

## La crisis y el Comercio Justo en y desde América Latina

**Gabriela Frers y Vladimir Velázquez<sup>1</sup>**

El presente artículo tiene dos objetivos: presentar un mapeo general sobre la situación del Comercio Justo de América Latina, poniendo el acento en las repercusiones de la crisis internacional desatada en 2008 y, por otro lado, presentar los principales desafíos a los que se enfrenta actualmente el movimiento a escala regional, en una suerte de mirada prospectiva. Evidentemente, ambos objetivos desbordan las posibilidades reales de un artículo, por lo que su consecución es meramente aproximativa y en ningún caso exhaustiva.

### **1. Un contexto marcado por la crisis internacional**

---

Los últimos años fueron intensos en el campo del Comercio Justo y la Economía Solidaria en América Latina<sup>2</sup>. Un elemento central lo constituye el impacto de la actual crisis económica. Las ventas de las organizaciones de Comercio Justo sufrieron descensos muy importantes, principalmente en el campo de la artesanía. Las informaciones aportadas por los miembros de WFTO-Latinoamérica indican que esta disminución de ventas va en aumento desde 2008. Diversas causas confluyen en esta reducción dramática de las ventas regionales: por un lado, desde antes incluso del inicio de la crisis los mercados del Norte vienen reorientando mayoritariamente sus compras de Comercio Justo al sector alimenticio en detrimento de las artesanías; por otro, los costes de producción y transporte son comparativamente más altos en Latinoamérica que en otras regiones productoras.

Lamentablemente, no existen estadísticas sobre la totalidad de la producción y ventas de Comercio Justo en América Latina que puedan ser utilizadas para lecturas generales y análisis comparados. Los únicos datos disponibles se refieren solo a productos alimenticios certificados relativos a las compras realizadas con el Sello Fairtrade, quedando fuera los alimentos no certificados y toda la producción artesanal que aún no cuenta con certificación de Comercio Justo.

---

<sup>1</sup> Presidencia Ejecutiva y Asesor de WFTO-Latinoamérica (sede regional para América Latina de la Organización Mundial del Comercio Justo), respectivamente.

<sup>2</sup> En América Latina existe una progresiva articulación entre los movimientos de Comercio Justo y de Economía Solidaria, de ahí que ambos conceptos y realidades aparezcan habitualmente juntos.

Frente a esto, la Secretaría Regional de WFTO-LA ha iniciado un proceso de obtención y análisis de datos. Aunque sus resultados no son aún definitivos, resulta posible constatar ya los cambios operados en los volúmenes de ventas durante los últimos años. En 2007, 45 miembros de WFTO-LA comercializaron artesanías y alimentos por un valor de US\$ 47.180.708; mientras que en 2009, 35 miembros (esto es el 70% del total de miembros) lo hicieron por un valor de US\$ 27.708.262. Extrapolando sobre el total, es posible concluir que la disminución en ambos grupos de productos se situó en torno al 25%. Es más, a partir de la información aportada por algunos miembros, en el caso de la artesanía este descenso podría llegar al 50%, existiendo casos en los que las exportaciones de Comercio Justo se habrían interrumpido totalmente.

## **2. Una caracterización del contexto latinoamericano<sup>3</sup>**

---

Hace tiempo que las principales redes de Comercio Justo y Economía Solidaria de América Latina constataron el carácter sistémico de la crisis: además de financiera, comporta una crisis ambiental, una crisis alimentaria y, para muchos en este continente, una crisis cultural. Pero este fenómeno no es visto por parte del movimiento de Comercio Justo latinoamericano únicamente como una amenaza, sino también como una oportunidad, en la medida en que sus consecuencias ponen en evidencia las contradicciones y la insostenibilidad del capitalismo financiero. La crisis es también una crisis de legitimidad del capitalismo neoliberal, lo que implica la oportunidad de desarrollar y fortalecer el Comercio Justo y la Economía Solidaria como alternativas al modelo dominante.

