

## Desafíos de la coordinación del Comercio Justo a escala europea

**Natália Leal**

Coordinadora de la rama europea de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO-Europe)



Seguro que el lema "juntos somos más fuertes" nos resultará familiar a la mayoría, incluso una obviedad. No debería pues sorprendernos constatar que el movimiento del Comercio Justo también haya avanzado en esta dinámica unitaria. Y lo ha hecho en el marco de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO), una organización internacional creada en 1989 y que incluye a actores de toda la cadena de suministro comercial. Pero la gestión de un movimiento tan plural y diverso no siempre resulta fácil.

A finales de la década de 2000 los distintos miembros de WFTO comenzaron a crear sus propias organizaciones regionales, que por lo general venían a cristalizar una práctica informal acumulada de trabajo en red regional durante varios años. Fue así como nació, en 2007, WFTO-Europe, la rama europea de WFTO. Desde entonces, nuestra misión se ha centrado en apoyar y promocionar los valores del movimiento del Comercio Justo y de WFTO, así como coordinar la red europea formada por todos sus miembros, defendiendo sus intereses, tanto dentro como fuera de la familia WFTO. Aunque todas las ramas regionales de WFTO comparten la misma visión y objetivos finales (un mundo en el que las estructuras y prácticas comerciales se hayan transformado sustancialmente para favorecer a las y los

pequeños productores y promover el desarrollo sostenible y la justicia social), está claro que los métodos específicos o las herramientas disponibles (o más eficientes) en África, Asia y Europa, sólo por poner un ejemplo, no son las mismas.

Basándose tanto en los aspectos comunes como en las especificidades de cada organización, WFTO-Europe ha centrado sus esfuerzos en acercar entre sí a los distintos miembros europeos de WFTO y en multiplicar su impacto colectivo. En concreto, durante los últimos años WFTO-Europe se ha centrado en las siguientes áreas:

- a) representar los intereses de sus miembros, tanto dentro como fuera de la familia WFTO
- b) promover el Comercio Justo (principalmente a través de campañas de sensibilización social e incidencia política)
- c) fortalecer la organización y el movimiento del Comercio Justo

Coordinar el trabajo en estas tres áreas, consiguiendo además que participen todos los miembros europeos, representa sin embargo un reto considerable. Los siguientes apartados presentan los cuatro principales desafíos identificados a los que se enfrenta la coordinación europea del Comercio Justo y, más concretamente, WFTO-Europe. Como veremos, en ocasiones nos remiten a desafíos compartidos por el conjunto del movimiento del Comercio Justo europeo.



Foto: IDEAS

## 1. Los actores: gestionar la pluralidad desde la inclusividad

El primer reto lo constituye la necesidad de combinar inclusión y diversidad. Trabajar juntos desde visiones y realidades diversas. WFTO-Europe busca incluir a la mayor cantidad posible de actores realmente comprometidos con la defensa y promoción del Comercio Justo. Actualmente cuenta con cerca de 90 miembros, ya sean plataformas y redes nacionales, importadoras, distribuidoras o minoristas, así como algunas tiendas y personas a título individual. Estos miembros representan una buena parte de la (corta) cadena de suministro del Comercio Justo (dado que por el momento no hay productores de Comercio Justo localizados en Europa). Si tenemos en cuenta su ubicación diferenciada en esta cadena de suministro y sus tamaños dispares, por no hablar de que en la actualidad provienen de 16 países europeos diferentes, es fácil comprender que cada miembro llega con una cultura empresarial y una visión del Comercio Justo propia, así como objetivos e intereses distintos. Coordinar un movimiento que pretende incluir a todos estos actores exige de partida reconocer y abrazar esta diversidad, aunque no siempre resulte tan obvio o

**Coordinar internamente el Comercio Justo y coordinarse con otros actores cercanos**

sencillo para cada miembro ponerse en el lugar o simplemente entender la posición del resto.

Pero este desafío no se limita a su vertiente más interna. Coordinar el movimiento europeo del Comercio Justo también significa tratar de estrechar vínculos y relaciones con otros actores (sindicatos, otros movimientos sociales y ONG, etc.) que, desde otros espacios, comparten nuestros valores fundamentales, ya sea para establecer alianzas estables o para denunciar a los principales responsables del injusto sistema comercial convencional. Aunque no pertenezcan directamente al ámbito del Comercio Justo, estos otros actores cercanos deberían ser objeto de toda nuestra atención, ya que conseguir converger con ellos puede ser clave para alcanzar nuestros objetivos de justicia comercial.

