un abordaje académico territorial.

En el segundo caso, diferenciamos nuestra perspectiva de aquellas que definen a la economía social exclusivamente por sus formas instituidas históricas, que en el caso de Argentina se asientan en las cooperativas y mutuales. Éstas constituyen la columna insti-

7 De estos, unos 850 mil serían parte de cooperativas y mutuales, buena parte de ellas vinculadas a los mencionados programas (Ministerio de Desarrollo Social, 2012).

8 Si bien en la última década en Argentina el empleo asalariado registrado aumenta, la actividad por cuenta propia sigue siendo muy extendida (Pastore, 2014), en torno a 1/3 del total de puestos de trabajo.



tucional vertebral histórica de un campo en construcción más amplio, que en los últimos años ha adoptado otras formas legales tales como asociaciones civiles o fundaciones. De allí que muchos países no sólo reconocen estas cuatro figuras como entidades de la ESS, sino que también han instituido nuevas formas legales como empresas comunitarias, sociedades laborales, empresas de inserción social o cooperativas sociales.<sup>9</sup>

Más aun, resulta clave incorporar para el desarrollo estratégico de la ESS en tanto movimiento a las federaciones, confederaciones, redes, consorcios, mesas territoriales de gestión asociada, foros y colectivos de organizaciones. Así como a las organizaciones de apoyo al desarrollo del sector - como las entidades del sistema educativo, los servicios técnicos y profesionales para la ESS;<sup>10</sup> y los equipos del sistema científico-técnico comprometido con el sector: universidades, unidades de investigación acción-participativa, portales y observatorios, incubadoras sociales, etc., cuestión esta última de particular interés para los temas abordados en este trabajo.

En síntesis, nuestra delimitación del campo empírico de la ESS busca dar visibilidad a una creciente diversidad de prácticas organizativas que desbordan y enriquecen las formas instituidas más clásicas de la economía social. A continuación algunas consideraciones sobre los vínculos de la ESS con el debate contemporáneo sobre el desarrollo territorial.

## La ESS como vía para el desarrollo socio-territorial (DST)

Los fenómenos económicos y sociales no se producen en el vacío sino que se insertan en entramados materiales y simbólicos socio-histórico y espacialmente determinados y atravesados por relaciones de poder, es decir, en determinados territorios (Altschuler, 2008, 2013). Más aún, las experiencias de ESS suelen tener anclajes territoriales significativos, tanto por el modo en que emergen y se desarrollan como por los objetivos y colectivos a que se orientan o que los impulsan.

Cuando hablamos de ESS en el marco de procesos de desarrollo territorial, la (re) introducción del territorio se propone enriquecer el análisis desde una mirada multidimensional, evitando aislar artificialmente a los actores sociales de su contexto de acción e interrelación. Ahora bien, para hablar de desarrollo territorial de un nuevo modo debemos repensar estas categorías, con sus largas historias de uso y significación (Altschuler, 2008). Por un lado, las perspectivas contemporáneas de la llamada “geografía crítica” que emerge hacia fines de 1970,<sup>11</sup> en su entrecruzamiento con diversas ciencias sociales aportan al menos tres cues-

---

9 Como en los casos de Bélgica, España, Italia o Canadá y Brasil o Uruguay dentro de Sudamérica.

10 Muchos conformados en redes o nodos, por ejemplo en comunicación o desarrollo de software libre.

11 Son referencias ya clásicas el geógrafo francés Claude Raffestin (1993/1980) y el norteamericano Robert Sack (1986). Dentro de la fructífera tradición brasilera, pueden señalarse Milton Santos (1978); Haesbaert (2002, 2004) y Souza (2001), entre otros. Como referente actual se destaca el geógrafo británico David Harvey (1998, 2004).

tiones interrelacionadas para pensar el territorio: a) una relación estrecha entre territorio y poder, concibiendo a éste de un modo relacional y presente en todas las relaciones sociales; b) la idea de territorio ya no evoca normalmente al “territorio nacional” y al Estado- Nación como único gestor del mismo, sino que se deconstruye la nación y a las regiones en tanto construcciones histórico- sociales y políticas; y c) se desnaturaliza al territorio como algo fijo o inmutable, dando lugar a concepciones flexibles y cambiantes de los territorios y sus formas históricas. Se plantea así que existen no sólo territorios exclusivos, yuxtapuestos y continuos, sino también territorios superpuestos, discontinuos y en red, atravesados por diversas fuerzas y relaciones de poder (Altschuler, 2013). Esta es la perspectiva desde la cual analizamos el contexto socio- territorial de las experiencias de la ESS y de nuestras propias prácticas universitarias, y que nos parece clave para debatir las estrategias más adecuadas a proyectos universitarios integrales de desarrollo académico territorial en ESS.

En cuanto al concepto de desarrollo, los intensos debates desde su origen en el contexto de la segunda post-guerra dieron lugar a diversas críticas y re-conceptualizaciones (Cardoso y Faletto, 1969; Furtado, 1973; Caputo y Pizarro, 1975; Sunkel, 1991; CEPAL, 1992; Azpiazu y Nochteff, 1994; Ocampo, 2001; Sen, 2000; Boisier, 2002, entre otros). Las críticas más radicales desde la antropología (Sachs, 1991; Quijano, 2000; Escobar, 1996, 2000) ponían en evidencia al desarrollo como un discurso construido desde los centros mundiales de poder, que se había vuelto hegemónico a través de prácticas de poder materiales y simbólicas de gran impacto en América Latina. Este discurso de carácter normativo y modernizador, al tiempo que ponía como modelo implícito de desarrollo a las sociedades occidentales y capitalistas, invisibilizaba o subalternizaba una multiplicidad de formas de vida y organización socioeconómica cuyos valores se alejaban de esta vara normalizadora y eran por tanto calificadas como atrasadas, primitivas, de subsistencia o inviables.

Sumado a ello, la crisis sistémica del capitalismo en los últimos años y sus efectos devastadores en términos sociales, laborales o ambientales (por citar sólo algunas dimensiones) llevaron a aumentar las voces críticas al enfoque dominante del desarrollo y a las prácticas y políticas que se asociaron al mismo en América Latina, signadas por visiones evolucionistas, economicistas y etnocentristas. La rápida expansión de conceptos alternativos como el “buen vivir” en América Latina vienen a dar cuenta del agotamiento del paradigma dominante, y abren a su vez nuevos caminos de pensamiento y acción colectiva en los que se incluyen las experiencias de la ESS. Despojados de sus sesgos economicistas y etnocéntricos, el desarrollo puede pensarse como un proceso creciente de autonomía (Souza, 2001) y ampliación de capacidades por parte de los sujetos, comunidades y sociedades. Tales valores resultan factores claves en términos de las propuestas de construcción de autogestión que propone la ESS.

Es por ello que en estas crisis paradigmáticas y de ampliación de sentidos y prácticas la propuesta de la ESS cobra un lugar relevante en su vinculación con el DST. En este proceso se vuelve central la reapropiación política del sentido del desarrollo (desarrollo para qué y

para quién) por parte de los propios actores y colectivos, teniendo en cuenta las propias metas sociales en cuanto a calidad y estilos de vida, forma de organización política, integración e inclusión social, especificidad sociocultural en el modo de relación con la naturaleza, uso del territorio y sus recursos. En este contexto cobran fuerza las estrategias universitarias que impulsen la construcción de espacios de formación dialógicos con los actores territoriales de la ESS. Entendemos así que en el camino de “deconstruir” viejos paradigmas y abrir caminos hacia otros desarrollos la ESS tiene mucho que aportar, y a ello es que deben

**Para revertir estos procesos se vuelve fundamental fortalecer y profundizar las dimensiones sociales de la economía, de modo de restablecer un equilibrio entre los procesos de crecimiento económico y los de desarrollo socio-territorial.**



contribuir las iniciativas universitarias de promoción y fortalecimiento de dicho campo. Pero, ¿cuál es la fortaleza de la propuesta y estrategia de la ESS como vía para el DST?

Si bien Argentina -como otros países latinoamericanos “emergentes”- ha visto crecer su economía en la última década, recuperando a su vez en buena medida los indicadores socio-laborales, existe también una persistencia de altos niveles de desigualdad social y brechas socio-territoriales de diverso tipo. En ello incide la consolidación de estructuras socioeconómicas, territoriales y de mercados altamente concentrados como resultado de varias décadas de neoliberalismo. Para revertir estos procesos se vuelve fundamental fortalecer y profundizar las dimensiones sociales de la economía, de modo de restablecer un equilibrio entre los procesos

de crecimiento económico y los de desarrollo socio-territorial. En particular, la ESS tal como la hemos definido, tiene potencialidad para cumplir un rol en este sentido, en tanto estrategia y campo socioeconómico, simbólico y político orientado a una mayor democratización y desconcentración de los procesos, contribuyendo a ampliar los espacios participativos de decisión y gestión, impulsando nuevas institucionalidades y prácticas.

Así, en el marco de territorios y sociedades fragmentadas, con persistentes niveles de pobreza y sectores en situación de vulnerabilidad social, resulta clave impulsar procesos de desarrollo territorial que se orienten al mejoramiento de las condiciones de vida y la ampliación de formas solidarias de vinculación. Por ejemplo, con la articulación estratégica de pequeñas y medianas unidades socioeconómicas junto a diversos colectivos, movimientos sociales, organizaciones y redes de mayor envergadura de la ESS. En parte a ello, con sus limitaciones y contradicciones, se han orientado las políticas públicas de promoción y apoyo a la ESS, impulsando también la mayor vinculación académica territorial de las universidades públicas, por ejemplo mediante programas de promoción de proyectos de investigación-acción, voluntariado o extensión universitaria en la temática. Por otra parte, sin desconocer las contradicciones y complejidades inherentes a los procesos asociativos o

cooperativos, puede señalarse que estos posibilitan una serie de ventajas socioeconómicas tales como: aumento de la escala productiva y acceso a demandas de mayor volumen; mejora en los términos de negociación, tanto para la compra de insumos como para la venta de productos o servicios; mejora en la productividad y menores costos por el uso de infraestructura o tecnologías compartidas; posibilidad de acceso conjunto a capacitación y asistencia técnica; posibilidades de avanzar en la cadena de valor hacia la elaboración de manufacturas, el fraccionamiento, el agregado de diseño y saberes; entre otros. En esa dirección, las universidades públicas vienen intentando contribuir desde el acompañamiento y la vinculación sociotécnica para el fortalecimiento y desarrollo territorial de la ESS.

La experiencia al respecto muestra tanto significativos antecedentes de gran interés, como la complejidad de tensiones y limitaciones inherentes a estos procesos, en el marco de la hegemonía de la lógica de acumulación de poder económico y político jerárquico, en el cual dichas experiencias actúan y a la vez se proponen transformar.

Esa experiencia indica que, considerando las dimensiones socioculturales, subjetivas y simbólicas, la participación en redes solidarias y colectivos asociativos, estimula el desarrollo de capacidades cognitivas, comunicacionales, organizativas y vinculares de las personas, en tanto procesos de trabajo enriquecidos respecto del tradicional empleo. Asimismo, la implicación de los trabajadores/as en un proceso colectivo y de autogestión genera mayores compromisos con los procesos y resultados alcanzados, así como el desarrollo de vínculos horizontales y solidarios con otras organizaciones y el territorio, tal como lo muestra la experiencia de empresas recuperadas y organizaciones que componen el campo de la ESS en Argentina.

La experiencia también demuestra que las iniciativas de ESS y los procesos de DST requieren significativos esfuerzos de capacitación, aprendizajes colectivos, trabajo en red, acompañamiento institucional, regulación y promoción. Para ello es necesario sistematizar y poner en comunicación múltiples experiencias existentes en los territorios, así como desarrollar tecnologías –duras y blandas– apropiadas para la gestión asociativa, desconcentrada y de mediana escala. En este sentido, entendemos que la universidad, en articulación con políticas públicas e instituciones del sector puede cumplir un rol estratégico. A modo de ejemplo de un proceso de este tipo presentamos la experiencia de trabajo académico-territorial desde la UNQ.

## La promoción de la ESS y el DST desde la Universidad Pública<sup>12</sup>

A partir de esos enfoques y debates en ESS y desarrollo territorial, y con el objetivo de contribuir al fortalecimiento del poder económico, simbólico y político de la ESS, es que desde el año 2006 que se ha impulsado el Proyecto CREES (Construyendo Redes Empre-

<sup>12</sup> Para una mirada de conjunto de nuestra experiencia de trabajo ver Pastore y Altschuler (2014); Pastore et al., (2012), entre otros.

dedoras en Economía Social). El mismo experimentó un cambio de escala en cuanto a su impacto y horizontes de acción en los últimos años, al desarrollar una serie de iniciativas que buscan hacer sinergia entre actividades de formación, extensión e investigación, en articulación con una diversidad de actores territoriales y organismos públicos.

A continuación se expone brevemente tales iniciativas señalando algunos de sus vínculos con el debate sobre desarrollo territorial y ESS expuesto previamente, para detenernos luego en particular en aquellas de vinculación con la comunidad.

### *Síntesis de la acción académica- territorial del CREES*

El proyecto CREES es una iniciativa integral de formación, investigación, desarrollo y extensión universitaria en ESS que se ha constituido recientemente en unidad académica de la UNQ como Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria.<sup>13</sup> Es un espacio académico de articulación y convergencia de un conjunto de estrategias e iniciativas universitarias destinadas a visibilizar y potenciar el desarrollo territorial de las experiencias de la ESS en el área geográfica de referencia de la universidad -sur del Gran Buenos Aires. Dichas acciones se emprendieron inicialmente desde iniciativas de extensión y voluntariado universitario, en articulación con dos de las trayectorias señaladas en la primera parte del trabajo: la economía social emergente y las políticas públicas en ESS. Por una parte, desde el comienzo se planteó un abordaje territorial de colaboración académica y trabajo compartido con diferentes experiencias emergentes de la economía social en el contexto post crisis neoliberal de 2001 que atravesó Argentina. Entre las experiencias emergentes descritas previamente, se comenzó a colaborar particularmente con organizaciones comunitarias y movimientos sociales del territorio de referencia que venían desarrollando iniciativas de microcrédito, comercialización y ferias de ESS, cooperativas de trabajo y empresas recuperadas, apoyo a pequeños emprendimientos de la economía popular o emprendimientos sociales en salud mental o reciclado de residuos. Asimismo, esa acción académico territorial en vínculo con las organizaciones de la economía social emergente se realizó en articulación con una parte importante de las políticas públicas en ESS. Justamente el Proyecto nace en el año 2006 con la presentación a la primera convocatoria de Proyectos de Voluntariado Universitario del Ministerio de Educación de la Nación, a partir de un trabajo previo de capacitación y acompañamiento técnico que ya se realizaba. Asimismo, se articuló desde un comienzo con diversas políticas públicas mencionadas, tales como el “Programa Manos a la Obra” (con el que se llevaron adelante actividades de tutoría y acompañamiento técnico a emprendimientos promovidos), o con otros programas del Ministerio de Desarrollo Social, tal como el apoyo a Ferias locales de la Economía Social (desde el año 2008 se han

---

13 El mismo posee un Portal Web [www.observatorioess.org.ar](http://www.observatorioess.org.ar), con información ampliada de todas las iniciativas.

impulsado ferias de este tipo en la universidad, en colaboración con actores locales), o bien programas de microcrédito, en articulación con la ya mencionada CONAMI.

A partir de dichas acciones académico-territoriales, se expresaría una importante demanda social por construir espacios universitarios regulares de formación de actores de la ESS, los cuales serían diseñados en un proceso participativo con los propios actores sociales y organismos públicos vinculados.