Diferentes relatos provenientes de las y los propios productores miembro de WFTO-LA ilustran las dificultades por las que están pasando:

“(…) Al no tener mucho pedido, los artesanos pierden sus ayudantes porque la gente tiene que vivir de algo. En nuestro caso, muchos artesanos están trabajando en construcción de carreteras, edificios, casas y el único que ha quedado en el taller es el artesano con su familia.”

“(…) Las tiendas con las que teníamos un trabajo empezado no están volviendo a comprar, porque la mayoría está cerrando o transformándose (pasando de tienda física a simplemente virtual, o dejando sólo los negocios mayoristas y cerrando los minoristas), o porque van a realizar compras en la segunda mitad de 2011. La economía está visiblemente afectada y aunque no se habla mucho, está impactando a las pequeñas tiendas con las que hacíamos negocios.”

---

<sup>3</sup> Esta caracterización fue hecha en los dos encuentros consecutivos de INTER-REDES, espacio que reúne a redes de Economía Solidaria y Comercio Justo de América Latina, WFTO-LA, RELAT (Red Latinoamericana de Tiendas de Economía Solidaria), RELACC (Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria), EMS (Espacio Mercosur Solidario) y CLAC (Coordinadora Latinoamericana y el Caribe de Pequeños Productores).

“(…) Los productos se caracterizan por su calidad y diseño. Fuimos seleccionando los artículos y concentrando los esfuerzos en función de los requerimientos de las tiendas de Comercio Justo. Nuestra actual propuesta general y el desarrollo de algunos artículos en particular son fruto de la selección de los propios compradores de Comercio Justo según las posibilidades de sus mercados, orientados en todos los casos a precios bajos.”

El modelo económico dominante en la región es parte de un capitalismo global que no tiene en cuenta los derechos humanos de millares de personas que quedan excluidas del sistema. La concentración de los medios de comunicación en manos de sectores conservadores constituye una amenaza para el Comercio Justo y la Economía Solidaria, si bien contrasta o es compensada por las nuevas tecnologías de comunicación, potenciales herramientas para los movimientos sociales progresistas. Otra amenaza que es vista con mucha preocupación es la apropiación y resemantización conservadora de los conceptos de Comercio Justo y Economía Solidaria, esto es su uso oportunista y aparente por parte de ciertos grupos empresariales, inclusive, ciertos gobiernos.

Proliferan, por otro lado, las oportunidades, comenzando por el crecimiento progresivo en América Latina del interés de ciudadanos y consumidores por lo “propio y lo étnico”, “lo biológico y lo natural”. Crecen pues en el propio continente mercados (o nichos de mercado) potencialmente favorables para el Comercio Justo y la Economía Solidaria, otrora sólo existentes en países del Norte. Son nuevos o potenciales mercados que, sumados a los ya existentes en el Norte, presentan un mapa cada vez más desafiante. Y es que el eje Sur–Sur forma parte desde hace unos años de la agenda estratégica de las organizaciones de Comercio Justo de América Latina.

Por su parte, el MERCOSUR es un proceso que empieza a adquirir cada vez más relevancia en la región, de la mano de un debate público favorable a la superación del sesgo mercantil que le dio origen. La Reunión Especializada de Cooperativistas y el Fondo Común Estructural del MERCOSUR constituyen oportunidades que ya están siendo abordadas por más de una red. Otras instancias de integración, como el ALBA o UNASUR, también aparecen como escenarios políticos que pueden ser aprovechados, cuanto menos indagados. Debe destacarse la importancia que, contra todo pronóstico, ha adquirido esta última instancia regional en el último año.

