

Universidad Córdoba
Cátedra de Cooperación al Desarrollo

Asignatura: Introducción a la Cooperación al Desarrollo (2010/2011)

Profesores: Teresa González-Caballos Luna y Javier de Prado

Trabajo de investigación:

**El Comercio Justo y las transnacionales –
¿una colaboración perjudicial?**

Autor: Lukas Decker

Fecha: 9 de febrero 2011

Índice

I	Introducción	Página 1
II	La parte principal	2
1.	Una breve introducción de la división del Comercio Justo	2
1.1	El surgimiento del conflicto	2
1.2	“Ser el instrumento”: la estrategia aperturista	2
1.3	“Ser el símbolo”: la estrategia estructuralista	3
2.	El Comercio Justo de 100% y la GEPA	4
3.	La problemática: el Comercio Justo y los actores convencionales	6
3.1	El Comercio Justo y los supermercados	6
3.1.1	La imagen de los supermercados	6
3.1.2	El alejamiento de los pequeños agricultores	7
3.2	Propuesta para la colaboración con supermercados	7
3.2.1	Nuevos criterios para salvar la imagen del Comercio Justo	7
3.2.2	Prevenir el alejamiento de los pequeños agricultores	8
3.3	El Comercio Justo y las transnacionales	9
3.3.1	La reputación de las transnacionales	9
3.3.2	La situación de alta concurrencia para los peq. agricultores	12
3.4	Propuesta para la colaboración con transnacionales	13
3.4.1	Nuevos criterios para salvar la reputación del Comercio Justo	13
3.4.2	Regular la relación entre las transnacionales y las cooperativas	15
3.4.3	Establecer un fondo de compensación p. los peq. agricultores	16
III	La conclusión	19
	Bibliografía	21
	Índice de abreviaturas	22
	Apéndice	22

I Introducción

Con este trabajo he tratado un tema importante y de gran actualidad dentro del movimiento del Comercio Justo (CJ). Como he escrito en la introducción temática del capítulo 1, el tema de mi investigación aborda la problemática que surgió, especialmente, tras la apertura de *Fairtrade Labelling Organizations* (FLO) hacia las grandes empresas como Nestlé o Starbucks y tras la primera colaboración de diferentes actores del CJ con puntos de venta convencionales como algunas cadenas de supermercados. Esta situación ha generado a una división entre los actores diferentes del CJ, lo que impide en muchos casos poder combinar los esfuerzos que hay dentro del movimiento y además quedan muchas preguntas importantes sin resolver. Enfocándome en las repercusiones que tiene esta nueva situación para, por un lado, la imagen del CJ y, por otro lado, para las cooperativas de pequeños productores en el Sur, me he planteado la pregunta: ¿Cómo puede existir un compromiso entre los actores opuestos y cuál medidas se deberían tomar para encontrar respuestas adecuadas a las cuestiones esenciales que han surgido en los últimos años¹?

Para elaborar posibles propuestas para enfrentar la situación problemática, he hecho lo siguiente: después de haber organizado mis propias ideas y haber resumido las principales responsabilidades del “CJ de 100%” en capítulo 2, he apoyado mis propuestas con los argumentos de, principalmente, dos estudios:

1. “El futuro del Comercio Justo (Schaber, van Dok, 2008) publicado en Caritas-Verlag Suiza
2. “Los Sellos y Sistemas de Garantía para el Comercio Justo. Compra responsable. (Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009) publicado en Icaria Editorial, S.A. .

Después, he hecho algunas entrevistas y encuestas cualitativas con distintos actores del CJ.

Para obtener una vista amplia y crítica sobre mi tema de investigación, he elegido, a propósito, actores conocidos por sus posturas diferentes y opuestas. Ellos me han expresado sus puntos de vista diferentes en cuanto a la problemática y en cuanto a mis propuestas, que básicamente son: establecer nuevos criterios y requisitos fijos para la colaboración con actores convencionales y crear un fondo de compensación para las cooperativas del CJ.