Para ello se han creado tres carreras universitarias en ESS: Diploma de Extensión Universitaria de Operador Socioeducativo en Economía Social y Solidaria (DOSESS), de un año de duración y que no requiere título secundario; y Tecnicatura Universitaria en Economía Social y Solidaria (TUESS), de tres años de duración, para quienes quieran y estén en condiciones de continuar estudios universitarios. Ambas constituyen experiencias inéditas en nuestro país, enmarcadas en una perspectiva político-pedagógica innovadora orientada a la búsqueda de otra educación para el desarrollo territorial de la ESS. Han sido creadas por la UNQ en articulación con los Ministerios de Desarrollo Social y Educación de la Nación, haciendo sinergia con los programas públicos de promoción de cooperativas mencionados como el Programa “Argentina Trabaja”. Hasta 2015 se han formado en ESS y educación popular más de 1.000 estudiantes adultos provenientes de cooperativas y organizaciones territoriales en el DOSESS, de los cuales 300 son estudiantes de la TUESS, en tanto que 100 se han recibido en la primera camada de técnicos universitarios en ESS.<sup>14</sup> Dichas carreras, en tanto espacios de aprendizaje y reflexión-acción de los actores territoriales de la economía solidaria, han sido diseñados curricularmente en base a los enfoques señalados de ESS y desarrollo socio-territorial.

En tercer lugar, contamos con una carrera de especialización de posgrado y modalidad virtual, la Especialización en Gestión de la Economía Social y Solidaria (EGESS), la cual se encuentra abriendo su cuarta cohorte de estudiantes. Se propone además contribuir a la construcción de redes de intercambio académico y articulación en ESS entre diversos actores y territorios, también desde los enfoques ya presentados.

En ese recorrido de vinculación académica-territorial con las organizaciones de la economía social emergente, se reflexionó desde la propia práctica en la necesidad de que nuestra acción se oriente también a tender puentes entre dichos actores y los correspondientes a la economía social más institucional del movimiento cooperativo y mutualista. De igual forma, también fortalecimos la idea de trabajar en apoyo de dos de las tres dimensiones antes señaladas de la ESS, la simbólica y la empírica.

Por ello en la dimensión simbólica, además de impulsar los espacios universitarios de formación ya comentados, se desarrollan varios proyectos de investigación orientados a tres líneas prioritarias: procesos educativos en ESS, de salud comunitaria y de mercados solidarios, con el objeto de reflexionar, sistematizar y extraer conocimientos y aprendizajes de las prácticas que se impulsan con actores de la ESS.

<sup>14</sup> Pueden consultarse Sena y Marciano (2013); Mazzucco et al., (2013); Sansón, (2013).

Dichas iniciativas académicas se llevan adelante en clave de desarrollo socio-territorial y comunitario, investigación-acción-participativa (IAP), educación popular y comunidad de aprendizajes (Coll, 2004; Torres, 2004), en articulación con diversas políticas públicas, con la participación activa de los sujetos de enseñanza-aprendizaje, y en vinculación estratégica y dialógica con emprendimientos, actores y redes de la ESS.

En este marco realizamos algunos apuntes sobre la experiencia en extensión y vinculación comunitaria orientada particularmente al fortalecimiento de la dimensión empírica de la ESS.

### *Extensión universitaria y vinculación comunitaria en ESS<sup>15</sup>*

La extensión universitaria, entendida como un proceso de ida y vuelta entre universidad y territorio, resulta un ámbito con potencialidad para impulsar espacios de acción-reflexión, construcción social de conocimientos e interacción académica-territorial. En tal sentido, en la experiencia reciente de Argentina, la extensión universitaria ha sido el principal vínculo de las universidades con sus comunidades de referencia, en particular para este caso con los actores de la ESS. Nuestra iniciativa surgió desde proyectos de voluntariado y extensión universitaria, pero con la intención desde el inicio de integrar y hacer sinergia con las otras funciones universitarias sustantivas, la docencia y la investigación. A partir de un intenso recorrido (ver Pastore y Altschuler, 2014), en la actualidad contamos con cuatro proyectos de voluntariado universitario y nueve proyectos de extensión, integrantes del Programa de Extensión Universitaria CREES-ICOTEA. El mismo reúne acciones vinculadas a integración socio-laboral, tecnologías sociales, cooperación social y salud, gestión local asociada, agroecología, mujer y trabajo, arte comunitario, entre otros, en una estrategia compartida con diversas organizaciones y equipos de trabajo, con el objeto de contribuir al desarrollo territorial de la ESS.

A ello se suma desde 2014 en materia de innovación y desarrollo el “Programa Universitario de Incubación Social” (PUIS), el cual está específicamente orientado a la dimensión empírica, de fortalecimiento de procesos estratégicos en lo económico y sociotécnico.<sup>16</sup> Es una iniciativa innovadora en Argentina en materia de incubadoras de base social o de economía solidaria, trayectoria que cuenta con mayor desarrollo en Brasil o Uruguay.<sup>17</sup> El objetivo del

---

15 El presente acápite se realiza en base al Informe Proyecto CREES (2014).

16 Depende de la Secretaría de Extensión Universitaria en articulación con la Secretaría de Innovación y Transferencia Tecnológica de la UNQ y es dirigido por Anna Daga (<http://www.unq.edu.ar/secciones/384-programa-universitario-de-incubaci%C3%B3n-social-en-econom%C3%ADa-social-y-solidaria>).

17 En Brasil existen dos grandes redes universitarias de este tipo: La Red Universitaria de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCP), y la Red de de Incubadoras de Emprendimientos Solidarios de *Unitrabalho* ([www.unitrabalho.org.br](http://www.unitrabalho.org.br)). En el caso de Uruguay, existe el Programa Incubadora Universitaria de Emprendimientos Económicos Asociativos-Populares (INCOOP/UEC), de la Universidad de la República ([www.extension.edu.uy/uec/incubadora](http://www.extension.edu.uy/uec/incubadora)).

PUIS es contribuir a la generación y fortalecimiento de procesos estratégicos de innovación y circuitos de valor en ESS. Desde el punto de vista metodológico, al igual que las otras iniciativas, se plantea como un proceso de comunicación e inter-acción entre universidad y actores sociales en clave de ecología de saberes (Sousa Santos, 2006), donde los conocimientos científico-técnicos aportan al desarrollo del sector, a su vez que las experiencias y saberes de los actores enriquecen los procesos de formación académica de la universidad.

En este marco, el PUIS promueve incubadoras universitarias de ESS (IUESS), constituidas por equipos interdisciplinarios y multi-actorales con el objetivo de incubar procesos asociativos y solidarios de valorización económica, aprendizaje y desarrollo socio-técnico. Los equipos están conformados por docentes, investigadores, graduados, estudiantes y personal de la UNQ junto a actores de la sociedad y en particular del campo de la ESS.

Algunas acciones de las IUESS comprenden vinculación socio-productiva, capacitación y formación, relevamientos y diagnósticos, desarrollo socio-técnico, formulación y ejecución de proyectos, búsqueda de fondos, construcción de redes, entre otras. Dichas acciones se vinculan con las ideas sobre la potencialidad de desarrollo estratégico de la ESS en clave de desarrollo territorial. En tal sentido, en su primera convocatoria se aprobaron 8 incubadoras, articuladas a 11 federaciones nacionales, 4 redes regionales y más de 30 organizaciones de la ESS, en temáticas vinculadas a desarrollo de mercados, salud y cuidado, diseño y comunicación, tecnologías digitales, arte y cultura comunitaria, ambiente y desarrollo sustentable, turismo solidario, agricultura familiar y gestión social educativa.

En definitiva, una economía para la vida necesita de una educación, una ciencia y una tecnología al servicio de la sociedad y el planeta. De allí que el apoyo del sistema científico-técnico y universitario resulta clave para potenciar las capacidades de la ESS, en articulación y sinergia con políticas de educación, ciencia y tecnología, desarrollo socioeconómico y trabajo. En tal sentido, los proyectos y programas presentados son parte de un amplio conjunto de iniciativas académico-territoriales comprometidas intelectual y políticamente con la construcción de conocimientos útiles para potenciar estas prácticas socioeconómicas democráticas y solidarias.

**En definitiva, una economía para la vida necesita de una educación, una ciencia y una tecnología al servicio de la sociedad y el planeta. De allí que el apoyo del sistema científico-técnico y universitario resulta clave para potenciar las capacidades de la ESS.**





## Conclusiones

Desde nuestra experiencia de desarrollo académico territorial, en este trabajo hemos planteado que fortalecer y expandir el heterogéneo y emergente campo de la ESS implica promover formas de gestión asociativa, democrática y participativa en el marco de estrategias de DST, entendiendo al desarrollo ya no desde su enfoque dominante sino como proceso de ampliación de la autonomía y las capacidades de las personas y los colectivos.

Dichas estrategias requieren propuestas y acciones integrales y articuladas de fortalecimiento del poder económico, sociopolítico y simbólico de los emprendimientos, incluyendo entre otras cuestiones: la construcción de valores compartidos en clave de ESS; la ampliación de los derechos laborales a todos los trabajadores, incluyendo a la economía popular; el impulso a procesos de organización, representación y redes vinculares; mayor vinculación con el sistema científico-técnico, para impulsar circuitos de mayor valor agregado e innovación en clave de eficiencia colectiva.

Desde el punto de vista de las prácticas universitarias, un desafío metodológico significativo es profundizar la articulación y sinergia entre las prácticas de extensión, formación e investigación en ESS, contribuyendo a forjar una propuesta universitaria pública y popular al servicio de la sociedad. Ello conlleva también a repensar el sentido y rol estratégico de estas tres funciones para contribuir a procesos de cambio y transformación socio-territorial para contribuir a nuestro entender en la dirección planteada.

La necesaria visibilidad de las experiencias de ESS no implica desconocer las tensiones que atraviesan a este campo, como la heterogeneidad estructural de su constitución, sus fragmentaciones organizativas, políticas o ideológicas o las dificultades para sostener en el tiempo las iniciativas, sin duda embrionarias y en buena medida marginales desde el punto de vista de su poder material, político y simbólico, en comparación con otros espacios dominantes, guiados por las lógicas lucrativas o jerárquico-burocráticas que atraviesan a los territorios.

Por ello, para avanzar en una estrategia de desarrollo sistémico del campo de la ESS es clave considerar de manera conjunta los desafíos de fortalecimiento en: a) el poder material, tecnológico y económico; b) la construcción social de poder simbólico y saberes congruentes con este campo; b) el poder sociopolítico y de confluencia organizativa de la diversidad de actores vinculados. En gran medida a ello se aboca en el proyecto universitario CREES, ya señalado.

En suma, para impulsar y acompañar estos complejos procesos de manera sostenida, resulta fundamental el desarrollo de capacidades públicas, estatales y sociales, camino en el cual estamos convencidos que las universidades pueden cumplir un rol estratégico, junto con otras entidades educativas y científico-técnicas y en articulación con políticas públicas integrales y sostenidas en el tiempo. De hecho, las universidades públicas tienen un amplio campo de acción en esas direcciones, y ese es el esfuerzo que han impulsado

diversidad de proyectos y equipos universitarios comprometidos con el DST y la ESS. Los apuntes aquí presentados sobre una de esas experiencias universitarias, seguramente específica y singular, buscan contribuir a la reflexión y fortalecimiento de otras iniciativas similares en este sentido.

## Referencias citadas

- Altschuler, Bárbara (2008). “Desarrollo y territorio como ámbitos de disputa: economía social, concentración económica y modelos de acumulación”. *Anales del 7° Coloquio de Transformaciones Territoriales*. Curitiba, Brasil: Editorial Esplendor.
- Altschuler, Bárbara (2013). “Territorio y desarrollo: aportes de la geografía y otras disciplinas para repensarlos”. *Revista THEOMAI*, N° 27-28, Segundo Semestre. [http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO\\_27-28/Index.htm](http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO_27-28/Index.htm)
- Azpiazu, Daniel y Hugo Nochteff (1994). “Subdesarrollo y hegemonía neoconservadora ¿Veinte años no es nada?”. En *El desarrollo ausente*. FLACSO. Buenos Aires: Editorial Norma, 2° edición.
- Boisier, Sergio (2002). “*Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando?*” en *Estudios Sociales* N° 103. Santiago de Chile: C.P.U.
- Caputo, Orlando y Roberto Pizarro (1975). *Imperialismo, dependencia y relaciones económicas internacionales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Cardoso, Fernando Henrique y Enzo Faletto (1969). *Dependencia y Desarrollo en América Latina*. México: Siglo XXI Editores.
- Catani, Antonio David (Org.) (2004). *La otra economía*. Buenos Aires: UNGS-Altamira.
- CEPAL (1992). *Equidad y transformación productiva: un enfoque integrado*. Santiago de Chile: ECLAC.
- Chaves, Rafael (2003). “La economía social como enfoque metodológico, como objeto de estudio y como disciplina científica”, en Vuotto, Mirta (2003). *Economía social. Precisiones conceptuales y algunas experiencias históricas*. Buenos Aires: UNGS-Altamira- OSDE.
- Coll, César (2004). “Las comunidades de aprendizaje”. España: Universidad de Barcelona. Disponible en: [www.tafor.net/psicoaula/campus/master/master/experto1/unidad16images/ca.pdf](http://www.tafor.net/psicoaula/campus/master/master/experto1/unidad16images/ca.pdf).
- Coraggio, José Luis (2011). “Economía del trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre”. En *Economía Social y Solidaria: el trabajo antes que el capital*. Quito: FLACSO.
- Coraggio, José Luis (comp.) (2007). *La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires: UNGS-Altamira.
- Escobar, Arturo (1996). *La invención del tercer mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Norma.

- Escobar, Arturo (2000) “El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: ¿globalización o postdesarrollo?” en Edgardo LANDER (Comp.) *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. CLACSO, Buenos Aires.
- Furtado, Celso (1973). *La Economía Latinoamericana. Desde la conquista ibérica hasta la revolución cubana*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores S.A. Cap. X, XI y XII.
- Gandulfo, Alberto (2014). “Finanzas solidarias en la profundización del proyecto nacional y popular”, en *Voces en el Fénix*, N° 38. Buenos Aires: Facultad Ciencias Económica, UBA.
- Haesbaert, Rogério (2002). *Territórios alternativos*. São Paulo: Editora Contexto.
- Haesbaert, Rogério (2004). *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Harvey, David (1998). *La condición de la posmodernidad: Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (2nda edición). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Harvey, David (2004). *El nuevo imperialismo*. Madrid: Akal.
- INAES (2008). “Las Cooperativas y las Mutuales en la República Argentina”, Reempadronamiento Nacional y Censo Económico Sectorial de Cooperativas y Mutuales, Buenos Aires.
- Laville, Jean-Louis (comp.) (2004). *Economía social y solidaria. Una visión europea*. Buenos Aires: UNGS-Osde-Altamira.
- Mazzucco, Noel, Guillermina Mendy, Nelly Schmalko y Lucila Toscano (2013). “Otra Educación para Otra Economía: La comunidad de aprendizaje como actor político”. I Encuentro hacia una Pedagogía Emancipatoria en Nuestra América. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación.
- Ministerio de Desarrollo Social (2010). “Nuestra palabra tiene crédito”. Primer Congreso Latinoamericano de Microcrédito, Documento de Síntesis. Buenos Aires. <http://www.desarrollosocial.gob.ar/Uploads/i1/libro%20final-completo-2012%20en%20baja.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Social (2012). *Sintonía Popular*. Año 1, N° 1. Buenos Aires.
- Ministerio de Desarrollo Social (2013). “Informe Argentina Trabaja: Programa Ingreso Social con Trabajo, como herramienta de la política social actual”. Disponible en: <http://www.desarrollosocial.gob.ar/Uploads/i1/Ingreso%20Social%20con%20Trabajo.pdf>
- Ocampo, José Antonio (2001). “Raúl Prebisch y la agenda del desarrollo en los albores del siglo XXI”, documento presentado en el Seminario “La teoría del desarrollo en los albores del siglo XXI”, Santiago de Chile: CEPAL.
- Página 12 (2013). “Mercado Alternativo”. 8 de junio de 2013. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-221875-2013-06-08.html>
- Pastore, Rodolfo (2006). “Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social”, en Documento 54 del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo. Buenos Aires: Facultad Ciencias Económica, UBA.
- Pastore, Rodolfo (2010). “Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina”, en *Revista de Ciencias Sociales* Año 2, N° 18, Bernal.