## 2. Posicionamiento: alcanzar una agenda de mínimos común

En segundo lugar, pero directamente relacionado con el punto anterior, tenemos un reto en cuanto al contenido. Las organizaciones que conforman la amplia “familia WFTO” comparten los mismos valores y visión general sobre el Comercio Justo. Sin embargo, cuando entramos en detalle, esta misma diversidad de actores lleva aparejada una diversidad de intereses y prioridades. A la hora de tratar de garantizar la coherencia con los valores globales, WFTO-Europe se encuentra ante el reto de articular estos intereses

diversos para poder definir prioridades y posicionamientos comunes a nivel europeo, ya sea en torno a las problemáticas a las que se enfrenta el movimiento del Comercio Justo en general, o para responder a las discusiones en el seno de WFTO a nivel extra-europeo. Se trata pues de un desafío de coordinación de **intereses multi-nivel**, al que se añade la necesidad de definir prioridades a escala regional que no entren en conflicto con el enfoque global.

En los últimos años hemos tenido un buen ejemplo práctico de este desafío en torno al ámbito de la **incidencia política**. La mayoría de los miembros europeos están de acuerdo en el papel crucial que ésta juega como herramienta clave para cambiar las normas comerciales existentes y promover una mayor justicia en el comercio internacional. Esto llevó a que WFTO-Europe incluyese el trabajo de incidencia entre sus principales prioridades, abarcando tanto las políticas comerciales como las inversiones financieras. Pero aunque entre los objetivos de WFTO a escala mundial se recoge esta línea estratégica de trabajo, en la práctica la incidencia política no se valora de la misma manera en otras regio-

## *Incidencia política para transformar las injustas reglas del comercio internacional*

nes y por parte de otras ramas continentales de WFTO. Así pues, WFTO-Europe se enfrenta a la necesidad de impulsar una línea estratégica propia a nivel regional que sea a la vez coherente y sumatoria con los objetivos y la visión de WFTO a nivel mundial, y complementaria con las prioridades de otras regiones y ramas de WFTO.

Por último, debe hacerse un esfuerzo por "escuchar". Escuchar las preocupaciones y posiciones de los miembros, pero también ser conscientes e integrar las problemáticas más generales y discusiones que desbordan nuestro ámbito de trabajo pero pueden tener un impacto decisivo en el Comercio Justo. Parte del papel de WFTO-Europe es precisamente asegurar que este "cuadro completo" se refleje en la medida de lo posible en sus decisiones y posicionamientos, lo que nos lleva de nuevo al asunto anterior de la inclusividad: las

Foto: IDEAS



y los campesinos y trabajadores de los países empobrecidos, destinatarios últimos y originales del trabajo del Comercio Justo y de WFTO-Europe, son precisamente los únicos actores de la cadena comercial que no están representados oficial y directamente en WFTO-Europe. Una paradoja que es también un desafío.

### 3. El proceso interno: la dialéctica entre participación democrática y eficiencia

Un tercer grupo de retos nos remiten al proceso del trabajo mismo de coordinación, esto es: cómo y cuándo se discuten y definen las principales demandas y prioridades del movimiento europeo (y mundial) del Comercio Justo. Ya se trate de una importadora, una red de tiendas o una plataforma estatal de organizaciones, cada miembro de WFTO-Europe tiene su propia actividad, a la que destina la mayor parte de sus energías y trabajo diario. Es de suponer que la coordinación y la orientación estratégica a escala internacional del Comercio Justo no encabezarán siempre sus listas de prioridades. Es labor de WFTO-Europe generar espacios de discusión ágiles y productivos para sus organizaciones miembro que no interfieran demasiado con su actividad cotidiana. Si bien las asambleas anuales y los encuentros a escala mundial y europeo ofrecen un espacio único para compartir puntos de vista y posiciones sobre temas específicos, son demasiado infrecuentes para generar una reflexión permanente y dinámica que responda a las demandas y ritmos del momento.

Herramientas de comunicación más habituales, como reuniones físicas y virtuales, boletines de noticias, e-mails o incluso redes sociales, pueden ayudar a crear una interacción más regular entre los miembros. En cualquier caso, aunque el movi-

miento del Comercio Justo en general se caracteriza por su elevado nivel de actividad, existe una diferencia considerable en el grado de compromiso de cada miembro en este proceso de debate y toma de decisiones, ya sea por falta de tiempo o de recursos humanos o financieros. Esto se traduce en una participación desigual, que en ocasiones conlleva un interés también dispar. Mientras que algunos miembros participan regularmente, otros sólo lo hacen en ocasiones puntuales, por lo general en el marco de eventos anuales destacados, y otros de forma incluso aún más irregular.