Como este tema es tan complejo y amplio, he intentado hacer un primer acercamiento a la temática que me interesa. Teniendo esto en cuenta, así como el tamaño limitado de este trabajo, la parte del análisis es decir la conclusión al final de la investigación, puede ser profundizada y concretizada más en un futuro estudio.

¹ De gran importancia es, por ejemplo, la pregunta ¿cómo se puede prevenir en el futuro que las pequeñas cooperativas de pequeños productores en el Sur sean expulsadas del mercado del CJ?

II La parte principal

1. Una breve introducción de la división del Comercio Justo

1.1 El surgimiento del conflicto

(cf.: EFTA, 2006; Raschke, 2010; Schaber, van Dok, 2008: 50-55; Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 34-39) El movimiento del Comercio Justo (CJ) surgió después de la 2da Guerra Mundial en Europa e Estados Unidos y fue en sus principios un movimiento solidario y alternativo. Diferentes grupos sociales en el Norte, especialmente personas con un trasfondo de las iglesias o provenientes del espectro político anticapitalista e ecologista, quisieron plantear una alternativa concreta al sistema del comercio mundial y luchar contra la pobreza existente en los países del Sur. Su slogan fue, en general, “(Fair) Trade – not Aid”² y sus dos motivos principales: por un lado ayudar a y facilitar la entrada de pequeños campesinos y pequeños productores desfavorecidos en el mercado mundial y por otro lado luchar al mismo tiempo por un sistema global más justo. Con el tiempo, los actores empezaron a terminar sus posturas distinguidas en cuanto a lo que debería ser el CJ y cómo este movimiento solidario debería desarrollarse en el futuro. Se formaron, dicho de manera generalizada, dos corrientes diferentes que pueden ser distinguidas en *la estrategia aperturista* y *la estrategia estructuralista* (vinculada con *la estrategia de denuncia y presión política*) (cf.: Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 34-39) que son descritas brevemente más abajo. Esta disputa conceptual sigue hasta hoy día y a partir de los años 90 se ha profundizado. El desencadenante de la división profunda actual, o sea el acelerador y amplificador de la primera disputa conceptual, fue a partir de los años 90 la creciente importancia de la *estrategia aperturista* impulsada especialmente por Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

1.2 “Ser el instrumento”: la estrategia aperturista

Esta corriente tiene como meta principal ampliar los volúmenes de venta de productos del CJ para poder ayudar así mejor a los pequeños productores en el Sur. Ve el sistema global existente de manera crítica, pero no quiere substituirle completamente, sino más bien ser el *instrumento* (Raschke, 2010) para un cambio de las reglas injustas como las subvenciones dañosas y los aranceles discriminantes. Esta estrategia es llamada *aperturista* (Cuéllar, M.; Reint-

² Con referencia a la United Nations Conference on Trade and Development (Delhi, 1968).

Hay que tener en cuenta que en esta época una *Cooperación* al Desarrollo como hoy día no existía todavía; los programas de ayuda se limitaron en la mayor parte a envíos de alimentos.

jes, C., 2009: 34) porque colabora con diversos actores convencionales como empresas transnacionales y diferentes cadenas de supermercados para lograr un fuerte *crecimiento* de los volúmenes de venta de los productos del CJ. Tiene como base principal el sello Comercio Justo de FLO para poder colaborar con estas entidades convencionales (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 34-35). Su argumentación es que hay que reducir rápidamente la gravedad de situaciones de exclusión y precariedad de gran parte de los pequeños agricultores en el Sur (Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 34). Opina que la demanda creciente en el Norte representa ya un ataque al sistema actual porque muestra que el comercio mundial puede funcionar también sin explotación social y medioambiental (Schaber, van Dok, 2008: 16-17). Espera que mayores cuotas del CJ en el mercado internacional ejercerán una presión sobre los actores protagonistas como las transnacionales. Así ve muy positivo que, por ejemplo, en Suiza el consumo de plátano de CJ ya representa el 55% del consumo total de esta fruta en el país o el compromiso fuerte que Starbucks tiene con el sello FLO (cf.: Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 34-35).