- Pastore, Rodolfo (2014). “La economía social y solidaria, una construcción colectiva y plural en el camino de la profundización democrática”, En: *Treinta Años de Democracia en la Argentina*, Universidad Nacional de Quilmes.
- Pastore, Rodolfo y Bárbara Altschuler (2014). “Economía social y solidaria: un campo socioeconómico, simbólico y político en construcción. Miradas y prácticas desde la Universidad pública”, en Fidel, Carlos y Alejandro Villar (comp.) (2014). *Miradas y controversias del desarrollo territorial en Argentina. Aproximación a un enfoque analítico. Tomo I*. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación- UNQ.
- Pastore, Rodolfo, Bárbara Altschuler, Selva Sena y Nelly Schmalko (2012). “Formación para la Autogestión colectiva en articulación con políticas públicas de inclusión social”. En Grellier, H., Gago, M. y Arando S. (Coord.). *La Economía Social y Solidaria: ¿un paradigma más actual que nunca?*. España: Mondragon Unibertsitatea.
- Pereira Morais, Leandro (2014). *Cooperación Sur-Sur y triangular y Economía Social y Solidaria: posibles conexiones y contribuciones al desarrollo sostenible inclusivo*. Documento de Trabajo del Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, Turín, Italia.
- Proyecto CREES (2014). “Informe de actividades en economía social con impacto en desarrollo local”, Buenos Aires: Mimeo, Proyecto CREES, UNQ.
- Quijano, Anibal (2000). “El fantasma del desarrollo en América Latina, en Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, Venezuela, Vol. 6 N° 2, pp. 73-90.
- Raffestin, Claude (1993[1980]). *Por una geografía do poder*. São Paulo: Ática.
- Razeto, Luis (1997). *Los caminos de la economía de solidaridad*. Buenos Aires: Ediciones Lumen-Humanitas.
- Rofman, Alejandro (2014). “La economía solidaria avanza decididamente”, en *Voces en el Fenix*, N° 37. Buenos Aires: Facultad Ciencias Económica, UBA.
- Sachs, Wolfgang (Ed.) (1992). *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*. Lima: PRATEC.
- Sack, Robert David (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sansón, Dalila (2013). “Prácticas en Economía Social y Solidaria. Complejizando Territorios”. En Maldonado, Horacio (Comp.) (2013). *Memorias del Simposio. La Agenda del Psicólogo que Trabaja en Educación en la Segunda Década del Siglo XXI*. Córdoba: Editorial UNC.
- Santos, Milton (1978). *Por una geografía nova*. São Paulo: Hucitec.
- Sen, Amartya (2000). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona: Editorial Planta.
- Sena, Selva y Natividad Marciano (2013). “La economía social y solidaria como constructora de una subjetividad bordeante”. En *Interdisciplina e inclusión social como ejes de intervención*. Asociación Argentina de Salud Mental. Buenos Aires: Serie Conexiones.
- Sousa Santos, Boaventura (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social*. Buenos Aires: CLACSO.

- Souza, Marcelo José Lopes de (2001). "O território: sobre espaço e poder. Autonomia e Desenvolvimento". En Castro, Iná Elias de, Paulo Cezar da Costa Gomes y Roberto Lobato Correa (Org). *Geografia: conceitos e temas*. 8° edición. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Sunkel, Osvaldo (1991). *El desarrollo desde dentro: un enfoque neoestructuralista para América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Torres, María Rosa (2004). "Comunidad de aprendizaje. Repensando lo educativo desde el desarrollo local y desde el aprendizaje". Barcelona: Simposio Internacional sobre CA.

# Una crítica vacilante: ¿cómo el potencial del Comercio Justo disminuye con el “éxito”?

*A faltering critique: how Fair Trade's potential dwindles with “success”?*

Dr. Ian Hudson y Dr. Mark Hudson\*

Fecha de recepción: 1 de mayo de 2015

Fecha de aceptación: 13 de julio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1793

## Resumen

En términos generales, el objetivo del Comercio Justo es mejorar la calidad de vida de los pequeños agricultores en los países del Sur. Para lograr esto, el Comercio Justo, como cualquier otro movimiento de consumo responsable, intenta cambiar el comportamiento de los consumidores. Este cambio tiene el potencial de *desfetichizar*, en el sentido Marxiano, el consumo animando a los consumidores a pensar sobre el impacto social y medioambiental de sus compras. Sin embargo, debido a que está sujeto a la lógica de un mercado caracterizado por la competencia y falta de información, el Comercio Justo también contiene características inherentes que trabajan contra este potencial y reducen la distinción entre el Comercio Justo y la producción convencional. Si el Comercio Justo va a maximizar los beneficios que puede brindar a los agricultores y animar a los consumidores a cuestionar la producción convencional, se debe revertir su actual tendencia a oscurecer la distinción entre el Comercio Justo y la producción convencional.

*Palabras clave:* Comercio Justo, normas de certificación, café, plantaciones, cooperativas.

## Abstract

Broadly speaking, the goal of Fair Trade is to improve the lives of developing nation producers. To do this Fair Trade, like any other ethical consumer movement, must change the behavior of purchasers. This has the potential advantage of defetishizing consumption by encouraging people to question the social and environmental impact of their purchases. Yet, because it is subject to the logic of a market characterized by competition and limited consumer knowledge, Fair Trade also contains inherent characteristics that work against this potential by reducing the distinction between Fair Trade and conventional production. If Fair Trade is to both maximize its benefit to producers and encourage people to question conventional production, it must reverse its current trend of obscuring the distinction between Fair Trade and conventional production.

*Key words:* Fair Trade, certification standards, coffee, plantations, cooperatives.

\* Dr. Ian Hudson, Departamento de Economía, Universidad de Manitoba, Winnipeg, Manitoba, Canadá. [ian.hudson@umanitoba.ca](mailto:ian.hudson@umanitoba.ca). Dr. Mark Hudson, Departamento de Sociología, Universidad de Manitoba, Winnipeg, Manitoba, Canadá. [Mark.hudson@umanitoba.ca](mailto:Mark.hudson@umanitoba.ca)

## Introducción

Mientras que el Comercio Justo<sup>1</sup> se presentó inicialmente como una alternativa al mercado convencional, la naturaleza de esa alternativa es cada vez más opaca y controvertida. Desde sus inicios, el Comercio Justo ha tomado innumerables definiciones y se ha vuelto más complejo, solo quienes están informados pueden diferenciar entre comercio justo no certificado, comercio directo, Comercio Justo certificado por *Fairtrade Internacional*, *Fair Trade* EE.UU., el Símbolo de Pequeños Productores (SPP) y una

**Mientras que las motivaciones y principios de los fundadores del comercio justo seguramente varían, sus decisiones de cómo constituir el sistema de Comercio Justo en el principio sugieren de su concepción de justicia en el comercio.**



serie de otros nombres e iniciativas que también se identifican como parte del movimiento de comercio justo. Todos estos diferentes nombres, sellos y certificaciones intentan convencer a los consumidores a comprar productos que estén producidos bajo ciertos estándares laborales, ambientales y sociales que supuestamente representan una mejora sobre la cadena productiva convencional capitalista altamente explotadora. En este trabajo, se argumenta que en la medida en que el Comercio Justo (en este artículo analizamos el Comercio Justo certificado *Fairtrade* y café Comercio Justo en particular) representa una crítica profunda y una verdadera alternativa al sistema de producción convencional, está determinado en última instancia por el proceso de establecimiento de normas técnicas para la certificación. Las normas que el Comercio Justo establece para los productores

### El significado de “Comercio Justo”

reflejan la interpretación de la certificadora sobre los problemas en el mercado convencional tanto como su visión de la solución a estos problemas. Además, analizamos tres fuerzas interconectadas que, en nuestra opinión, están debilitando el potencial del Comercio Justo como un camino transformador de la dominación de las relaciones capitalistas, y hacia un sistema más justo y democrático de la producción y el intercambio.

---

1 Productos certificados por *Fairtrade Internacional* o antes *Fair Trade Labeling Organizations* (FLO).

dos pioneros en la importación de café de Comercio Justo (*Bridgehead* en Canadá y *Equal Exchange* en los Estados Unidos) decidieron importar café Nicaragüense como su primera actividad en comercio justo (*Bridgehead*, s/f; *Equal Exchange*, s/f). Agricultores nicaragüenses enfrentaban relaciones de explotación parecidos a los agricultores en otros países del Sur global. Sin embargo, también estaban en medio de una guerra civil financiada por los Estados Unidos y además enfrentaban un embargo comercial. Tanto *Bridgehead* como *Equal Exchange* comenzaron a importar y vender café para apoyar a los Sandinistas, un gobierno y movimiento político auto-denominado como socialistas democráticos, e intencionalmente compraron este café de cooperativas de productores democráticas. Además, *Equal Exchange* aún hoy refleja ese compromiso con valores cooperativos en su propia estructura operacional y comercial como una cooperativa de trabajadores (*Equal Exchange*, s/f).

Hoy en día, gran parte del debate sobre el Comercio Justo (entre académicos, la sociedad civil y comercializadores de productos) es acerca de la desigualdad en la cadena de valor global de los productos convencionales. Aquí, el debate se centra en: a) la pobreza de los productores que siembran y cosechan los productos, y; b) el hecho de que la mayor parte del valor de la cadena convencional, por ejemplo el café, se queda con los comerciantes, intermediarios y vendedores en los países del Norte. Por ejemplo, según Oxfam los agricultores en el mercado convencional reciben solo 1% del precio de una taza de café que se vende en una cafetería y solo 6% del valor de un paquete de café procesado que se vende en un supermercado (Oxfam Internacional, 2002: 20; Daviron y Ponte, 2005; Levi y Linton, 2003).

El sello de Comercio Justo garantiza un conjunto de criterios comerciales diseñados para que más ingresos lleguen a los productores originales del producto. En el café certificado *Fairtrade*, se les garantiza un precio mínimo a los agricultores de US\$ 1,40/libra, independientemente del precio en los mercados internacionales, y reciben una prima de precio (US\$ 0,20), cuando el precio mundial se incrementa sobre el precio mínimo de US\$1,40/lb. Los productores orgánicos reciben una prima adicional de US\$ 0,30/lb. *Fairtrade International* estima que en 2013, por la venta de todos los productos certificados en ese año, se transfirió un estimado de 86 millones de euros por parte de los consumidores en el Norte a los productores en el Sur a través de esta prima (FTI, 2014a: 21).

Sin embargo, varios estudios han demostrado que aunque los productores de café con certificación Comercio Justo tienen mejores condiciones de vida que los agricultores que venden su café en el mercado convencional, las diferencias entre estos dos grupos no son tan grandes (Fridell, 2007; Hudson, Hudson y Fridell, 2013; Sylla, 2014). Por ejemplo, el estudio comparativo de Daniel Jaffee investigó el impacto del comercio justo en comunidades de productores de café en Rincón de Ixtlán en Oaxaca, México. Su estudio, que se realizó durante la crisis del café a principios del año 2000, compara productores que son miembros de la cooperativa Michiza, productores de café certificado Comercio Justo y orgánico, con sus vecinos también productores de café pero que producen para el mercado convencional. Jaffee encontró que los ingresos brutos de las ventas de café eran 5.431 pesos



por persona para los productores asociados a la cooperativa y 1.428 pesos por persona para los productores que venden en el mercado convencional (Jaffee, 2007: 104). Cuando se toma en cuenta todas las otras fuentes de ingresos (incluyendo la ayuda del gobierno, los ingresos del trabajo asalariado y las remesas), los productores de comercio justo ganan más del doble que sus contrapartes convencionales (16.842 pesos por persona a 7.224).

Aunque estos resultados parecerían buenas evidencias para quienes apoyan el comercio justo y la producción orgánica, cuando se tomaron en cuenta los gastos, el panorama para los productores de Comercio Justo es sólo un poco mejor que para los productores que venden en el mercado convencional. Las prácticas de la agricultura orgánica que típicamente acompañan la certificación de Comercio Justo requieren de más trabajo, tanto de los miembros del hogar como de trabajadores contratados. Este problema fue exacerbado por el aumento dramático de los salarios de los jornaleros en la región debido a los altos niveles de emigración que aumentaron la demanda de mano de obra durante la transición a la producción orgánica. Finalmente, la renta neta anual fue negativa tanto para los productores miembros de la cooperativa como para los productores convencionales, pero los productores de Comercio Justo perdieron cerca de 700 pesos menos por año que los productores convencionales (equivalente a US\$ 66 en 2003) (Jaffee, 2007: 105). La conclusión general de estos estudios es que los productores de comercio justo tienen mayores ingresos que los productores convencionales, pero no mucho mayores (Bacon et al., 2008; Méndez et al., 2010).

Sin embargo, el comercio justo va más allá de los ingresos. También está constituido por normas y estándares que tienen como objetivo el mejoramiento de varias condiciones ambientales y sociales en las comunidades de los productores. Las normas específicas de Comercio Justo están diseñadas para que los agricultores y trabajadores asalariados tengan más autonomía y control sobre su vida económica. Estos estándares están formulados para garantizar que la prima del Comercio Justo está utilizada para el desarrollo social y económico de las comunidades de los productores y que los procesos de producción protegen al medioambiente (FTI, 2011). Productores de Comercio Justo han utilizado la prima para el fortalecimiento organizacional, el mejoramiento de los procesos de extensión agrícola, para financiar procesos de incidencia política sobre la reforma agraria que beneficia a las comunidades de productores, el mejoramiento de los procesos de producción orgánica y de café de sombra para que los productores ya no trabajan con químicos tóxicos y dependen de tantos insumos externos, y para que los ecosistemas mantengan su biodiversidad (Greenberg, 1994, Smithsonian, 1994; Nolasco, 1985: 425; Janssen, 1997).

En el café, otro beneficio asociado con la participación en el Comercio Justo es la mejora en la seguridad sobre la propiedad de la tierra. En el mercado convencional, la seguridad de los productores sobre su propiedad se amenaza por las fluctuaciones masivas de los precios internacionales que produce ciclos de endeudamiento, expulsando a la gente fuera de su tierra y fuera sus comunidades, para entrar en procesos migratorios-tanto migración internacional como migración rural-urbana, de documentados e indocumentados. La investigación

de Christopher Bacon en Nicaragua mostró que los agricultores que venden su café en el mercado convencional eran cuatro veces más propensos a percibir un riesgo de perder su título de propiedad, debido a los bajos precios del café en comparación con los productores que vendían su café certificado de Comercio Justo (Bacon, 2005: 506). El precio mínimo del Comercio Justo reduce las fluctuaciones de ingresos y esto permite que los agricultores puedan permanecer en su tierra, manteniendo un vínculo con la tierra y la naturaleza, y también permite la preservación de diversas culturas, lenguas, conocimientos y capacidad política en las comunidades agrícolas, que de otra manera se disminuiría o perdería.

El objetivo principal del Comercio Justo, el mejoramiento del bienestar y calidad de vida de los productores, podría lograrse a través de métodos alternativos también. Quizás lo más obvio sería a través de la regulación o intervención estatal. Por ejemplo, El Acuerdo Internacional del Café (AIC), que duró hasta el final de la década de 1980, logró la transferencia de ingresos del Norte al Sur a través de una serie de acuerdos entre naciones productoras de café y naciones importadoras apoyando el precio del café (Fridell, 2007: 139-148). Esto requería un sistema de cuotas de producción en los países del Sur como una forma de cartel, por mantener la oferta del café bajo, y por lo tanto, los precios altos. En este sentido, el Comercio Justo reemplaza la eliminación de la AIC como una iniciativa liderada por los consumidores y no por los gobiernos. Sin embargo, la regulación y el consumo son mecanismos muy distintos para lograr objetivos similares.

## Desmercantilización

Una evaluación del Comercio Justo también debe valorar los medios o mecanismos que se utiliza para mejorar la situación de los productores. El Comercio Justo es un mecanismo que intenta convencer a los consumidores a pagar más por la protección del medio ambiente y la reducción de la pobreza pero esto es un arma de doble filo. Por un lado, el Comercio Justo anima a la gente a pensar y cuestionar los procesos de producción detrás de los productos que consumen. Pero por otro lado, genera otras contradicciones que amenazan a los objetivos más ambiciosos del Comercio Justo.