Según varios dirigentes del espacio INTER-REDES, existe hoy una ofensiva abierta dirigida a eliminar la producción campesina y la economía tradicional vía tratados de libre comercio y tratados bilaterales. Resulta, por lo tanto, estratégico para el movimiento de Comercio Justo y Economía Solidaria acercarse a otros movimientos sociales, tales como el agroecológico y el de finanzas solidarias, así como a experiencias de turismo alternativo. Y si bien hay, como se verá más

adelante, muchos avances en términos de articulación intra-movimiento, aun es incipiente el diálogo inter-movimientos.

Pero no todos los avances de la región en los últimos años provienen de la sociedad civil. Varios Estados latinoamericanos han configurado políticas y programas que incentivan o reconocen al Comercio Justo y/o a la Economía Solidaria (ver el recuadro).

En fin, estos esfuerzos tanto de la sociedad civil como de los gobiernos configuran el actual contexto latinoamericano en lo referente a la construcción de una alternativa al modelo económico dominante o, cuanto menos, la construcción de medidas complementarias, de compensación y complementariedad. Y en un contexto de crisis, dichas iniciativas sugieren cómo este continente se está preparando para un escenario económico a la vez globalizado y de alto riesgo.

### **3. Articulación de redes de organizaciones civiles**

---

Repasemos las principales experiencias de trabajo conjunto y coordinado a escala continental que incumben directa e indirectamente a organizaciones de Comercio Justo, analizando para ello brevemente el estado actual de cada una de ellas y sus avances más recientes.

**INTER-REDES.** Es un espacio emergente en América Latina que pretende fortalecer el proceso de articulación al interior y entre los distintos movimientos sociales de Economía Solidaria y Comercio Justo, así como fortalecer la participación latinoamericana en el movimiento global. Se trata de un espacio abierto, cuya construcción tomó inicio en junio de 2009 y que no pretende convertirse en una nueva estructura organizacional, sino más bien funcionar como un mecanismo de coordinación entre los actores ya existentes. Participan de esta experiencia: CLAC, EMS, RELACC, RELAT y WFTO-LA.

**CLAC** (Coordinadora Latinoamericana y Del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo). Ha realizado avances importantes en el fortalecimiento de redes nacionales y en el funcionamiento formal de algunas de ellas (México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Perú, Colombia). No obstante, se ha enfrentado a dificultades importantes debido a la competencia desleal por parte de las organizaciones que no pertenecen a CLAC y que comercializan bajo el Sello Fairtrade. El ingreso de plantaciones (fincas, haciendas o grandes extensiones de cultivos) y de multinacionales al sistema Fairtrade ha suscitado conflictos y debates.

**EMS** (Espacio Mercosur Solidario). Actualmente en etapa de consolidación. La Feria Atlántida, celebrada anualmente en Uruguay, se erige como un referente articulador impulsado por este espacio que ya camina hacia su décimo encuentro en el presente año, contando con un rol importante en el fortalecimiento de relaciones entre los países del Mercosur. La histórica Feria de Santa María, realizada a poca distancia espacial y temporal del Foro Social Mundial, constituye otro espacio de referencia para el EMS. Debe destacarse igualmente el papel importante que ha jugado esta instancia en el Primer Foro Social Mundial de Economía Solidaria, realizado el año pasado en el marco de los 10 años del Foro Social Mundial.

**RELACC** (Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria). Ha desarrollado una agenda diversa e intensa que incluyó varios foros regionales: Foro Social de Atacama, Foro Social Otra Economía es Posible, Encuentro de Economía Solidaria en Bahía Blanca, Encuentro Centroamericano, Encuentro México-EE.UU, Encuentro Andino de Turismo Alternativo, Encuentro Centroamericano de RELACC. En los últimos años, la agenda de esta importante red estuvo marcada por el Encuentro Latinoamericano RELACC y la puesta en funcionamiento de La Escuela de Economía y Asociación Comunitaria, tanto en Ecuador como en Colombia.

**RELAT** (Red Latinoamericana de Tiendas de Economía Solidaria y Comercio Justo, antes ELAT). Ha dado recientemente pasos fundamentales en su consolidación. Además de consolidar su organización y objetivos, ha formulado e iniciado la ejecución de un sistema de auto certificación.