1.3 “Ser el símbolo”: la estrategia estructuralista

La otra corriente, por su parte, quiere representar una alternativa radical al sistema existente y intenta ser el *símbolo* (Raschke, 2010) por este otro sistema más justo. De esta manera, rechaza generalmente una participación en el sistema mundial existente. Tiene más bien como objetivo, al largo plazo, la sustitución del sistema global existente empezando con la abolición de las grandes organizaciones multilaterales como el FMI, el BM y el OCM (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 50-52). Según Cuéllar, M. y Reintjes, C. (2009: 36) esta corriente se basa en el paraguas de la Economía Alternativa y Solidaria que intenta cambiar la cadena de producción - comercialización - consumo completamente con el objetivo de hacer desaparecer, a través de un cambio radical en el consumo, los actuales representantes de este sistema mundial injusto. La lógica de esta corriente fue y sigue siendo “mejor poco y profundo que mucho y superficial (Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 37)” y así se opuso a la idea de crecimiento y negó la colaboración con actores convencionales como supermercados para aumentar los volúmenes de venta (Raschke, 2010).

En el capítulo 3 se tratará más detallada la problemática de la colaboración de FLO con actores convencionales como las transnacionales y cadenas de supermercados.

2. El Comercio Justo de 100% y la GEPA

(cf.: Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 27-40; Schaber, van Dok, 2008: 50-55:) Con este subcapítulo quiero destacar algunos puntos que el CJ de 100% hoy día debería cumplir. Para mí es fundamental que los actores diferentes del CJ tienen como objetivo cumplir los tres siguientes desafíos: crecer más en volumen de venta, fortalecer los cambios profundos en el Sur (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 57) y luchar contra las reglas injustas del sistema consumista y neoliberal actual³. En otras palabras, y con referencia a la publicación de Cuéllar y Reintjes (2009: 34-39), el objetivo por cada actor del CJ debería ser encontrar un equilibrio entre *la estrategia aperturista*, *la estrategia estructuralista* y vinculada a esta última *la estrategia de denuncia y presión política*. El CJ de 100% se diferenciaría así claramente del Comercio Ético que se concentra sólo en códigos de conducta éticos al nivel social y medioambiental pero no incluye herramientas de cooperación al desarrollo y tampoco intentos para cambiar estructuras injustas en el sistema mundial. El movimiento del CJ se beneficiaría mucho si los actores opuestos encontraran un compromiso entre ambas principales corrientes opuestas para poder seguir hacer un frente común en el futuro. Con vistas a las consideraciones de algunos estados europeos o la Unión Europea para regular a nivel estatal los criterios del CJ⁴ (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 95-101), debiera darse un previo acercamiento entre los actores opuestos, como WFTO y FLO, lo que daría una postura negociadora más fuerte al movimiento del CJ en las posibles negociaciones futuras.

Para abordar un ejemplo concreto de un actor del CJ de 100%, resumiré aquí algunas características principales de la GEPA, que es la importadora del CJ o sea “la casa del CJ” más grande del mundo (Krier, 2008: 75) y que se compromete “activamente al Comercio Justo al 100 por ciento” (GEPA, 2011a). La GEPA fue uno de los actores más importantes en Alemania para hacer crecer el movimiento del CJ y está reconocida hoy día por ambas corrientes opuestas: por un lado, colabora con FLO dejando certificar una parte de sus productos con este sello y vendió un 11,04% (en 2009/2010) de sus productos en comercios al por mayor como diferentes cadenas de supermercados. Por otro lado, con un 41,39% (en 2009/2010), vende la mayor parte de sus productos en tiendas de mundo (sea del CJ) y grupos de acción (cf. GEPA, 2011b). La GEPA sabe hacer el *spagat* (equilibrio) entre ambas corrientes principales y entre los tres desafíos mencionados más arriba, como muestran sus objetivos principales siguientes:

³ Aquí son de gran importancia las campañas de sensibilización para los consumidores en el Norte así como el trabajo en redes para alcanzar una mayor presión política en las instituciones nacionales e internacionales.