Al criticar el mercado convencional capitalista como explotador e injusto, y proporcionar una solución alternativa, mejor y viable, el Comercio Justo anima a los consumidores a pensar más allá del producto que consumen en sí y considerar los procesos de producción y relaciones sociales detrás de este producto. Marx (1867/1976) teorizó el concepto del fetichismo de la mercancía para explicar que en un sistema como el capitalismo, con un intercambio generalizado de mercancías, las realidades y especificidades que caracterizan los procesos de trabajo en la producción de los productos, y sus impactos sobre las personas y la naturaleza, se vuelven invisibles. Por ejemplo, a la vista una libra de café tostado cultivado con productos químicos en una plantación y cosechado por trabajadores migrantes

mal pagados puede parecer igual que una libra de café cultivado orgánicamente en una finca biodiversa por un productor que recibe un precio justo. Mientras que en la cadena capitalista convencional de intercambio de mercancías, las diferencias entre los productos en el proceso de producción están reducidas a unidades de trabajo, en el Comercio Justo se intenta lo contrario. El Comercio Justo presenta lo que es desigual, las cualidades específicas detrás de los procesos de trabajo y las transformaciones humanas de la naturaleza, como desigual. Así el Comercio Justo puede servir para que la gente considere las relaciones

sociales y condiciones detrás del producto. Este es el caso no sólo para los productos que llevan el sello de Comercio Justo, pero para todos los productos y mercancías. Así, el Comercio Justo abre la posibilidad de salir de la mentalidad de los consumidores en un mercado capitalista de “¿cuánto cuesta?” para preguntarse “¿quién hizo este producto, bajo qué condiciones y con qué consecuencias para la sociedad y el medioambiente?” Esto se niega a la necesidad e importancia de las luchas de los trabajadores y campesinos sobre las condiciones de trabajo y el acceso a los medios de producción. Sin embargo, el Comercio Justo puede apoyar a esas luchas.

El Comercio Justo puede acentuar la cuestión de cómo se producen las cosas o puede marginar esta cuestión. Organizaciones de Comercio Justo pueden hacer el argumento a favor del Comercio Justo en términos de un marco resonante o radical (Hudson,

Hudson, y Fridell, 2013: 171-179). Los argumentos y marcos resonantes apelan a creencias preexistentes y al sentido común. La fortaleza de los marcos resonantes es que los mensajes tienen más probabilidades de ser comprendidos rápidamente por el público. En el Comercio Justo el mensaje y estándares más resonante serían lo que otros han denominado “*the warm glow*” (Andreoni, 1990). Es decir, al comprar Comercio Justo se ayuda a los demás, y eso da satisfacción al comprador (para un ejemplo de esto ver la campaña de Comercio Justo Karma en [Fairtrade.ca/Karma](http://Fairtrade.ca/Karma)). Esta retórica es la misma que utilizan campañas de caridad, que como algo transformativo es bastante limitado, porque no explica por qué la gente necesita esa caridad en primer lugar. Si la gente sólo está interesada en el Comercio Justo como una iniciativa de caridad, sería mucho más eficiente comprar café convencional a US\$4,00/lb y enviar un cheque de US\$8,00 directamente a un productor de café.

Los marcos radicales utilizan discursos o mensajes ajenos o marginados que no forman parte del sentido común de las personas y cuestionan la sabiduría percibida. En este sentido, es más difícil y menos probable que sean aceptados por el público. Sin embargo, un marco

**Al criticar el mercado convencional capitalista como explotador e injusto, y proporcionar una solución alternativa, mejor y viable, el Comercio Justo anima a los consumidores a pensar más allá del producto que consumen en sí y considerar los procesos de producción y relaciones sociales detrás de este producto.**



o discurso radical abre nuevas posibilidades para el cambio social pero requiere mucho más esfuerzo en la comunicación del mensaje que puede ser costoso y arriesgado para los movimientos sociales que tienen poco dinero para gastar en publicidad (Feree, 2003). Dentro del capitalismo del consumo, uno de los marcos más radicales es lo que hemos llamado en otros trabajos el “*decommodification frame* (el marco de desmercantilización)”, a través de este marco el Comercio Justo puede promover un cambio importante en la forma en que participamos en el consumo. Marcos de desmercantilización hablan explícitamente sobre cómo se producen las cosas, a través de qué tipo de relaciones sociales, y qué impactos económicos, sociales y ecológicos tiene esa producción (Hudson, Hudson, y Fridell, 2013: 181).

Estos marcos de la comunicación están interrelacionados con las normas y estándares que el Comercio Justo establece para productos certificados, porque estos productos y el sello de Comercio Justo sirven como una crítica al mercado convencional. Mediante las normas de la certificación el Comercio Justo establece una crítica moral y política sobre la producción y el intercambio convencional en el sistema capitalista. Si el café de Comercio Justo únicamente certifica a productores familiares organizados en cooperativas, esto se contrasta con y sirve como crítica a la agricultura capitalista a gran escala. Si el Comercio Justo solo certifica al café orgánico cultivado bajo sombra esto sirve como una crítica a la producción agroindustrial o convencional. Mientras más estrictos sean los estándares de Comercio Justo, más profunda es la crítica que se hacen al sistema de producción convencional. Mientras mayor sea el alcance que tiene la norma, más radical es la crítica implícita. Una vez que las normas de Comercio Justo se adaptan a las relaciones capitalistas y a la producción convencional, la crítica que el Comercio Justo hace al capitalismo, como un sistema económico basado en el trabajo asalariado caracterizado por la acumulación de las ganancias por los dueños de los medios de producción, el Comercio Justo se vuelve una “alternativa” reformista y no radical. Como tal, sería ideal que el Comercio Justo pueda mantener su posición marcando un espacio de desmercantilización como una crítica anti-capitalista. Desafortunadamente, cada vez más el Comercio Justo se está convirtiendo en una criatura del mercado, y no cómo un forma de operar dentro del mercado.

## Las presiones económicas contra la desmercantilización y hacia estándares menos exigentes

Sostenemos que hay tres factores principales que crean presiones para reducir el potencial desmercantilizador del Comercio Justo. En primer lugar, la naturaleza del propio mercado ético diluye el carácter alternativo y la crítica radical del Comercio Justo. El Comercio Justo vende algo que no se puede percibir solo a través del consumo de un producto. El aroma del café no revela si el café se ha producido bajo condiciones laborales dignas o condiciones de explotación. El deterioro del medio ambiente no se puede percibir con una examinación

de los granos del café. La única manera de diferenciar entre el tipo de trabajo y el paisaje encarnado en el café convencional y el café Comercio Justo, es el pequeño sello en el producto, que actúa como una garantía de las normas del Comercio Justo. En este sentido, en cierto modo, los consumidores fetichizan el propio sello de Comercio Justo. El sello, en lugar de lo que representa, tiene el poder de convencer a los consumidores dispuestos a pagar más por el producto. El uso de un sello para indicar las prácticas de producción detrás del Comercio Justo y aceptables para los consumidores éticos crea algunos problemas en el Comercio Justo (o cualquier otro sistema de certificación). Los consumidores que están dispuestos a pagar una prima por un sello que promete la producción ética (los estudios demuestran que hay un grupo considerable de consumidores que están dispuestos a pagar un sobreprecio bastante significativo si ven el sello. Ver Arnot et al., 2006; Hudson et al., 2014; Kimeldorf et al., 2006; Prasad et al., 2004), sin embargo estos consumidores no saben mucho sobre las prácticas o el contenido detrás del sello (De Pelsmacker et al., 2005). Por lo tanto, mientras hay un incentivo económico para las empresas en colocar un sello ético en sus productos, los detalles detrás de los estándares siguen siendo muy opacos a los consumidores. Desde el punto de vista de muchas empresas, mientras más reducidos sean los costos de la certificación (y muchas veces menos exigentes los estándares de la certificación) asociados con el sello, mejor será para la empresa.

En segundo lugar, este fenómeno crea competidores por el Comercio Justo *Fairtrade* en el mismo mercado ético, que buscan beneficiarse de la prima del precio asociado con un sello ético, manteniendo sus normas y, por lo tanto, costos abajo. Algunos de estos nuevos participantes en el mercado ético son las mismas empresas transnacionales que el Comercio Justo originalmente criticaba con sus campanas, por ejemplo Starbucks (Reed, 2009). En el mercado del café, los grandes importadores de café inicialmente rechazaban el Comercio Justo, lo consideraban innecesario, pero ahora están ofreciendo pequeñas cantidades de café que venden bajo el sello de Comercio Justo y, cada vez más promocionan sobre sus propios programas de responsabilidad social corporativo en un intento de controlar el mercado ético emergente (Gale, 2002; Bartley, 2007). Starbucks, una compañía muy criticada por activistas del Comercio Justo en Estados Unidos, ya vende un poco de café certificado Comercio Justo *Fairtrade*, pero promueve principalmente sus estándares internos, el programa CAFÉ, como una forma de responsabilidad social corporativo (Fridell, 2014). La mayoría de los grandes importadores de café están promocionando sus propios estándares internos de responsabilidad social corporativo, que se supone aseguran relaciones comerciales éticas adentro de la cadena productiva convencional (Hudson, Hudson y Fridell, 2013). En la batalla comercial entre el Comercio Justo y el mundo empresarial corporativo, las corporaciones tienen la ventaja en términos de su experiencia y recursos económicos. Después de todo, la promoción y el *marketing* es quizás lo que las empresas hacen mejor. La naturaleza de las prácticas detrás de un sello ético son difíciles para que uno las entienda en su totalidad, pero la incertidumbre también está deliberadamente fomentada por las

empresas transnacionales que comercializan con sus propios sellos de responsabilidad social corporativo que son mucho menos exigentes que el Comercio Justo *Fairtrade* que sigue siendo la certificación más exigente.

En tercer lugar, el éxito comercial del Comercio Justo también ha creado competidores en otras agencias e iniciativas de certificación no estatal. En el café, *Rainforest Alliance* (RA) y UTZ han crecido significativamente pero tienen normas de certificación menos exigentes, sobre todo en los criterios sociales (ver Fridell, 2007: 278-279; Raynolds et al., 2007 para las evaluaciones de los sistemas de certificación en competencia con *Fairtrade*). La transnacional Kraft es una de los grandes clientes de RA ayudándoles a aumentar sus ventas de café certificado de 3.000 toneladas métricas en 2003 a 115.000 en 2010. La fuerza detrás de la certificadora UTZ ha sido la compañía holandesa de café *Ahold*, que comenzó el sello antes de que se hiciera un sello independiente, y todavía es un cliente importante. Las ventas de café certificado por UTZ fueron 14.000 toneladas métricas en 2003 y 122.000 en 2010 (Hudson, Hudson y Fridell, 2013: tabla 5.1).

Como cualquier otra iniciativa de consumo ético, el Comercio Justo depende del aumento de las ventas de los productos certificados para brindar los beneficios sociales y económicos a los productores. Sin embargo, se enfrenta a la competencia de estas otras certificadoras que también reclaman ser “justas”, pero con estándares menos exigentes que el Comercio Justo, haciéndolas más atractivos para las grandes empresas. Esto crea presión sobre el Comercio Justo para disminuir los estándares de certificación con el fin de competir con los otros certificadoras y mantener sus ventas. Este fue el punto de quiebre en la división dentro de Comercio Justo *Fairtrade*, en la que la agencia certificadora *Fairtrade* de Estados Unidos (*Fair Trade EE.UU.*, FTUSA) se separó de la federación internacional, *Fairtrade International* (FTI), el 1 de enero de 2012. Habían varios aspectos polémicos sobre las nuevas normas de FTUSA, lo que causó que algunos pioneros del movimiento Comercio Justo caractericen las acciones de FTUSA como una traición (Neuman, 2011). El aspecto más significativo de la nueva dirección que ha tomado FTUSA fue su decisión de certificar café producido en plantaciones con jornaleros contratados. Esto fue un cambio que se había considerado hacer durante mucho tiempo en *Fairtrade Internacional* pero fue resistido por diferentes actores dentro del sistema de certificación. Hoy en día, *Fairtrade Internacional* solo certifica a cooperativas de pequeños productores para productos como el café, cacao, azúcar, algodón y miel, además certifica la producción de plantaciones de banano y te, entre otros productos.

Hoy en día, *Fairtrade Internacional* solo certifica a cooperativas de pequeños productores para productos como el café, cacao, azúcar, algodón y miel, además certifica la producción de plantaciones de banano y te, entre otros productos.



La estrategia de Comercio Justo de criticar públicamente a las prácticas comerciales de las grandes empresas transnacionales, mientras presionan a esas mismas empresas a comprar café de los productores certificados Comercio Justo, ofrece la posibilidad de aumentar dramáticamente las ventas que el Comercio Justo necesita en vista a la tendencia histórica de que la oferta de Comercio Justo supera la demanda para productos certificados. Aunque Starbucks vende sólo una proporción pequeña de su café con el sello de Comercio Justo (en 2011 fue 8%), es el mayor comprador de Comercio Justo en Estados Unidos. Sin embargo, la entrada de actores transnacionales como Starbucks en el Comercio Justo generó presión para modificar los estándares de certificación. En 2003, Transfair EE.UU. tenía como objetivo que todas las compañías con una licencia para importar o vender productos certificados Comercio Justo deben tener un mínimo de 5% de sus ventas totales de tal producto como Comercio Justo. Muchas compañías comprometidas con el Comercio Justo solamente venden productos de Comercio Justo. Bajo la presión de atraer a las grandes empresas y transnacionales a certificarse, Comercio Justo desechó ese objetivo, dejando a que las empresas transnacionales decidan cuánto Comercio Justo deben comprar. Esta decisión ha permitido que empresas como Nestlé puedan mostrar que trabajan con el Comercio Justo y en efecto que son empresas éticas mientras que en realidad ofrecen sólo un pequeño porcentaje de su café certificado como Comercio Justo. A su vez, muchas pequeñas empresas ofrecen solamente productos de Comercio Justo pero no reciben la misma publicidad que las empresas transnacionales por su compromiso con el Comercio Justo.

El conflicto entre las normas de certificación y la desmercantilización, por un lado, y el crecimiento del Comercio Justo por la incorporación de las transnacionales, también se hizo más evidente cuando el Comercio Justo comenzó a expandirse y a certificar nuevos productos (té, vino, plátanos) donde los criterios utilizados, en particular el enfoque en cooperativas de pequeños agricultores, para certificar el café o azúcar como “justo” no encajaba con las estructuras industriales y productivas existentes. En comparación con el café, mucho menos de la producción de estos productos se realiza a través de cooperativas de pequeños productores y mucho más en plantaciones agrícolas de gran escala (FTI, 2012a). Entonces el Comercio Justo ha desarrollado normas para estos nuevos productos que permitieron la certificación de plantaciones con trabajadores contratados. La concepción de “justo” detrás de la etiqueta de un banano es diferente a la concepción de “justo” representado por la etiqueta en el café o el cacao certificado. Las consecuencias de la certificación para la mano de obra contratada en esas plantaciones está comenzado a ser investigar, y los primeros estándares de *Fairtrade International* fueron fuertemente criticado por académicos y grupos que representan a trabajadores (Besky, 2013; Brown, 2013; IILRF, 2010; Makita, 2012; McEwan y Beck, 2009). En respuesta, *Fairtrade International* realizó una revisión de las normas, a través del Consejo Consultivo sobre los Derechos de los Trabajadores (FTI, 2012b) a proponer estándares más exigentes para la mano de obra contratada, incluidos los avances necesarios para el pago de un salario digno, y la garantía del derecho a formar sindicatos (FTI, 2014b). Estos son pasos

positivos e importantes. Sin embargo, como el Comercio Justo también certifica a plátanos comercializados por cooperativas de pequeños productores, así como certifica a plantaciones de producción a gran escala, el mismo sello de Comercio Justo en dos plátanos diferentes puede significar muy diferentes relaciones comerciales y de producción. Un solo sello que abarca diferentes estándares y relaciones de producción compromete la capacidad del Comercio Justo a *desfetichizar* los productos, significando al final que los procesos de producción no son transparentes.