**WFTO-LA**. Está caminando hacia el fortalecimiento regional, como parte de una estrategia general de WFTO Global basada en la descentralización. En América Latina, el Directorio Ejecutivo y la Secretaría Regional se han consolidado como instancias conductoras y articuladoras, contando, además, con una oficina Comercial. Y, en términos de articulación, es destacable el proceso de conformación de plataformas nacionales. Países como Ecuador, Perú y Argentina han logrado crear sus propias plataformas, generando así instancias en las que sus miembros coordinan sus acciones a nivel estatal.

Paralelamente, WFTO Global (la Organización Mundial del Comercio Justo a escala planetaria que reúne a las distintas ramas regionales) está actualmente inmersa en un proceso interno que tiene repercusión en varias organizaciones latinoamericanas, y cuyo desenlace afectará el movimiento global del Comercio Justo: se trata del diseño y desarrollo de un sistema de acreditación de Comercio Justo para entidades terceras, llamado SFTMS, que complementaría

al sistema de membresía vigente de WFTO. En su fase actual, esta herramienta está inmersa en un proceso participativo de diálogo, discusión y ejecución de experiencias piloto. WFTO-LA viene promoviendo al interior de su membresía intensas discusiones con miras a dar continuidad a la activa participación que viene desarrollando la región latinoamericana en las deliberaciones globales de WFTO.

#### 4. Procesos nacionales: políticas públicas y movimientos locales

---

Aunque las ventas han sufrido una importante disminución a raíz de la crisis desatada en 2008, afectando a miles de pequeños productores de toda la región, los últimos tres años fueron sin embargo fructíferos en diferentes países de América Latina en lo que respecta a la configuración de políticas públicas vinculadas al Comercio Justo y/o a la Economía Solidaria. La naturaleza de las mismas varía según el caso, desde aquellas que tienen un vínculo directo y explícito hasta otras que guardan una relación más indirecta con la temática. Algunas son de carácter estratégico, mientras que otras son complementarias. Ciertos países están impulsando programas ambiciosos, otros están en una etapa tímida e incipiente.

El siguiente cuadro ofrece una mirada general a escala continental en lo referente a este ámbito, plural y diverso, de las diferentes políticas públicas que podrían auspiciar mejoras en los distintos contextos nacionales.

País	Experiencias
Colombia	Se creó el Consejo Nacional de Economía Solidaria de Colombia (CONES), la Superintendencia de la Economía Solidaria, y el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria (DANSOCIAL)
Venezuela	Ministerio del Poder Popular para la Economía Comunal
Brasil	El día 17 de noviembre de 2010 constituyó un hito histórico en el desarrollo del Comercio Justo y solidario en Brasil: durante la reunión del Consejo Nacional de Economía Solidaria (CNES) se realizó en el Palacio Presidencial la sesión plenaria en la cual fue firmado el Decreto que establece un Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario (SCJS). Esta importante victoria para el movimiento de Comercio Justo y la Economía Solidaria en el país se convierte así en una referencia y una experiencia pionera en el mundo. Debe destacarse, asimismo, la promoción en este país de una (auto) certificación de Comercio Justo y Solidario