⁴ Al nivel de la UE ya existe una certificación unitaria para productos agrícolas ecológicos

- “El fomento de productores perjudicados del Sur (GEPA, 2011b)”. La GEPA tiene cerca de 150 socios comerciales en unos 40 países de África, América Latina y Asia. Prefiere productores que “pertenecen a clases suprimidas y discriminadas y solamente tienen posibilidades deficientes para comercializar sus productos de otro modo. Se deben tomar en cuenta las mujeres especialmente a este respecto; que viven en regiones rurales o apartadas; que se han asociados en organizaciones de autoayuda [...] (GEPA, 2011c)”. Sus relaciones con los socios contienen, aparte de los principios típicos del CJ, también diferentes herramientas de cooperación al desarrollo como el asesoramiento técnico y la promoción de la agricultura orgánica (cf. GEPA, 2011b). Así la *profundización* de las buenas repercusiones, que el CJ puede tener para los productores marginalizados en el Sur, es de gran importancia para la empresa.
- Como las cifras de negocio de la GEPA han crecido muchísimo en los últimos años, alcanzando un volumen de ventas de 54,4 millones € en 2009/2010 (GEPA, 2011b), la empresa tiene también como objetivo un *crecimiento* sostenible. Está a favor de que el CJ se establezca en el “mainstream” (cf.: Fütterer, 2011: mp3 3.25 – 3.41 min.) y con la colaboración con algunos actores convencionales, como diferentes cadenas de supermercados, opta de manera prudente también a la *estrategia aperturista*.
- Con diferentes campañas públicas y de sensibilización intenta cambiar el comportamiento de compra de los consumidores en el Norte y con su participación en diferentes redes importantes del CJ, como la WFTO o el Fair Trade Advocacy Office, tiene además como objetivo “el fomento de *cambios estructurales* en el comercio internacional por medio de actuaciones de presión y presión política” (cf. GEPA, 2011b). De esta manera la GEPA también puede denominarse como actor de la *estrategia estructuralista* así como de la *estrategia de denuncia y presión política*.

¡Este ejemplo muestra que un actor tan importante del CJ como la GEPA (la casa de CJ más grande del mundo) sí puede alcanzar el **equilibrio** entre las diferentes pretensiones del movimiento del Comercio Justo mientras sigue representando el CJ de 100%! ⁵

⁵ No quiero descartar de que haya también otros actores en países diferentes, como por ejemplo otras casas del CJ, que también pueden alcanzar este equilibrio.

3. La problemática: el Comercio Justo y los actores convencionales

3.1 El Comercio Justo y los supermercados

3.1.1 La imagen de los supermercados

Desde los años 90 se venden también productos del Comercio Justo en los supermercados de diferentes países occidentales (Schaber, van Dok, 2008: 34-35). La mayor parte de ellos es certificada por FLO y distribuida en estantes diferentes entre los productos convencionales (pero hay también excepciones como el caso de los productos de la GEPA que tiene en los supermercados un propio estante y de esos productos sólo algunos tienen el certificado de FLO). Por otro lado existen también actores como algunas importadoras del Comercio Justo como DWP o El Puente en Alemania o Ideas en España que niegan completamente la venta de sus productos en los supermercados. Opinan que también los (grandes) supermercados representan los actores del actual sistema injusto y consumista (cf. Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 36-37). Su venta se limita básicamente a tiendas del Comercio Justo, grupos solidarios y algunas cafeterías.

De cualquier manera la colaboración de FLO con los supermercados de discount como Lidl en Alemania ha provocado mucha crítica o por lo menos escepticismo entre los actores del Comercio Justo (Krier, 2008: 77). Son especialmente estas cadenas de discount las que son conocidas por su estrategia de “dumping”, bajando los precios lo más posible al costo de sus suministradores y productores. Además como muestra el ejemplo de Lidl este tipo de supermercado suele ser más susceptible por tratar a sus empleados de manera irrespetuosa (Krier, 2008: 57). Aunque en el Norte las condiciones de trabajo están reglamentadas, ejemplos como el mencionado, muestran que especialmente en las tiendas-discount las condiciones laborales pueden también ser precarias en el Norte (cf. también: Schaber, van Dok, 2008: 24-25). Así, casi todos los actores del Comercio Justo están de acuerdo con la estimación que esos supermercados venden los pocos productos certificados por FLO primeramente para la mejora de su imagen. Vicente Gonzáles de ETEA también lo ve así y señala que el CJ pierde así una parte de su pureza, pero destaca, por otro lado, que se avanza así el objetivo del CJ: ayudar a los productores perjudicados en el Sur (cf.: Gonzáles, 2011: mp3 10.19 -11.50 min.).