Nuestra sugerencia aquí no es que el Comercio Justo debería limitarse para siempre a los productos originales, como el café, que provienen de cooperativas de pequeños productores. Lo que hemos analizado en este trabajo es que el Comercio Justo (para algunos productos) ha cambiado su definición de justicia en función de las relaciones existentes o dominantes de producción capitalista, y al hacerlo, aceptó la explotación del trabajo asalariado y el control de los dueños de plantaciones sobre el excedente de las ganancias como equitativo y justo. Argumentamos que ninguna de esas cosas son justas.

En el corto plazo, el Comercio Justo puede mejorar esa situación siendo más transparente sobre las diferencias entre los sistemas de producción que están detrás del mismo sello. Sostenemos que los productos producidos en plantaciones con trabajadores contratados deben ser diferenciados en el sello de los productos bajo las normas para los pequeños productores. Al largo plazo, la cuestión es cómo se va a resolver este conflicto entre las estructuras de producción y mercados existentes y los objetivos transformativos del Comercio Justo: a través de un impulso hacia la transcendencia de las relaciones capitalistas o formando parte de las estructuras actuales. Hasta el momento, parece que el Comercio Justo está formado parte de las estructuras dominantes en vez de transformarlas. Sin embargo, se debe tener un poco de optimismo por la modificación de las normas de Comercio Justo para plantaciones con mano de obra contratada en 2013 que mejora la capacidad y la libertad de los trabajadores para la organización sindical.

## Conclusión

En términos generales, el objetivo central del Comercio Justo es mejorar la calidad de vida de los productores agrícolas en los países del Sur global. Para uno de los productos pioneros del Comercio Justo, el café, las evidencias demuestran que el Comercio Justo ha

**A diferencia de una solución de regulación estatal, como el AIC, el Comercio Justo intenta cambiar el comportamiento de los consumidores para brindar ciertos beneficios a los productores.**





tenido un éxito modesto en el aumento de los ingresos de los productores y beneficios más concretos en términos de mejoras sociales y ambientales. A diferencia de una solución de regulación estatal, como el AIC, el Comercio Justo intenta cambiar el comportamiento de los consumidores para brindar ciertos beneficios a los productores. Esto tiene la potencial ventaja de *desfetichizar* el consumo, animando a la gente a cuestionar el impacto social y medioambiental de sus compras y creando una alternativa viable de las cadenas productivas capitalistas convencionales. El Comercio Justo también podría servir para que la gente cuestione las prácticas actuales de la producción capitalista en todos los bienes y servicios. ¿Si las necesidades de producción y de intercambio deben ser transformadas en el café o en el banano, por qué no es igual para los celulares y las camisas?

Sin embargo, debido a que el Comercio Justo opera dentro del mercado, que es sujeto a los imperativos del mercado capitalista, el Comercio Justo contiene características inherentes que trabajan en contra de este potencial transformativo. La comprensión de los consumidores sobre las diferencias en las prácticas productivas y comerciales del Comercio Justo, o cualquier otro producto certificado como producción ética, está sujeto a mucha confusión (que está cultivado en muchos casos por las empresas transnacionales que desean mantener sus prácticas de producción actuales y rentables), lo que significa que hay presión para reducir lo que exige los estándares de certificación y adaptarles más al sistema de producción capitalista actual.

Los estándares menos exigentes de FTUSA y algunos de los productos de *Fairtrade Internacional* no sólo sirven para disminuir los beneficios de Comercio Justo para los trabajadores y productores dentro del sistema, sino que también disminuyen el potencial del Comercio Justo como una alternativa coherente y transparente a la producción convencional. Además de las diferencias, y el potencial transformativo, entre pequeños productores organizados en cooperativas y las plantaciones con trabajadores asalariados que están certificados, están enmascarados por el sello de Comercio Justo que no se diferencia entre estos dos sistemas productivos. Esta falta de transparencia reduce el potencial del Comercio Justo para contar la verdad sobre el Comercio Justo y la producción convencional. Como sostiene uno de los pioneros del Comercio Justo, Jonathan Rosenthal, “En el apuro de expandir y crecer el Comercio Justo, estamos cada vez menos dispuestos a decir la verdad [...] No somos nada si no estamos diciendo la verdad. A mi juicio, ese es el acto más radical que podemos hacer. Esto es más importante que el pago de un precio mínimo o cualquiera de las otras cosas” (citado en Jaffee, 2007: 262).

Si el Comercio Justo va a maximizar los beneficios que puede brindar a los productores y a la vez animar a los consumidores a cuestionar la producción convencional, se tiene que revertir su tendencia actual de reducir la diferencia entre el Comercio Justo y la producción convencional capitalista. Además, se debe decir la verdad sobre las prácticas detrás de su propio sello, reconociendo que no todo es *justo* en el mismo sentido dentro el Comercio Justo.

## Referencias citadas

- Andreoni, J. (1990). "Impure altruism and donations to public goods: a theory of warm glow giving." *The Economic Journal* Vol. 100, No. 401, pp. 464-477.
- Arnot, C., P.C. Boxall, y S.B. Cash (2006). "Do Ethical Consumers Care About Price? A Revealed Preference Analysis of Fair Trade Coffee Purchases." *Canadian Journal of Agricultural Economics* Vol. 54, pp. 555-65.
- Bacon, C.M. (2005). "Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?" *World Development*, Vol. 33, No. 3, pp. 497-511.
- Bacon, C.M., V. Ernesto Méndez, María Eugenia Flores Gómez, Douglas Stuart y Sandro Raúl Díaz Flores (2008). "Are Sustainable Coffee Certifications Enough to Secure Farmer Livelihoods? The Millennium Development Goals and Nicaragua's Fair Trade Cooperatives." *Globalizations*, Vol 5, No. 2, pp. 259-274.
- Bartley, T. (2007). "Institutional emergence in an era of globalization: The rise of transnational private regulation of labor and environmental conditions". *American Journal of Sociology*, Vol. 13, No. 2, pp. 297-351.
- Besky, Sarah (2013). *The Darjeeling Distinction: Labor and Justice on Fair-Trade Tea Plantations in India*. Berkeley: University of California Press.
- Bridgehead (nd) "History." Available at <http://www.bridgehead.ca/pages/history> (Accessed July 3, 2015).
- Brown, Sandy (2013). "One Hundred Years of Labor Control: Violence, Militancy, and the Fairtrade Banana Commodity Chain in Colombia." *Environment and Planning A* 45:2572- 2591.
- Daviron, B., y S. Ponte (2005) *The coffee paradox: Global markets, commodity trade and the elusive promise of development*. London: Zed Books.
- De Pelsmacker, P., W. Janssens, E. Sterckx, y C. Mielants (2005). "Fair Trade Beliefs, Attitudes and Buying Behaviour of Belgian Consumers." *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*." Vol. 2, No. 2, pp. 50-69.
- Equal Exchange (nd) "History of Equal Exchange." Available at <http://equalexchange.coop/story> (Accessed July 3, 2015).
- Ferree, Myra Marx (2003). "Resonance and radicalism: Feminist framing in the abortion debates of the United States and Germany." *American Journal of Sociology* Vol. 109, No. 2, pp. 304-344.
- FTI (Fairtrade International) (2014a). *2013-14 Annual Report*. Bonn: Fairtrade International.
- FTI (2014b). "Fairtrade Standard for Hired Labour, Version 15.01.2014\_v1.0." Bonn: Fairtrade International. Available at [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/2014-07-16\\_HL\\_EN.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/2014-07-16_HL_EN.pdf) (Accessed July 3, 2015).

- FTI (2012a). "Annual Report 2011/2012: For Producers, with Producers." Bonn: Fairtrade International.
- FTI (2012b). "A New Workers Rights Strategy for Fair Trade." Bonn: Fairtrade International. Available at [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012-06-20\\_Workers\\_rights.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-06-20_Workers_rights.pdf) (Accessed July 3, 2015).
- FTI (2011). "Fair Trade Standard for Coffee for Small Producer Organizations, v. 01.04.2011." Bonn: Fairtrade International. Available at [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/standards/documents/2012-04-01\\_EN\\_SPO\\_Coffee.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012-04-01_EN_SPO_Coffee.pdf) (Accessed July 3, 2015).
- Fridell, G. (2007). *Fair trade coffee: The prospects and pitfalls of market-driven social justice*. Toronto: University of Toronto Press.
- Fridell, G. (2014). *Coffee*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Gale, F. (2002). "Caveat certificatum". In *Confronting consumption*, pp. 275-300, T. Princen, K. Conca, and M. Maniates, editors. Cambridge, MA: MIT Press.
- Greenberg, R. (1994). "Phenomena, comment and notes". *Smithsonian*, Vol. 25, No. 8, pp. 24-28.
- Hudson, M., I. Hudson, y J.E. Edgerton (2013). "Political Consumerism in Context: An Experiment on Status and Information in Ethical Consumption Decisions." *American Journal of Economics and Sociology*. Vol. 72, No. 4, pp. 1009-1037.
- Hudson, M., I. Hudson and M. Fridell (2013). *Fair Trade, sustainability and social change*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- ILRF (International Labor Rights Forum) (2010). "Missed the Goal for Workers: the Reality of Soccer Ball Stitchers in Pakistan, India, China and Thailand." ILRF, Washington DC.
- Jaffee, D. (2007). *Brewing justice: Fair trade coffee, sustainability, and survival*. Berkeley: University of California Press.
- Janssen, R. (1997). "Making sense of sustainable coffee". *Fresh Cup*, 1997, p. 16.
- Kimeldorf, H., R. Meyer, M. Prasad, e I. Robinson (2006). "Consumers with a conscience: will they pay more?" *Contexts* Vol. 5, No.1, pp. 24-29.
- Levi, M., y A. Linton (2003). "Fair trade: A cup at a time?" *Politics and Society* Vol 31 No 3, pp. 407-432.
- Makita, R. (2012). "Fair Trade Certification: The Case of Tea Plantation Workers in India". *Development Policy Review* Vol 30, pp. 87-107.
- Marx, K. 1976 [1867]. *Capital: A Critique of political economy (Vol.1)*. Chicago: Charles H.Kerr.
- McEwan, C. y D. Beck (2009). "The Political Economy of Alternative Trade: Social and Environmental Certification in the South African Wine Industry " *Journal of Rural Studies* Vol. 25, pp. 255-266.
- Méndez, V. Ernesto, Christopher M. Bacon, Meryl Olson, Seth Petchers, Doribel Herrador, Cecilia Carranza, Laura Trujillo, Carlos Guadarrama-Zugasti, Antonio Córdón y

- Angel Mendoza (2010). "Effects of Fair Trade and organic certifications on small-scale coffee farmer households in Central America and Mexico." *Renewable Agriculture and Food Systems*, Vol. 24, No. 3, pp. 236-251.
- Neuman, W. (2011). "A question of fairness". *The New York Times*, November 23. Available at [http://www.nytimes.com/2011/11/24/business/as-fair-trade-movement-grows-a-dispute-over-its-direction.html?\\_r=1&pagewanted=all](http://www.nytimes.com/2011/11/24/business/as-fair-trade-movement-grows-a-dispute-over-its-direction.html?_r=1&pagewanted=all) (Accessed February 2, 2012).
- Nolasco, M. (1985). *Café y sociedad en México [Coffee and society in Mexico]*. Mexico: Centro de Ecodesarrollo.
- Oxfam International (2002). *Mugged: Poverty in Your Coffee Cup*. Washington DC: Oxfam International.
- Prasad, M., H. Kimeldorf, R. Meyer, e I. Robinson (2004). "Consumers of the World Unite: A Market-based Response to Sweatshops." *Labor Studies Journal* Vol. 29, No.3, pp. 57-79.

# Entre economía social y economía popular: confusiones y desaciertos políticos en el “Ecuador del Buen Vivir”

## *Between social and popular economy: political confusions in the “ Ecuador of Good Living”*

---

Diego Martínez Godoy\*

---

Fecha de recepción: 8 de abril de 2015  
Fecha de aceptación: 28 de junio de 2015

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1669

### Resumen

La economía social y solidaria en Ecuador, se ha constituido en los últimos 8 años en una bandera del discurso político oficialista. A pesar de los esfuerzos que se han realizados en favor de las organizaciones que componen este sector económico, existen varias confusiones y desaciertos políticos que se explican en gran medida por la exclusión del concepto de “innovación social” y de la variable territorial en el análisis de las dinámicas de actores de la economía social y solidaria. ¿Cuáles son los riesgos presentes para este sector económico en el Ecuador? ¿Qué camino se debería favorecer para crear y fortalecer verdaderas iniciativas alternativas al sistema económico dominante? Son algunas de las preguntas que el artículo pretende responder tomando ciertos ejemplos de las experiencias existentes tanto en Ecuador como en Europa.

*Palabras clave:* economía social y solidaria, innovación social, territorio, desarrollo territorial, proximidad, confusiones políticas, buen vivir.

### Abstract

The social and solidary economy in Ecuador has emerged over the last eight years as a flag of the ruling political discourse. Despite the efforts that have been made in favor of the organizations that make up this economic sector, there are several confusions and political blunders explained largely by the exclusion of the concept of “social innovation” and the territorial variable in the analysis of actors dynamics. What are the risks involved for this economic sector in Ecuador? Which way should be favored to create and strengthen real alternative initiatives to the dominant economic system? These are some of the questions this article attempts to answer using examples taken from existing experiences both in Ecuador and in Europe.

*Key words:* social economy, popular economy, social innovation, territory, territorial development, political confusions, good living.

---

\* Doctor (c), Sociología Rural, AgroParisTech, Francia. Máster en Economía Territorial, Université Pierre Mendès France, Francia. Sociólogo, Universidad de Toulouse 2, Francia. [diegoesteban.martinez@agroparitech.fr](mailto:diegoesteban.martinez@agroparitech.fr)

## Introducción

En la golpeada Grecia, bajo un efecto de círculo vicioso, distintas cooperativas agrícolas han reivindicado su derecho a la soberanía alimentaria a partir de un modelo de agricultura territorial, y han creado comercios de proximidad, sociales y solidarios como respuesta local al hambre generalizada en varias regiones (L'Humanité, 2015). Mientras tanto, en el “Ecuador del Buen Vivir”, diversas asociaciones de pequeños productores destinan sus tierras al monocultivo como requisito para integrar “negocios inclusivos” o ciertos programas de compras públicas, bajo una lógica *top down*, de fomento a la economía popular y solidaria.

La constitución de Montecristi del año 2008 incorporó en su artículo 283, la idea de un sistema económico social y solidario y bajo esta línea se considera, desde la planificación nacional para el “Buen Vivir”,<sup>1</sup> el alcance y establecimiento de este sistema económico, como un objetivo nacional.<sup>2</sup> Diversos actores y organizaciones pertenecientes a la economía social y solidaria fueron tomados en cuenta y hoy son regulados por una ley que promueve, entre otras cosas, el fortalecimiento de estas organizaciones y la creación de un sinnúmero de acciones afirmativas, planes, programas y proyectos. Este logro, sin lugar a dudas, se ha convertido en una de las principales banderas de lucha del actual gobierno y de su movimiento oficialista. Pero a pesar de la importancia de esta forma de organización económica, subrayada por actores políticos,<sup>3</sup> existen pocos análisis y estudios elaborados que muestren una mirada crítica sobre las líneas que se han adoptado tanto para la formulación de políticas públicas como para la implementación de programas de fomento del sector, los cuales dejan una cierta impresión de desaciertos políticos con respecto a modelos construidos desde arriba, obedientes a lógicas de desarrollo *top down*.

En este artículo se pretende, a partir de la discusión teórica y la revisión de diferentes conceptos útiles para el análisis de la economía social y solidaria, mostrar la complejidad existente para comprender esta forma de organización económica. La incorporación de nuevas variables de análisis, tales como la innovación social y el territorio, ayuda a abrir el debate y tener una visión crítica sobre el camino escogido para el fomento de la economía social y solidaria en Ecuador. En este sentido, se podrán sobrepasar ciertos presupuestos que sostienen la idea de una economía social y solidaria como vía alterna al capitalismo. Para ello se analizará, en primer lugar, a partir de un debate conceptual, cómo se desarrollan

1 El Buen Vivir es considerado como un concepto en construcción y como un concepto referente a “un modelo de civilización alternativo al capitalismo... y al desarrollo impuesto por el occidente”... también desde la perspectiva Ecomarxista, se opone al mercado y en pleno respeto a la naturaleza, “defiende la lucha contra las desigualdades” al igual que “una mejor redistribución de la riqueza” (Le Quang y Vercoutère, 2013: 42). Sin embargo según Sanchez Parga (2014), para el análisis de la realidad ecuatoriana, este concepto posee únicamente “una semántica seductora”, pero un “grado cero de carga teórica”, lo cual facilita “un gran despliegue retórico” y hace del discurso del buen vivir algo similar a la “coca”, “analgésico y estimulante”.