#### *El consenso como ideal, pero sin llegar a ser paralizante*

Dentro de este mismo ámbito, existe otro desafío relativo al proceso de toma de decisiones. En organizaciones democráticas, como lo son WFTO y WFTO-Europe, el consenso es siempre el método preferido de toma de decisiones. Esto se traduce en un esfuerzo considerable por discutir las temáticas y promover soluciones comunes. Sin embargo, por razones prácticas, a menudo es necesario recurrir a votaciones para desencallar el debate, lo que siempre es fuente potencial de descontento para aquellos miembros que defendían una opción distinta a la decisión alcanzada de forma mayoritaria. Cualquier movimiento con vocación de ser masivo y popular tiene que aceptar que el principio democrático de 'un miembro, una voz, un voto' conlleva una tensión inherente entre diversidad y necesidad de adoptar decisiones de manera eficiente, lo que implica que, en ocasiones, no todas las opiniones podrán prevalecer, especialmente cuando la mayoría (deseablemente lo más amplia posible) se incline por una dirección diferente.

#### 4. Recursos: conjugando expectativas y realidad

En fin, aunque no por ello menos importante, no podemos olvidar otro tipo de desafíos de carácter más profano y realista: los recursos disponibles para responder a las expectativas creadas. El mero nombre de “sección europea de la Organización Mundial del Comercio Justo” despierta por sí solo bastante expectación entre miembros, otros actores relevantes y público en general. Sin embargo, al igual que ocurre con muchas otras organizaciones de Comercio Justo, WFTO-Europe se encuentra actualmente sometida a una importante restricción presupuestaria, especialmente agravada en estos momentos de crisis, que dificulta la dinamización de esta red de entidades y la ejecución de diversos proyectos. Valga un recuento de los recursos humanos disponibles para dar una idea de esta realidad: básicamente un Consejo de Administración formado por siete personas que trabajan de manera voluntaria y un equipo técnico muy reducido.

#### **Aterrizar las expectativas a los recursos disponibles en tiempos de crisis**

Resulta pues complicado reunir el conocimiento, experiencia y medios necesarios para responder a todas las expectativas creadas; en ocasiones simplemente imposible. Así que, de nuevo, las prioridades deben entrar en juego, poniendo especial énfasis en la recaudación de fondos y en la gestión eficiente de los recursos humanos y financieros existentes. Dado que las contribuciones anuales de las organizaciones miembro no son suficientes para cubrir los gastos básicos de funcionamiento y que un aumento de las mismas sería impensable en la actual situación económica, la viabilidad de esta coordinación europea de Comercio Justo depende de encontrar subven-

ciones y donaciones regulares. En cualquier caso, todo lo anterior invita a ajustar a la realidad de los recursos disponibles el nivel de ambición y expectativas exigido a WFTO-Europe, lo cual no siempre resulta obvio para todos sus miembros.

#### **Conclusión: juntando fuerzas para ser más fuertes**

Inclusividad, diversidad, colaboración, coherencia, coordinación a distintos niveles, pensamiento estratégico, participación, consenso, gestión eficiente de los recursos disponibles. Todos ellos elementos clave que intervienen transversalmente en los distintos desafíos a los que se enfrenta actualmente la coordinación de una red europea de Comercio Justo. Aunque a veces a un ritmo más lento de lo deseado, hasta el momento WFTO-Europe ha trabajado exitosamente en el impulso de un comercio más justo, proporcionando orientación estratégica y política, y creando las condiciones para el trabajo en red de sus miembros, entre sí y con otras organizaciones de la sociedad civil y administraciones públicas. Frente a la tentación permanente de mantenernos encerrados en nuestros propios asuntos cotidianos, WFTO-Europe busca ser un vínculo con el cuadro completo, con los miembros de otros países (y algunas veces de otros continentes), con personas donantes y simpatizantes, con organizaciones no gubernamentales y con las instituciones.

#### **Necesitamos mirar el cuadro completo y establecer alianzas**

La fortaleza del movimiento del Comercio Justo se basa en compartir objetivos comunes y en su apuesta por la solidaridad, pero también en su compromiso por trabajar de manera conjunta y coordinada. Juntando fuerzas para ser más fuertes. ●