3.1.2 El alejamiento de los pequeños agricultores

Otra problemática que resulta de la colaboración de supermercados con el Comercio Justo es el giro hasta las (grandes) plantaciones certificadas por FLO: los supermercados tienen altos requisitos en cuanto al margen, la puntualidad así como la calidad de los productos, los cuales los pequeños agricultores prácticamente no pueden cumplir. Así las cadenas de supermercados prefieren generalmente más productos certificados provenientes de grandes plantaciones. Como los plátanos pueden crecer en pequeños sistemas agroforestales, pero también en grandes plantaciones, los pequeños agricultores muchas veces no pueden vender sus productos a las cadenas de supermercados (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 48-49). Sin embargo y paradójicamente, como lo constata también Andrea Fütterer, responsable del departamento de principios políticos de la GEPA, la colaboración con los supermercados ha sido un gran deseo de los pequeños productores en el Sur, especialmente de los productores de café. Así según ella, la entrada del CJ en el “mainstream”, la colaboración con los supermercados, no fue el problema, sino la manera como se hizo, esto es sin criterios fijos. Para ella la entrada en el “mainstream” ha sido necesaria porque sólo con la venta en las tiendas del CJ no se podía lograr nada (Fütterer, 2011: mp3 3.30 – 4.22 min.).

3.2 Propuesta para la colaboración con supermercados

3.2.1 Nuevos criterios para salvar la imagen del Comercio Justo

(cf. también: Schaber, van Dok, 2008: 146-147) Desde mi punto de vista el CJ, y especialmente FLO, debería ampliar más sus criterios también hasta los actores en el Norte, lo que podría prevenir la colaboración con cadenas de supermercados que muestran tendencias de explotación de sus empleados y que tienen la práctica del “Dumping” como propia estrategia. Hay la necesidad de establecer algunos criterios para elegir a los supermercados. Hay que distinguir entre los tipos y marcas diferentes: como supermercados ecológicos y otras de pequeña superficie, supermercados “normales” como Rewe en Alemania o Carrefour en España y los supermercados de discount como Lidl (cf.: Reintjes, 2011: Pregunta 7). Aunque es de gran importancia el incremento de la venta de productos del CJ para ampliar las buenas repercusiones del CJ en el Sur, hay que encontrar un equilibrio entre la idea del crecimiento y la protección de la imagen del CJ.

En cuanto a este punto me planteé la siguiente pregunta para la entrevista/ encuesta:

¿Si el Comercio Justo ampliara sus criterios a los supermercados en el Norte (pago digno para los empleados, no a los precios de dumping,...) y exigiera de ellos un compromiso con

la idea del Comercio Justo, usted estaría de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo (sean con sello o no) en estas entidades?

Los supermercados tuvieran que tener también ciertos criterios para que una cadena como Lidl en Alemania no pueda participar en el CJ sin tener un plan de desarrollo estricto para cumplir con algunas reglas importantes (Fütterer, 2011: mp3 4.20 – 5.15 min.) [...]. Es muy problemático que los supermercados estén transformándose más y más en los actores más poderosos del mercado y que practiquen, muchas veces, el así llamado dumping. Te repito son problemas grandes que tienen que ser arreglados a nivel legislativo [...] (Fütterer, 2011: mp3 6.13 – 7.40 min.).”

De manera parecida, argumenta también el/la representante de Alternativa 3:

“Sí, totalmente de acuerdo, si fuera así [los criterios del CJ ampliados hasta los supermercados]. Estoy de acuerdo siempre que haya una supervisión y control de los criterios y una verdadera participación del productor (Alternativa 3, 2011: Pregunta 7 y 8).”