2 El objetivo número 11 del Plan Nacional del Buen Vivir plantea: “Establecer un sistema económico social y solidario sostenible” (SENPLADES, 2009: 85).

3 La economía popular y solidaria involucra a “más de 5 millones de socios y asociados” (Jácome y Páez, 2014: 30).

y en qué condiciones se generan verdaderas iniciativas de economía social y solidaria. En segundo lugar, se estudiará la importancia de la incorporación de la variable territorial para el análisis, construcción y fomento de una economía social desde lo local, para mostrar, en tercer lugar, los riesgos de esta “economía alternativa”, frente a la economía dominante y ante un panorama de desaciertos políticos. Finalmente, se abrirá la discusión sobre las condiciones en las cuales esta economía podría ser considerada o no una alternativa al capitalismo, o más bien, convertirse en una herramienta útil para la construcción de respuestas y alternativas sólidas al sistema económico dominante.

### **Buscando lo social y solidario en un contexto individual, popular e informal**

El proyecto de una economía social y alternativa, ha sido caracterizado desde hace casi dos siglos como una “utopía social” que reúne prácticas empresariales que se distinguen por su carácter colectivo. Para calificar a estas iniciativas se utilizan conceptos que al conjugarlos componen la terminología común utilizada hoy en día tanto en Europa como América Latina. Draperi (2011), muestra que en diferentes lugares del mundo existen “voluntades compartidas” para una universalización del término que hoy conocemos como la “Economía social y solidaria”. Sin embargo, es conveniente diferenciar entre economía social y economía solidaria, ya que cada uno de estos términos convoca a diferentes actores y en el plano teórico existen dos concepciones distintas. En Francia por ejemplo, el debate en torno a la economía solidaria se ha alejado del debate referente a la economía social. Efectivamente, los actores que fundan el concepto contemporáneo de economía social son organizaciones de sociedad civil tales como, asociaciones, cooperativas, mutuales, etc. Mientras que desde la parte científica, son los investigadores académicos los que han intentado construir los debates y las teorías de la economía solidaria (Draperi, 2011: 15-23).

En este sentido, en Europa se define a la economía social como una agrupación de organizaciones con estatutos jurídico propios (tales como cooperativas, asociaciones o mutuales) y que reúnen personas antes que reunir capitales. Estas organizaciones obedecen de manera estricta a cuatro principios: (1) libertad de adhesión; (2) igualdad, gestión colectiva y democrática; (3) lucratividad ausente o limitada; (4) solidaridad entre miembros (Laville, 2010: 221-222). Mientras que la economía solidaria puede ser definida y discutida a partir de dos enfoques. El primer enfoque es el político, el cual se refiere a la economía solidaria en el mismo sentido que la economía social en Europa. Este enfoque utilizado tanto en América Latina como en Canadá funda la expresión de economía social y solidaria e incluye también a organizaciones comunitarias, e incorpora a las iniciativas provenientes del comercio justo. El segundo enfoque es el académico, que propone una definición elaborada a partir de investigaciones universitarias que buscaban estudiar comportamientos y expe-

riencias de solidaridad practicadas en el seno de poblaciones afectadas por crisis económicas y en situaciones de exclusión social, retomando los trabajos teóricos de *Welfare triangle* de Adalbert Evers. De esta manera, Eme y Laville (1994) plantean el relacionamiento de tres tipos de organización de actividades económicas, y ubicaban a la economía solidaria en el área intermedia. Aquí, la economía solidaria se caracteriza, a diferencia de la economía social, por una hibridación de recursos de origen mercantil, estatal y recíprocos provenientes de la esfera familiar (Draperi, 2009: 69-70; Draperi, 2011: 21-22)

**El proyecto de una economía social y alternativa, ha sido caracterizado desde hace casi dos siglos como una “utopía social” que reúne prácticas empresariales que se distinguen por su carácter colectivo.**



En el Ecuador se ha adoptado el término popular, el cual se suma a social y solidario que aparecen en el artículo 283 de la Constitución de Montecristi. Con la incorporación del término popular se presenta una mezcla de términos del marco constitucional y jurídico, que no plantea una visión clara de los objetivos trazados para el reconocimiento y promoción de la economía social y solidaria en el país, sino que más bien causa una cierta confusión en el uso de una u otra terminología. El término popular causa debate, controversia y contradicciones ya que ha sido utilizado por Laville en referencia a los sectores comunitarios (Laville, 2010: 223), y a su vez, ha sido retomado por Coraggio para referirse a los tipos de emprendimientos individuales, informales, familiares, de autoconsumo, etc. (Coraggio, 2011: 340). No es raro escuchar en diversas ocasiones a ciertos actores políticos que utilizan en un mismo discurso los términos de economía popular para referirse a asociaciones de la economía social y solidaria, y terminan exaltando los logros de la economía social refiriéndose a los micros emprendimientos informales.

¿Cuándo debemos hablar de economía popular o cuándo debemos hablar de economía social? ¿En qué casos se debe usar el calificativo de solidaria para calificar a una economía? ¿La economía popular es solidaria? ¿La economía social es popular y solidaria? Lo cierto es que se ha generado un discurso de fácil utilización pero de difícil comprensión. Muchos mencionan a la popular economía solidaria o a la socialmente aceptada economía popular sin saber bien lo que hay detrás o los esfuerzos de análisis teóricos existentes para la comprensión de procesos de desarrollo y fomento de una economía alternativa. Queda la impresión que se confunden los términos y se mezclan las iniciativas como si todo fuese un único y mismo fenómeno.

Parecería que existe una voluntad de haber querido “meter todo en un mismo saco”, lo cual resulta delicado y riesgoso ya que cada una de las entidades, organizaciones o actores de una economía social y solidaria, actúan en base a reglas y métodos de funcionamiento específicos, modalidades y niveles de organización particulares y pertenecen a territorios contruidos de manera diferente los cuales poseen especificidades históricas y culturales



importantes. Esta diversidad mencionada no puede evidenciarse en un modelo construido desde arriba, donde lo social, lo solidario, lo individual, lo informal y lo popular están siendo regulados y fomentados por una ley, y un sinnúmero de proyectos ejecutados de manera vertical y homogénea en diferentes latitudes y contextos regionales en el país.

Para un mejor entendimiento entorno a la problemática de la economía social y solidaria, es necesario mencionar breves precisiones respecto al origen histórico de la terminología y a los enfoques tomados en cuenta con el fin de explicar cuál es el punto de partida fundamental para el desarrollo de iniciativas concretas de esta economía calificada hoy en día de alternativa.

Hablar de economía social y solidaria es retornar justo después de la instauración de la democracia en Europa, cuando las prácticas asociativas fueron permitidas. Según Laville (2010), estas diferentes prácticas asociativas nacieron de una voluntad filantrópica que afirmaba el principio de “solidaridad” para buscar una alternativa entre liberalismo y Estado. También se sitúa en la primera mitad del siglo XX cuando Polanyi habla de la existencia de una economía substantiva,<sup>4</sup> es decir una economía “encastrada” en la esfera social, al servicio del hombre como respuesta al capitalismo que posiciona al ser humano al servicio del mercado. No se trata entonces de reducir el análisis económico a la esfera mercantil, sino de incluir la esfera no mercantil y no monetaria con sus principios respectivos de redistribución y reciprocidad para la comprensión de las dinámicas productivas en una sociedad (Polanyi, 1983: 92-102).

Sin embargo, es fundamental señalar que no se puede discutir o debatir en torno a la economía social sin hablar de “innovación social”. Según Vidal, se trata de un proceso entendido como la expresión de nuevas prácticas, acciones y estrategias desarrolladas en respuesta a las necesidades sociales mal satisfechas o no satisfechas, ni por el Estado, ni por la empresa privada. Este proceso resulta de “nuevos arreglos, modos de relacionamiento, participación, nuevas organizaciones, colaboraciones y formas de cooperación entre actores y organizaciones en la sociedad” (Vidal, 2009: 104-105). A su vez son iniciativas locales desarrolladas por la sociedad civil frente a la destrucción masiva de empleos, a la exclusión social y marginación provocada por diferentes políticas económicas favorables al capital, en sociedades de mercado. El reto fundamental de estas iniciativas provenientes de procesos de innovación social es poder re-establecer lazos y re-conectar la economía con la población. En este contexto, la población identifica y toma en mano sus necesidades sociales, los individuos rechazan la idea de ser agentes económicos para convertirse en actores económicos, y finalmente el Estado es visto como un apoyo para la lucha contra las desigualdades.

Para Klein, Laville y Moulaert (2014) el proceso de innovación social, puede observarse en iniciativas de comercio justo, turismo solidario, agricultura biológica, circuitos cortos de comercialización, monedas sociales, micro finanzas, desarrollo de energías renovables, etc.

---

4 Economía justa en respuesta a las necesidades de las poblaciones

También es el resultado de un debate colectivo y sienta sus bases en la confianza mutua, es capaz de recuperar lógicas de entre-ayuda plasmadas en actividades auto organizadas bajo la iniciativa de actores sensibles a problemas comunes. Según los autores, estos actores se encuentran en “espacios de proximidad” donde se concentran en la elaboración de soluciones colectivamente aceptadas (Klein, Laville y Moulaert, 2014: 55). Esta reflexión llevada a cabo sobre la idea de una acción colectiva desarrollada en espacios de proximidad, indica que el punto de partida del análisis en estos procesos debe ser el territorio, ya que este último constituye un espacio de proximidad donde se originan sistemas productivos locales a partir de la movilización de “redes sociales, capital social, y gobernanza territorial” (Coitéis, Gianfaldoni y Richez-Battesti, 2005 citado en Azam, 2009: 71).

En el caso ecuatoriano, la ley orgánica de economía popular y solidaria (LOEPS) al no considerar la innovación social como eje central de su propuesta corre el riesgo de no privilegiar las lógicas coordinadas de actores en el territorio que constituyen el componente básico de esta forma de organización económica. Estas son consideradas procesos complejos que surgen desde lo local y responden a líneas de desarrollo *bottom up* (desde abajo hacia arriba). Efectivamente, esta nueva economía se construye a partir de formas de coordinación tales como la asociación, lo cual crea un espacio híbrido compuesto por la coordinación mercantil, no mercantil y no monetaria. De igual manera, este enfoque pone en relieve la importancia de las relaciones sociales organizadas como condición para el desarrollo de acciones económicas propias de esta economía alternativa, en contraposición a la teoría económica estándar la cual posee una “concepción sub-socializada y automatizada de la acción humana” (Granoveter, 1985, citado en Azam, 2009: 72).

Es necesario tomar en cuenta que los actores e instituciones económicas no son independientes, “no emergen automáticamente, sino que se construyen socialmente” (Azam, 2009: 72). Tampoco son homogéneos, ya que se encuentran anclados a un territorio específico a su vez considerado como una construcción social, y poseen recursos diferentes en cuanto a niveles de capital social, capital cultural y capital económico. En el presente artículo se sostiene que, el no recurrir a una escala de análisis “meso” (territorio) para entender las dinámicas específicas de la economía social y solidaria podría considerarse un grave error conducente al origen de confusiones y desaciertos políticos.

### La variable “territorio” no tomada en cuenta en la “ley del escritorio”

Existen distintas formas de análisis del territorio, pero para la comprensión de las diferentes dinámicas de los actores locales, es fundamental sobrepasar la idea que define al territorio únicamente como un espacio físico. En efecto, el territorio debe ser primeramente analizado como un espacio apropiado y gestionado, como un espacio de identidad por un grupo social, que a su vez posee un sentimiento de pertenencia y está consciente de esta apropiación.

ción (Brunet, Ferras y Théry, 2009, citado en Baudelle, Guy y Merenne-Schoumaker 2011: 16). Pecqueur (2000), profundiza este concepto señalando que, el territorio es el resultado de relaciones entre actores, anclados a un espacio geográfico delimitado, que tratan de identificar, para luego resolver un problema social o productivo compartido, a partir de soluciones endógenas basadas en la valorización de recursos territoriales específicos.

Ghezali y Sibille (2010) defienden la idea que los territorios son “laboratorios de democracia económica”, en estos espacios surgen iniciativas emprendedoras locales y se concretizan actitudes cooperativas consideradas maniobras de regulación territorial frente a la economía global y a sus efectos negativos. Al excluir el territorio como una variable de análisis se niega el hecho que la economía social y solidaria es “captadora y productora” de recursos no mercantiles fundamentales para su desarrollo, y al igual que las oportunidades económicas, estas se originan exclusivamente en el territorio. Por el contrario, incorporar la variable territorio en el marco de la Economía Social y Solidaria, es sobrepasar la idea de una economía marginal, es pensar en “el derecho de los pueblos a la soberanía y autonomía” (Azam, 2009).

Frente a la identificación de problemas, la búsqueda de soluciones y la valorización de recursos específicos, los actores deciden organizarse y actuar colectivamente. Pretender que estos actores se organicen automáticamente ante demandas externas sobre todo en ciertos territorios donde el sentido de comunidad, las prácticas de solidaridad y reciprocidad están en sus más bajos niveles, constituye un craso error. De igual forma, se podría considerar que el incentivo e inducción de prácticas asociacionistas funcionales a programas y proyectos construidos y aplicados desde arriba y de manera homogénea es un desacierto político. El reto queda entonces, en potencializar capacidades de actores favorables a la creación de iniciativas territoriales (iniciativas formuladas desde los actores con apoyo de instancias gubernamentales), de esta manera sería factible un proceso de relocalización de la economía.

El marco jurídico que regula a las organizaciones de la economía social y solidaria en Ecuador, pretende de cierta manera organizar a los actores en torno a programas creados desde las diferentes instancias gubernamentales, sin dejar margen a organizaciones con lógicas propias de acción colectiva y afines a procesos de desarrollo endógenos. Basta tomar como ejemplo ciertas partes de este instrumento legal para identificar que la lógica territorial no ha sido tomada en cuenta para la construcción, fomento y desarrollo de las iniciativas de EPS (Economía Popular y Solidaria). Efectivamente, en los artículos 128, 132, 136 y 137 de la LOEPS se señala de manera clara que el Estado o empresas municipales, son las encargadas de promover el asociacionismo a través de planes y programas públicos tanto para el acceso a sistemas de gestión de servicios públicos como para el acceso a programas de compras públicas, donde la incorporación de actores de la EPS es de orden obligatoria.

Sin embargo, se ha mostrado en ciertos análisis realizados por ejemplo cerca de actores en el medio rural integrados a diversos programas inclusivos fomentados por la EPS, que estas iniciativas planteadas desde instancias gubernamentales, si bien constituyen nuevas

oportunidades de crecimiento económico y productivo, solo benefician de manera parcial a estos pequeños productores. Efectivamente, la integración económica, no siempre se traduce por una integración social. Por ejemplo, anclados a las grandes industrias propietarias del capital, las cuales concentran gran parte de la riqueza, las asociaciones de pequeños productores de leche se ven excluidas de los eslabones más rentables de las cadenas en una posición de subordinación productiva y conducidos hacia una economía de subsistencia (Martínez Godoy, 2013: 125-127). En este caso las organizaciones de la EPS no cumplirán el rol deseado de reconexión entre economía y sociedad, ni restablecerán lazos sociales fuertes en una sociedad donde el individualismo y la búsqueda del beneficio ocupan puestos primordiales.