Bolivia	<p>Se crearon normas favorables a la Economía Solidaria en el Plan Nacional de Desarrollo, en la nueva Constitución del Estado, así como programas de compras estatales.</p> <p>El lanzamiento de una agenda de Economía Solidaria en Bolivia con activa participación del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural constituye, por otra parte, un hito fundamental de 2010</p>
Ecuador	<p>La Economía Solidaria fue incorporada en la nueva Constitución, creándose el Instituto de Economía Popular y Solidaria.</p> <p>En 2010, una carta de intenciones fue suscrita entre redes de Economía Solidaria del Ecuador y el Ministerio de Inclusión Económica y Social para avanzar en la instauración de una política pública de Economía Solidaria en Ecuador.</p> <p>Desde la sociedad civil, el MESSE se constituye como un actor protagónico en diálogo con el gobierno.</p> <p>Es sede de la Oficina Comercial de WFTO LA</p>
México	Ley de Promoción del Cooperativismo, a la que se ha sumado la propuesta de ley de promoción de la Economía Social
Argentina	Están en funcionamiento la Secretaría de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, el Ministerio de desarrollo Social, el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), el Fondo de Capitalización Social (FONCAP), el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y una Comisión de Economía Solidaria, Comercio Justo y Desarrollo Regional en el Consejo Consultivo de la Sociedad Civil de la Cancillería Argentina
Perú	Leyes de reconocimiento de las organizaciones sociales de base, Ley del artesano, Ley del cooperativismo y la reciente creación del Grupo de Trabajo Parlamentario “Cooperativismo y Economía Solidaria”
Paraguay	Elaboración del Plan Nacional de Desarrollo Social y del Plan de Desarrollo Económico con inclusión social. Sede Regional de WFTO-Latinoamérica
Guatemala	Existe una comisión interinstitucional de Comercio Justo Solidario que este año ha formulado el Plan Estratégico 2009 – 2013 para impulsar el Comercio Justo y la Economía Solidaria
Uruguay	<p>Promulgación de la Ley General de Cooperativismo que incluye por primera vez en un texto legal el concepto de Economía Solidaria.</p> <p>Experiencias de gobiernos locales con políticas de apoyo a la Economía Solidaria (casos de Canelones, Florida y Paysandú)</p>

## 5. Cuatro desafíos a modo de conclusión

---

A partir del mapeo realizado tanto de los actores como de los principales desafíos, resulta interesante destacar, a modo de conclusión, aquellos que resultan fundamentales en la actualidad, sin por ello querer agotar el espectro de posibilidades. Ponemos el acento en ciertas líneas estratégicas, resultantes todas de las argumentaciones precedentes.

Estas líneas prospectivas pueden clasificarse en cuatro grandes ejes, cada uno de ellos plausibles de un análisis específico dada la complejidad que entrañan. Éstos son: a) incidencia en políticas públicas nacionales y regionales; b) articulación entre organizaciones, redes y movimientos de Comercio Justo y Economía Solidaria; c) incremento de la comercialización; d) promoción de temas emergentes. Veamos cada uno de estos ejes por separado.

### **Incidencia en políticas públicas nacionales y regionales**

En el ámbito de las políticas públicas a nivel nacional, numerosos países latinoamericanos han dado, como hemos visto anteriormente, pasos muy importantes en esta dirección, aunque en niveles diferentes dependiendo de cada caso concreto (Ecuador y Brasil, por ejemplo, destacan positivamente). El balance no tiene, sin embargo, la misma valoración en lo que respecta a las políticas públicas a escala regional, las cuales aún se encuentran en una fase, por así decirlo, de acercamiento y diálogo (tal es el caso de la relación del EMS con el Mercosur, por citar solo un ejemplo).

Varias organizaciones y redes tienen entre sus objetivos estratégicos la incidencia, destinando recursos importantes a tal efecto. Si bien el Comercio Justo y la Economía Solidaria tienen una participación incipiente en las políticas públicas (aunque aún marginal, complementaria o compensatoria a las políticas económicas 'duras'), los logros obtenidos señalan, cuanto menos, dos hechos: una cierta rapidez, visible en algunos países, en la incorporación de esta temática en la agenda pública y, por otra parte, la vocación regional de esta incorporación. Son excepcionales los países que, desde el sector público, no acuñaron y adoptaron de alguna manera el concepto de Comercio Justo.

¿Serán políticas públicas compensatorias o, por el contrario, se erigirán realmente como estrategias de desarrollo económico alternativo? Esta pregunta señala el meollo de la cuestión.