Andrea Fütterer también destaca otra repercusión muy importante al nivel político que tiene que ver con el fuerte crecimiento de productos de FLO en los últimos años, lo que resulta también gracias a la colaboración con supermercados:

“Aparte de la importancia del crecimiento de los volúmenes de venta para los pequeños productores en el Sur, el incremento de la venta también conlleva otro aspecto importante: en el caso de Alemania el CJ ha llegado a la agenda política estatal en los últimos años, sobre todo, gracias al boom de los productos de FLO. Si el CJ hubiera quedado sólo en tiendas de CJ, la importancia política de este tema seguramente no habría sido tan alto como es hoy en día en Alemania. Hay que admitirlo, aunque personalmente no me gusta que sea a partir de este crecimiento especial que el tema sea por fin tratado en el ámbito político (Fütterer, 2011: mp3 16:10 - 17:54 min.).”

Por otro lado, hay también voces que dicen, que no sólo una buena imagen del supermercado y el cumplimiento de ciertas reglas son los únicos indicadores que deben tenerse en cuenta. Así Mayte Hernández Merino menciona también la importancia del tamaño que tiene el supermercado en cuestión:

“También dependería del formato de los supermercados. No es lo mismo un supermercado ALCOOP (cooperativa cordobesa que tiene pequeños supermercados en casi todos los barrios) que una gran superficie CARREFOUR. Hay escalas y diferentes formatos, algunos de los cuales no creo que haya que demonizar. [...] Pero personalmente seguiré optando por las tiendas de barrio o especializadas en CJ y ecológico siempre que estén disponibles (Hernández Merino, 2011: Pregunta 7 y 8).”

3.2.2 Prevenir el alejamiento de los pequeños agricultores

Para enfrentar el giro actual de los supermercados hacia las (grandes) plantaciones certificadas por FLO, yo propongo básicamente dos ideas: primeramente FLO⁶ debería establecer para los supermercados una cuota mínima de productos provenientes sólo de pequeños agricultores. Esta cuota podría ser introducida progresivamente, pero debería alcanzar, a medio plazo, un porcentaje importante como por ejemplo el 40%. Así se garantizaría que también los pe-

⁶ → La implicación de medidas de este tipo depende de FLO y sus LI porque ellos están en contacto directo con la venta al detalle (Caritas)

queños agricultores del Sur se beneficien de la venta de sus productos en los supermercados del Norte.

En segundo lugar, los programas del fondo, que propongo en capítulo 3.4.3, fortalecerían las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur de tal manera que pudieran cumplir mejor los requisitos de los supermercados como en cuanto al margen, la puntualidad así como la calidad de los productos. Una ampliación de la colaboración de las cooperativas del CJ con certificadoras ecológicas exigentes⁷, como por ejemplo Naturland Zeichen GmbH⁸, también sería útil. Así las cooperativas tendrían una ventaja de competencia sobre las grandes plantaciones de monocultivos certificadas por FLO: los supermercados podrían adornarse al mismo tiempo que mantienen un compromiso ecológico con algunos de sus productos.

Para conocer la opinión de diferentes actores del CJ sobre esta propuesta, planteé la pregunta:

¿Piensa que sería recomendable exigir de los supermercados (los que venden productos con el sello de FLO provenientes también de grandes plantaciones) que compren una cantidad mínima de esos productos, por ejemplo 40%, solo de pequeños agricultores?

“Nuestra opinión siempre ha sido que el comercio justo, debe concentrarse en resolver los problemas de los productores en los países en vías de desarrollo y para lo cual definitivamente se tiene que incrementar el volumen de ventas y esto se hace vendiendo los productos en los supermercados.

Si! Hay que establecer una tal cuota mínima por los supermercados (López, 2011: Pregunta 7 y 9).”

“Si, sería interesante. Pero el 40% sería muy alto, porque sobre todo los grandes superficies de supermercados exigen una regularidad en el suministro que será difícil para los pequeños productores (González, 2011: mp3 14:45 -16:00 min.)