Precisamente, en el ámbito rural agrícola, se ha señalado, desde una publicación oficial de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) que, uno de los roles y una fortaleza de las organizaciones de la ESS, consiste en “garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de sus comunidades” (Jácome y Páez, 2014: 33), sin embargo, actualmente el cumplimiento de este rol se torna difícil en el agro ecuatoriano. En efecto, como eje central de la política agraria nacional, pequeños productores son organizados en asociaciones funcionales al desarrollo de conocidos programas de “negocios inclusivos rurales”, los cuales representan un claro ejemplo de la implementación de un modelo de desarrollo *top down*. En la mayoría de casos estos programas son favorables a monocultivos para la exportación o para el abastecimiento de materia prima a grandes agroindustrias alimenticias. Opuestos a un modelo de agricultura territorial,<sup>5</sup> en favor de prácticas como el autoconsumo, no podrían considerarse ni un proceso de innovación social, ni una iniciativa endógena de economía social y solidaria ya que no se estaría tomando en cuenta al territorio como variable de análisis. Este modelo fomentado tampoco concuerda con otra fortaleza señalada en dicha publicación oficial, la cual se refiere a “la baja o menor exposición de las crisis económicas” de las organizaciones de la ESS, debido a la fuerte dependencia de un solo ingreso en el caso de pequeños agricultores articulados a la agroindustria, lejos de la idea de una economía campesina diversificada.

Por el contrario, una dinámica de innovación social territorial, es decir, emitida desde los actores organizados y en favor del territorio, podría consistir en crear una dinámica de recuperación del control de la cadena de distribución alimenticia, lo cual permitiría a los pequeños productores imponer un modelo económico endógeno indispensable para el mantenimiento de una agricultura en favor de sus actores directos y esto a su vez representaría “la clave para la reconstrucción de un territorio rural” (Traversac, 2011: 11-13).

5 La noción de “Agricultura Territorial” es explicada por Favreau y Molina (2011), en referencia a un tipo de agricultura opuesto al modelo productivista responsable de la desestructuración de los espacios rurales. La agricultura territorial se concentra en una reconexión de las problemáticas del territorio a las prácticas productivas de los agricultores e integra una dimensión multifuncional de la agricultura, respondiendo en primer lugar a las preocupaciones y necesidades alimenticias de la población local. En el país este modelo no es dominante pese a la existencia de casos marginales. Por ejemplo, referirse los trabajos e investigaciones sobre modelos de agricultura territorial en Azuay (Rebañ, 2014: 130-131).

Campagne y Pecqueur (2014), subrayan que los procesos de construcción social del territorio, (en donde se toma en cuenta la valorización de recursos específicos), no deben implicar que los actores locales adopten estrategias favorables a firmas capitalistas externas al territorio que únicamente buscan beneficiarse de estos recursos y de buenas condiciones para el desarrollo de sus cadenas productivas y el incremento de sus beneficios. Se trata de algo totalmente opuesto, donde los actores realizan su propio inventario de recursos específicos “agrícolas, ganaderos, artesanales, patrimoniales, paisajísticos” y enseguida construyen estrategias para dotarles valor, transformando a estos recursos ya sea en productos o en servicios mercantiles (Campagne y Pecqueur, 2014: 50). Por consecuencia estos agentes se convierten en actores de un proceso de innovación social y con fuertes probabilidades que de manera organizada sean capaces de establecer sólidas iniciativas en el marco de una economía social y solidaria.

**Existe un gran número de actores políticos en Ecuador, que defienden la idea que únicamente la industria, y más específicamente la gran industria, es capaz de resolver los problemas actuales de orden económico, productivo, social y ecológico.**

### Riesgos de banalización de valores de entidades de la EPS

Como se mencionó, tanto la aplicación de modelos de fomento *top down*, como el elogio a modelos de entidades productivas de economía social a gran escala, traen consigo ciertos efectos que perjudican a los eslabones más débiles de la cadena productiva y por ende a los territorios en donde se aplican estas lógicas. La economía social corre el riesgo de no responder a sus objetivos sociales y al igual que las entidades asociativas o cooperativas, funcionales a la lógica del capital económico, pierden de a poco los principios y valores de origen. Existe un gran número de actores políticos en Ecuador, que defienden la idea que únicamente la industria, y más específicamente la gran industria, es capaz de resolver los problemas actuales de orden económico, productivo, social y ecológico. El problema, como lo menciona Draperi (2011), es que gran parte de los actores de la economía social también piensan de esta manera y establecen sólidas relaciones, tejen alianzas con la gran industria y tratan simplemente de imitar este modelo en la medida en que aprecian el profesionalismo y los medios económicos de las grandes empresas capitalistas.

Nuevamente, en una reciente publicación de la SEPS se enumeran las diversas fortalezas que las organizaciones de la ESS mantienen en Ecuador. Sorprende que la producción a gran escala sea fomentada dentro de uno de los artículos, el cual señala que el trabajo de las pequeñas empresas en favor de sus comunidades de origen no debe impedir “su desarrollo y funcionamiento a gran escala”. Para justificar este postulado se pone como ejemplo a gran-



des grupos cooperativos que “son tan grandes como cualquier empresa de capital” y se cita tres ejemplos, entre ellos a la fracasada cooperativa Mondragón en España (Jácome y Páez, 2014: 33). Esta última se desvinculó de cualquier tipo de dinámicas territoriales, y al poco tiempo estuvo desconectada de su capital humano,<sup>6</sup> cotizó en bolsa, abrió 94 filiales en países como Vietnam, Chile, Marruecos y Rusia, y antepuso la remuneración del capital por sobre el trabajo de sus miembros, dejando en la calle a cientos de personas como cualquier empresa capitalista que se declara en crisis (Boumnade, 2013). Es interesante mencionar que los mismos dirigentes de Mondragón han pedido que no se considere a la cooperativa como un modelo alternativo al sistema capitalista, debido a que se alinean completamente a los mismos valores y a la misma visión del mundo de este sistema (Durance, 2011: 69).

Frente a las experiencias de grandes grupos cooperativos como los citados en las publicaciones de la SEPS, actualmente se advierte que la economía social y solidaria corre el riesgo de tornarse en un movimiento que responde exclusivamente a preocupaciones de orden económico y productivo, alejándose de esta manera de sus valores iniciales. Efectivamente, diferentes análisis muestran que existen serios riesgos de banalización de este sector. Varios autores (Draperi, 2011; Frémeaux, 2011; Ghezali y Sibille, 2010; Laville, 2010) sostienen la idea que existe una inserción creciente de la economía social y solidaria en la economía capitalista. Ya se ha demostrado que “los objetivos de las empresas de ESS se transforman a medida que se integran en la economía general” (Draperi, 2011: 17). Este fenómeno se caracteriza concretamente por una adopción de estrategias y herramientas comunes a las empresas capitalistas, la normalización de procesos de producción estándar, bajos niveles de participación democrática, crecimiento y fusiones entre empresas que se convierten en grandes grupos cooperativos, sin ninguna diferencia respecto a las fusiones capitalistas (generalmente en el sector agrícola y financiero).

En el caso ecuatoriano, sería interesante cuestionarse si la explosión de cooperativas de ahorro y crédito en los últimos 20 años, o el sinnúmero de asociaciones de pequeños productores articulados a grandes grupos agroindustriales, bajo el membrete de negocios inclusivos, no atraviesan o corren el riesgo de pasar por este proceso de banalización de valores e inserción creciente en la economía capitalista. ¿Cuántos estudios de caso se han desarrollado para medir los niveles de participación democrática en el seno de estas organizaciones, o para evidenciar jerarquías existentes que inducen a la normalización de procesos de producción, para beneficiar la remuneración del capital económico? ¿Cómo están actuando las cooperativas de ahorro y crédito más grandes del país? ¿Mantienen y practican constante y religiosamente los siete principios básicos del cooperativismo recogidos por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI)?

En Europa, muchas entidades de la ESS nacieron de contextos de vulnerabilidad socio económico e hicieron prueba de verdaderos procesos de innovación social partiendo de

6 Los dirigentes de la cooperativa Mondragón son considerados por sus trabajadores en Europa como, “rudos explotadores capitalistas” que viven del trabajo de otros, y están conscientes de sus contradicciones. (Mon, 2013)

lógicas territoriales de actores en búsqueda de soluciones específicas. Igualmente, cientos de entidades no nacieron de la acción territorial colectiva como condición, o perdieron su lógica local en el camino, estas adoptaron y/o mantuvieron formas organizativas de la ESS para acceder y beneficiarse de ciertas ventajas exclusivas estipuladas en marcos legales, como es el caso de cajas, bancos cooperativos, grupos cooperativos agrícolas, etc. Según Frémeaux (2011), estas últimas se sometieron a las mismas problemáticas que las sociedades capitalistas. Las organizaciones de gran tamaño se alejaron de las preocupaciones de base de sus miembros, y se sometieron a fuertes niveles de competencia entre diferentes organizaciones. Muchos empleos fueron destruidos a partir del cambio de prioridades de los dirigentes, como son la maximización de beneficios y remuneración de capital a corto plazo (Lachenal y Martínez Godoy, 2013).

En base a esta reflexión quedan ciertas dudas en torno al cumplimiento del artículo 283 de la Constitución de Montecristi que establece que el sistema económico en Ecuador es social y solidario, en un contexto donde el territorio no ha sido tomado en cuenta y donde existen fuertes riesgos de banalización de valores de las entidades y organizaciones de la economía social y solidaria. ¿Bajo éstas condiciones, puede considerarse a esta forma de organización económica como una alternativa al sistema capitalista?

## ¿La economía social y solidaria es una alternativa al capitalismo?

Para Guerra, la economía social y solidaria se opone al pensamiento individualista y a las perspectivas planteadas desde una economía liberal. En este sentido, se cuestiona sobre el rol de esta economía para sustituir al capitalismo o convivir con él. El autor plantea tres posturas para tratar de identificar cual es el proyecto de la economía social y solidaria y responder a este último cuestionamiento. La primera hace referencia a una economía donde conviva sector privado, Estado y organizaciones de la ESS, buscando reducir "incidencia de oligopolios capitalistas" y un mejor equilibrio en la "distribución de oportunidades e ingresos", con el fin de "ganar terreno al capitalismo" y "avanzar hacia otra economía". La segunda se refiere a un panorama donde la ESS es incluida y apoyada por el sector capitalista a partir de lógicas de responsabilidad social. Aquí el Estado adopta un papel similar al de las empresas capitalistas, a través de las lógicas redistributivas para permitir la "subsistencia de sectores informales". Para el autor, esta segunda postura es relacionada con un "enfoque instrumentalista" donde la ESS no favorece a largo plazo "ningún cambio socioeconómico, más allá de los posibles aportes de ingresos a las familias involucradas". Y la tercera postura, hace referencia a una visión utópica donde "toda la economía resulte solidaria", avanzando sobre el capitalismo o el Estado, "hasta lograr su desaparición" (Guerra, 2014: 14-15).

Si se aplica los tres enfoques señalados por Guerra (2014), para analizar el contexto de los últimos ocho años de la economía social y solidaria en Ecuador, se nota que la tercera

postura sin dudas, sería la que inspira de cierta manera a la construcción del artículo 283 de la Constitución, mediante el cual se pretende que todo el sistema económico ecuatoriano devenga “social y solidario”. Por otro lado, la primera postura es la que se encuentra impregnada en los planes, programas y proyectos para lograr tanto el incremento de niveles de solidaridad en las diferentes fases de la economía, como la regulación y reordenamiento en vista de una mejor distribución de oportunidades e ingresos entre los diferentes actores de una economía plural. Sin embargo, el resultado en el país ha sido precisamente el panorama expresado en la segunda postura. Es decir, una economía solidaria instrumental o funcional al sector capitalista, el cual mediante diferentes estrategias y lógicas redistributivas ha permitido la subsistencia de sectores de esta forma de organización económica. Efectivamente, no tomar en cuenta tanto el concepto de innovación social, como la variable de análisis territorial, no han permitido un correcto fortalecimiento de la economía social y solidaria en el país, ni han implicado cambios socioeconómicos a mediano y largo plazo en los sectores más vulnerables del Ecuador. Actualmente, el sistema económico ecuatoriano fuera del discurso no es ni social, ni solidario, y aún queda mucho camino para sobrepasar al fuerte dominio la ciencia económica ortodoxa.

**Plantearse un escenario similar en el contexto latinoamericano no es tarea fácil, es necesario repensar “la construcción de la proximidad en el medio rural” como un elemento indispensable para enfrentar desde lo local un sin número de desafíos económico-productivos y organizativos.**



Frente a este postulado, Azam propone una relocalización de la economía, lo que implica “recrear el territorio como construcción social histórica”. Uno de los retos de esta relocalización consiste en hacer frente a los impactos medio ambientales promoviendo una reducción de energías no renovables, por ejemplo, a través la eliminación de circuitos largos de comercialización de producciones estándares, para promover circuitos cortos de distribución de productos específicos donde las organizaciones de la economía social, abandonen la posición de subordinación productiva para convertirse en actores y promotores de su destino socio económico.

Plantearse un escenario similar en el contexto latinoamericano no es tarea fácil, es necesario repensar “la construcción de la proximidad en el medio rural” como un elemento indispensable para enfrentar desde lo local un sinnúmero de desafíos económico-productivos y organizativos (Martínez Godoy, 2015). Por ejemplo, el análisis de Rebaï (2014), constituye una pequeña muestra que existen iniciativas con estas características en el sur



de la sierra ecuatoriana, donde los pequeños productores de Azuay, pese a la expansión de la actividad ganadera y frente a vulnerabilidades provenientes de contextos migratorios, desarrollaron con el apoyo de poderes públicos locales, procesos endógenos y organizados de comercialización colectiva en “cadenas cortas de aprovisionamiento” con lógicas de diversificación económica afines al territorio (Rebaï, 2014: 131).

De esta manera, la economía social y solidaria, no puede constituirse como una alternativa en sí misma, ya que representa el “eslabón esencial como vía democrática para una transición hacia una economía relocalizada” (Azam 2009: 75). En efecto, actualmente la alternativa pasa por la valorización de territorios que desarrollen sus propias lógicas económicas. Aquí ya no se trata de exaltar ni una utópica república cooperativa, ni una extinta micro república comunitaria de productores, ambas incapaces de enfrentarse al avance de la gran industria en la segunda mitad del siglo XIX en Europa. Las verdaderas iniciativas se construyen hoy en día en la meso república intercooperativa, es decir en los territorios, a partir de lógicas innovadoras que reconectan productores y consumidores, eliminando intermediarios, en una economía de proximidad (Draperi, 2011: 214).

La escala meso sin duda es la privilegiada para crear una alianza posible entre la economía social y solidaria, la economía colectiva (empresas de usuarios generalmente de servicios públicos administradas por colectividades locales), y la economía de proximidad. Según Draperi, la alianza de estos tres tipos de economía permite plantear una economía alternativa en todos los sectores de producción y consumo. Sin embargo, cada una de estas economías poseen limitaciones, y únicamente en alianza y al priorizar al territorio como ámbito de acción, la alternativa podría ser una realidad. Efectivamente, un proyecto de economía alternativa puede ser coordinado únicamente a la escala de territorio, ya que este último “es fundador de una economía democrática y territorial” (Draperi, 2011: 222-224).

## Reflexiones finales

Al término de este análisis, se ha visto que la discusión conceptual existente en torno a esta forma de organización económica, es fundamental para comprender los procesos de innovación social que dan origen desde lo local a las diferentes iniciativas por parte de los actores.

Hablar de economía social y solidaria puede convertirse en un discurso fácil, sin embargo, en lo concreto, existen complejidades que pueden llevar a cometer errores y desaciertos. En muchos programas y proyectos de fomento a esta economía, se ha visto que la variable de análisis territorial no ha sido tomada en cuenta, lo cual excluye la posibilidad de lógicas de acción colectivas importantes para reforzar al sector frente a riesgos económicos externos.

La economía social y solidaria se ve confrontada a un importante desafío respecto al mantenimiento de principios y valores frente a la adopción de modelos de gestión y

lógicas de acción provenientes de la economía capitalista, y por lo general está sujeta a fuertes idealizaciones.