## **Articulación inter-redes / dimensión política**

Los últimos años han sido prolíficos en la configuración de redes de organizaciones, a nivel tanto nacional como regional. Es una tendencia que, afortunadamente, se ha acentuado en América Latina, ampliando la perspectiva inter. Estas redes no sólo se encuentran y dialogan (en los múltiples foros que se suceden a lo largo del año, por ejemplo), sino que están empezando a configurar agendas colectivas. Aunque se trata aún de un proceso emergente, constituye una línea estratégica de enormes potencialidades.

El Comercio Justo y la Economía Solidaria aluden a un tema político complejo: cambios estructurales o reformas del modelo económico existente. La articulación de los diferentes actores, en los distintos niveles territoriales o en las distintas arenas políticas, representa una condición sine qua non para generar expectativas sobre ciertos cambios.

La articulación inter no se reduce al interior del movimiento (o de los movimientos) de Economía Solidaria y Comercio Justo, sino que implica también la articulación con otros movimientos sociales. Esto es aún muy incipiente, si bien está, afortunadamente, en la agenda de más de una red importante del continente.

## **Comercialización**

Este eje es sin duda sensible, pues buena parte de la motivación y energías –en sus diferentes sentidos– del movimiento pasa por la situación de las ventas. Los aspectos políticos, como los anteriormente desarrollados, no movilizan a todos de la misma manera. Miles de productores locales luchan por la supervivencia. La venta o no de sus productos son hechos que definen, sino esta supervivencia, al menos la calidad de vida inmediata.

Y la sensibilidad del tema pasa también por el hecho de que la disminución de las ventas, principalmente de artesanías, viene en aumento, empujando a las organizaciones a buscar nuevos nichos de mercado o nuevas estrategias de promoción. Esta realidad invita a todo el movimiento de Comercio Justo a reflexionar, si no a cuestionarse, sobre sus sustentos teóricos y prácticas comerciales como alternativas para superar la pobreza, los cuales no están logrando evitar que miles de productores se queden sin trabajo debido a la disminución o suspensión definitiva de las compras. Dicha realidad también pone de manifiesto la fragilidad del mercado alternativo y su dependencia del mercado convencional.

Varias redes, entre ellas WFTO-LA, ejecutan proyectos cuyo principal objetivo es el incremento de la comercialización. Hay experiencias interesantes en el diseño de nuevos mercados, la participación articulada de organizaciones en ferias internacionales y el desarrollo de relaciones de comercialización Sur-Sur.

## Temas emergentes: valorización cultural

Recientemente, en la Asamblea General realizada en Mombasa (Kenia, mayo de 2011), y a raíz de una propuesta de nuestra filial latinoamericana, WFTO Global ha incorporado la dimensión cultural en su tercer estándar –relativo a las Prácticas Comerciales- a través del siguiente texto: “El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como se refleja en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados”. De esta forma, el Comercio Justo (o al menos esta red mundial) asume, entre sus diversos criterios, la promoción de las identidades locales.

Se requeriría un artículo específico para desarrollar este tema concreto. Queremos simplemente destacar el logro que supone este paso dado por WFTO, así como el desafío que tiene ahora WFTO-LA por delante, en su calidad de promotora de esta propuesta que, aunque aprobada, se encuentra aún en una fase piloto. Numerosas organizaciones miembro vienen trabajando, desde hace tiempo, la dimensión cultural del Comercio Justo, por lo que no se trata sólo de diseñar nuevos mecanismos, sino de recuperar o capitalizar prácticas ya existentes. Para América Latina, continente marcado por la diversidad cultural, este eje resulta fundamental.



Coordinadora Estatal de Comercio Justo  
C/ Santísima Trinidad, 30 1º 8 28010 Madrid  
91 299 38 60 [estudios@comerciojusto.org](mailto:estudios@comerciojusto.org)  
[www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)