En las condiciones actuales, su fuerte presencia en algunos sectores de la economía (como el de las cooperativas de ahorro y crédito, o las cooperativas de transporte), y su débil participación en los sectores productivos y de consumo, hacen hoy en día de la economía popular y solidaria un modelo complementario, más no sustituible a la economía de mercado. Frente a utopías planteadas desde el siglo XIX, hoy en día, se habla por ejemplo de una alianza sólida entre economía social, colectiva y de proximidad, como alternativa real y consistente a la economía capitalista. Sin embargo, esta lógica únicamente puede darse a una escala territorial donde se respeten, especificidades históricas, culturales, sociales y económicas.

## Referencias citadas

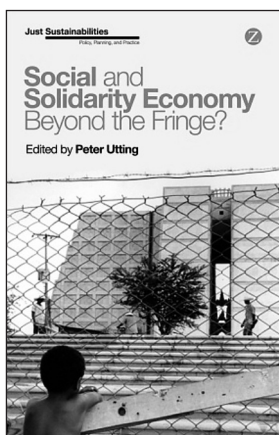
- Azama, Geneviève (2009). “Economía solidaria y reterritorialización de la economía, un desafío a la solidaridad, un objetivo para la ecología”. Pampa 05, pp 69-77. Disponible en: [http://www.economiasolidaria.org/files/Economia\\_solidaria\\_y\\_reterritorializacion.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/Economia_solidaria_y_reterritorializacion.pdf)
- Baudelle, Guy, Catherine Guy y Bernadette Merenne-Schoumaker (2011). *Le développement territorial en Europe, Concepts, enjeux et débats*. Rennes, Editions Presses Universitaires de Rennes, coll. Didact Géographie, 281 p.
- Boumnade, Ilham (2013). “Electroménager, pourquoi Fagor ferme son usine?”. *L’Economiste*, Édition N° 4121. Disponible en: <http://www.leconomiste.com/article/911264-electrom-nagerpourquoi-fagor-ferme-son-usine>
- Campagne, Pierre y Bernard Pecqueur (2014). *Le développement territorial, une réponse émergente à la mondialisation*. Paris : Editions Charles Léopold Mayer.
- Coraggio, José Luis (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito: Ediciones Abya Yala-Flacso.
- Draperi, Jean-François (2009). “Economie Solidaire”. *Alternatives Economiques*, L’économie Sociale de A à Z. Hors-série pratique No 38 Bis, mars.
- Draperi, Jean-François (2011). *L’économie sociale et solidaire: une réponse à la crise? Capitalisme, territoires et démocratie*. Paris: Collection Santé Social, Dunod.
- Durance, Philippe (2011). “La coopérative est-elle un modèle d’avenir pour le capitalisme ? Retour sur le cas de Mondragón”. *Annales des Mines - Gérer et comprendre* 4/2011, N° 106, p. 69-79.
- Eme, Bernard y Jean-Louis Laville (1994). *Cohésion sociale et emploi*. Paris: Desclée de Brouwer.
- Favreau, Louis y Ernesto Molina (2011). *Economie et société. Pistes de sortie de crise*. Québec: Presses de l’université de Québec.

- Frémeaux, Philippe (2011). *La nouvelle Alternative? Enquête sur l'économie sociale et solidaire*. Paris: Alternatives Economiques/Les Petits Matins.
- Guerra, Pablo (2014). “La construcción de una socioeconomía solidaria como fenómeno comunitarista: El caso latinoamericano”. *Serie de estudios sobre Economía popular y solidaria, Contextos de la “Otra Economía”*. Quito: Superintendencia de Economía popular y solidaria.
- Jácome, Hugo y José Ramón Páez (2014). “Desafíos para la economía social y solidaria en la región: una mirada desde la realidad del Ecuador”. *Serie de estudios sobre Economía popular y solidaria, Contextos de la “Otra Economía”*. Quito: Superintendencia de Economía popular y solidaria.
- Klein, Jean Luis, Jean Louis Laville y Frank Moulaert (Ed.) (2014). *L'innovation sociale*. Paris: Editions érès.
- Lachenal, Sylvain y Diego Martinez Godoy (2013). “L'économie social et solidaire: un nouveau levier de développement de l'emploi dans les territoires?”. (Ponencia en proyecto de publicación). Francia: Université Pierre Mendès France, Grenoble.
- Laville, Jean-Louis (2010). *Politique de l'association*. Paris: Seuil.
- L'Humanité (2015). *L'Humanité No 21626*. 10 de marzo 2015. Francia.
- Le Quang, Matthieu y Tamia Vercoutere (2013). *Ecosocialismo y Buen Vivir, Dialogo entre dos alternativas al capitalismo*. Cuadernos Subversivos. Ecuador: IAEN.
- Martinez Godoy, Diego (2013). “La asociación lechera ¿desarrollo local o subordinación productiva?”. *Ecuador Debate* No 89. Ecuador: CAAP.
- Martinez Godoy, Diego (2015). *Construire la proximité en milieu rural, Quels défis organisationnels en circuits courts alimentaires?*, Editions Universitaires Européennes.
- Mon, Jean-Pierre (2013). « Mondragon et la crise » Disponible en: <http://www.economie-distributive.fr/Mondragon-et-la-crise>
- Pecqueur, Bernard (2000). *Le développement local*. Paris: Editions La Découverte & Syros.
- Polanyi, Karl (1983). *La Grande transformation*. Editions Gallimard.
- Rebaï, Nasser (2014). “Mutaciones de la agricultura familiar y retos para el desarrollo territorial en los Andes del Ecuador”. *Ecuador Debate* No 93. Ecuador: CAAP.
- Sánchez Parga, José (2014). *Alternativas virtuales vs Cambios reales, Derechos de la naturaleza, Buen Vivir, Economía Solidaria*. Serie Estudios y Análisis. Quito: CAAP.
- SENPLADES (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. Versión resumida. Disponible en [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan\\_Nacional\\_para\\_el\\_Buen\\_Vivir.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf)
- Ghezali, Tarik y Hugues Sibille (2010). *Démocratiser l'économie, le marché à l'épreuve des citoyens*. Paris: Editions Grasset & Fasquelle.
- Traversac, Jean Baptiste (2011). *Circuits Courts, contribution au développement régional*. Dijon: Educagri Editions.
- Vidal, Rodolphe (2009). “Innovation Sociale”. *Alternatives Economiques, L'économie Sociale de A a Z*. Hors-série pratique No 38 Bis, mars.

# Social and Solidarity Economy: Beyond the Fringe

Peter Utting (Ed.)

DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1755



La economía social y solidaria ha adquirido mayor importancia en el actual discurso político y económico. Peter Utting, en su nueva colección *Social and Solidarity Economy: Beyond the Fringe*, la describe como “este término global se utiliza cada vez más para referirse a formas de actividad económica que priorizan objetivos sociales y ambientales en algunos casos, e incluyen productores, trabajadores, consumidores y ciudadanos actuando colectivamente y en solidaridad” (Utting, 2015: introducción). En efecto, los esfuerzos de aquellos involucrados con la economía social y solidaria hacen eco de la agenda de globalización alterna establecida por el Foro Social Mundial (World Social Forum). En una reciente publicación, Ana Cecilia Dinerstein resalta las amplias implicaciones políticas y so-

ciales de la economía social y solidaria, como “una herramienta para ‘organizar la esperanza’, es decir, una práctica que permite a las personas prever alternativas –prácticas futuras, relaciones y horizontes– en el presente” (Dinerstein, 2014). Este potencial de esperanza, como se evidencia en la práctica, es dado de urgencia el legado destructor de las prácticas neoliberales y de austeridad a nivel global.

¿Qué constituye la economía social y solidaria, y cómo funciona en un mundo atrapado, al menos en parte, en tres décadas de políticas neoliberales? Además, con el creciente reconocimiento de la necesidad de gestionar empresas de otro modo en la estela de la crisis de 2008, ¿cómo la economía social y solidaria escala efectivamente? Esto es, ¿cómo el objetivo de la economía social y solidaria se expande e incrementa su valor global de creación y relevancia sin abandonar los valores fundamentales que la han llevado a ser una alternativa atractiva a las empresas comunes? Estas son algunas de las preguntas que plantea

\* Reseña preparada por Sonya M. Scott (York University). [sonyamariescott@gmail.com](mailto:sonyamariescott@gmail.com). Traducción Sara Gómez de la Torre (FLACSO Ecuador). [sara.gomezdelatorre@gmail.com](mailto:sara.gomezdelatorre@gmail.com)

la colección de Utting, al examinar las bases teóricas e institucionales de la economía social y solidaria y al explorar sus resultados en proyectos a nivel global.

La economía social y solidaria conjuga elementos de la economía social y de la economía de solidaridad. La economía social opera dentro de las estructuras del mercado capitalista, incluyendo sus instituciones claves, pero aspira expandir los espacios económicos hacia organizaciones centradas en las personas. Aquí podemos pensar que muchas formas de prácticas empresariales alternativas (cooperativas, asociaciones de trabajadores, sin fines de lucro, etc.) que ponen objetivos sociales por sobre las ganancias, no se alejan fundamentalmente del sistema capitalista. La economía solidaria, por su parte, tiende a apuntar hacia un mayor cambio social, buscando alterar las relaciones del capitalismo y hacerlas más justas y sensibles a la sustentabilidad humana y ambiental. Si bien hay algunas posibles tensiones entre estos dos enfoques, el primero capaz de existir dentro de un contexto capitalista mientras que el segundo busca alterarlo, el objetivo de la economía social y solidaria es tomar lo mejor de ambos enfoques como una alternativa genuina. Desde una perspectiva histórica, “la tradición de la economía social y el resurgimiento de la democracia asociativa a fines del siglo XX generaron una nueva perspectiva teórica: la economía social y solidaria. Critica el enfoque sin fines de lucro que tiende a dominar los discursos internacionales de desarrollo con respecto al rol y carácter de la sociedad civil, y crea un marco original de análisis al mezclar las perspectivas de la economía social y la economía solidaria” (Laville en Utting, 2015: capítulo 1). Si bien todavía se trata de un movimiento incipiente, parece que la combinación de enfoques contra-hegemónicos con políticas e instituciones neoliberales está ganando importancia a nivel mundial (Utting, 2015: introducción).

Como lo plantea Utting explícitamente, la mayoría de la literatura contemporánea sobre economía social y solidaria es promocional. Su texto pretende lo contrario, trata no solo las tensiones ya mencionadas entre economías sociales y solidarias, además con la cuestión sobre su ampliación. Puesto que la economía social y solidaria no es en sí mismo un movimiento universal coherente, la pregunta sobre su ampliación es particularmente desafiante (Utting, 2015: capítulo 4). Sin embargo, también se trata de un área puntual y urgente de investigación ya que “la competitividad actual requiere la capacidad de operar a una escala global. La crisis financiera vigorizó esta necesidad, planteando nuevos retos a la viabilidad económica de las compañías convencionales y demandando formas alternativas de organización de la producción” (Flecha y Ngai, 2014). Existen muchos estudios sobre la globalización y ampliación en la configuración capitalista, pero muy pocas consideraciones a los intentos de ampliación a lo largo de organizaciones alternativas de producción y distribución.

*Social and Solidarity Economy: Beyond the Fringe* (Economía Social y Solidaria: más allá del borde) avanza hacia el desarrollo de este tan necesario campo de investigación. La primera sección del libro trata la dimensión histórica, teórica y estratégica de la economía social y solidaria. El objetivo de esta sección del libro no es solo contextualizar

histórica y filosóficamente la economía social y solidaria (capítulo 1 y 2) y traer a la luz su relevancia contemporánea (capítulos 3, 4 y 5), sino también proporcionar una idea de la relación entre Estado, mercado y sociedad civil con el fin de fomentar un “gobierno más propicio” para los objetivos de la economía social y solidaria (capítulos 6-9). Tal como señala José Luis Coraggio en una revisión de experimentos de economía social y solidaria en América Latina, la relación Estado-economía social y solidaria, a menudo tensa, tiene la capacidad de reorganizar las instituciones económicas— “De gran importancia ha sido la emergencia de proyectos ambiciosos de economía social y solidaria que involucran un cambio estructural en el comportamiento de actores públicos y privados, con un cambio correspondiente en una amplia gama de instituciones económicas” (Utting, 2015: capítulo 7).

La segunda sección guía a los lectores a través de diversos marcos institucionales y geográficos, con el objetivo de “identificar las condiciones institucionales, políticas y económicas claves y los contextos que facilitan o socavan la escalada integral de la economía social y solidaria” (Utting, 2015: introducción). Los ensayos abordan algunos proyectos en Estados Unidos y Europa (capítulo 10 y 11), América del Sur (capítulo 12 y 13), África Subsahariana (capítulo 14 y 15) y Asia del Sur (capítulos 16-18). Esta sección se aleja de la noción de un modelo de éxito de la economía social y solidaria, y más bien se centra en las particularidades económicas e institucionales que permiten el desarrollo de una manera alternativa y solidaria, o que obstaculizan su expansión.

Dicha colección será de gran interés para quienes trabajan en alternativas para el desarrollo económico. Será de uso particular para aquellos que consideran a la economía social y solidaria desde una perspectiva institucional, y para aquellos que desean entenderla dentro de un profundo contexto socio-político. Con el aumento de la desigualdad y la continuidad de las medidas de austeridad a nivel global, la economía social y solidaria, en última instancia, plantea interrogantes del poder económico y social. En lugar de tratarse de un enfoque individualizado o individualista, la cuestión se convierte en acción colectiva que demanda una preocupación sobre “el proceso por el cual los individuos se juntan para formar un colectivo que provoca cambios en las relaciones sociales y en particular en las relaciones de poder desigual” (Mukherjee-Reed en Utting, 2015: capítulo 17). Y mientras los ensayos en esta colección no siempre representan el éxito de la reorganización del poder dentro de la sociedad, si traen a la luz el ejercicio de aquellos quienes están desafiando activamente las estructuras hegemónicas actuales.

Sonya M. Scott

## Referencias citadas

- Dinerstein, Ana Cecilia (2014). “The Hidden Side of Social and Solidarity Economy – Social Movements and the Transition of Social Solidarity Economy into Policy (Latin America)” *Occasional Paper 9, Potential and Limits of Social and Solidarity Economy*. United Nations Research Institute for Social Development. August 2014.
- Flecha, Ramón y Pun Ngai (2014). “The challenge for Mondragon: Searching for the cooperative values in times of internationalization” in *Organization* 21 (5), 2014. 666-682.
- Utting, Peter (Ed.) (2015). *Social and Solidarity Economy: Beyond the Fringe*. Insert Publication Information.

**Eutopía, Revista de Desarrollo Económico Territorial  
agradece a los siguientes académicos e investigadores  
por su colaboración con el presente número:**

Arilson Favareto  
Universidade Federal da Região ABC,  
UFABC, Brasil

Bárbara Altschuter  
Universidad Nacional de Quilmes,  
Argentina

Carmen Diana Deere  
University of Florida, EEUU; FLACSO,  
Ecuador

Darryl Reed  
York University, Canadá

Doribel Herrador  
Universidad Carlos III Madrid, España

Elizabeth Bennett  
Lewis & Clark College, EEUU

Eric Sabourin  
CIRAD UMR Art-Dev, Universidade de  
Brasilia, Brasil

Fernando Guerrero  
Pontifica Universidad Católica del Ecuador,

Francisco Rhon Dávila  
Centro Andino de Acción Popular, Ecuador

Gavin Fridell  
Saint Mary's University, Canadá

Ian Hudson  
University of Manitoba, Canadá

Ivanna Lys Petz  
CONICET y FFyL-UBA, Argentina

Liisa North  
York University, Canadá

Luciano Martínez Valle  
FLACSO, Ecuador

María Teresa Barón  
Pontificia Universidad Javeriana,  
Colombia

Myriam Paredes  
FLACSO, Ecuador

Nasser Rebaï  
FLACSO, Ecuador

Natalia Quiroga  
Universidad Nacional de General  
Sarmiento, Argentina

Patrick Clark  
Carleton University, Canadá; FLACSO,  
Ecuador

Ricardo Orzi  
Universidad Nacional de Luján, Argentina

Rodolfo Pastore  
Universidad Nacional de Quilmes,  
Argentina

Will Low  
Royal Roads University, Canadá