“Si! Sin embargo, propondría incrementar esta cantidad mínima progresivamente. Un 3-4% cada año ya sería mucho. Alcanzar los 40% sería muy difícil a medio plazo (Reintjes, 2011: Pregunta 9).”

“Sí, muy de acuerdo y la tendencia debería ser esta porque son quienes están en la base del movimiento, los pequeños productores (Alternativa 3, 2011: Pregunta 9).”

3.3 El Comercio Justo y las transnacionales

3.3.1 La reputación de las transnacionales

Antes de 1995 el Comercio Justo estaba dominado por las cooperativas de pequeños agricultores. Pero a partir del año 1995 el grupo destinatario del CJ fue ampliado por FLO paso por paso. Desde entonces se beneficiaron también los trabajadores contratados en grandes plantaciones y empresas (los *hired labour organizations*) de los estándares del CJ⁹ (cf.: Schaber,

⁷ El sello ecológico de la UE certifica también por ejemplo grandes plantaciones de plátano

⁸ Naturland es una certificadora con muy altos requisitos. Requiere por ejemplo el cultivo de café en sistemas agroforestales (cultivos mixtos) y, al contrario del sello de la UE, no certifica plantaciones de café de sol.

⁹ Los criterios de FLO para los Hired Labour Organizations tienen otro enfoque: se concentra más en el cumplimiento de las condiciones laborales, de las normas de salud y en los salarios adecuados. El premio del CJ que estas entidades reciben debe beneficiar a todos los trabajadores y debe ser gestionado democráticamente.

van Dok, 2008: 25-26). Debido al crecimiento rápido del mercado del CJ y a la cada vez más alta conciencia dentro de la sociedad, también empresas transnacionales descubrieron este mercado lucrativo. Especialmente la entrada de las transnacionales, facilitado por FLO, ha provocado fuertes críticas entre algunos actores del CJ. Para ellos, estas empresas son los representantes *per se* del sistema explotador e injusto actual. Opinan que, con la colaboración con el Comercio Justo, ellas quieren, en la mayoría de los casos, primeramente lavar su imagen (el así llamado *clean-* o *fairwashing*) sin cambiar su actitud principal en otros lugares de producción (Schaber, van Dok, 2008: 54-55). Es indiscutible que esto puede ser el caso con algunas empresas, especialmente esas que sólo dejan certificar por FLO una pequeña parte de sus productos, como por ejemplo Nestlé o Dole (Krier, 2008: 57), y que son acusadas por su comportamiento injusto y antiético en los países del Sur. Sin duda aquí resulta un gran peligro para la credibilidad de la imagen del Comercio Justo. Una parte importante de los consumidores convencidos del CJ rechazan los productos de estas empresas aunque sean certificadas por FLO.

Hay también algunos actores del CJ, que pertenecen a la *estrategia aperturista* descrita más arriba, que ven la entrada de las transnacionales en el mercado del CJ más como una gran posibilidad para transformar el sistema actual. Esperan que el compromiso de estas transnacionales, que colaboran con el CJ, presionará también otras empresas a cambiar su comportamiento y así el sistema neoliberal cambiará paso por paso. Ellos argumentan también que con la entrada de esas empresas gigantes mucho más pequeños productores y agricultores puedan beneficiarse de las buenas repercusiones del CJ (cf.: Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 34-35). Ven muy positivo, por ejemplo, el caso de Starbucks¹⁰. Esta empresa ha certificado con el sello de FLO en Europa y América del Norte todas sus bebidas basadas en granos de café exprés.

Para saber más sobre la opinión general de diferentes actores del CJ yo he planteado la pregunta siguiente:

¿Usted aceptaría la colaboración con empresas o transnacionales que cumplan generalmente con la idea y la filosofía del Comercio Justo y que sean transparentes en cuanto a las condiciones de trabajo, la producción y el origen de sus productos?

¹⁰ Sin duda, esta transnacional también es criticada, especialmente, por su comportamiento en el Norte: por ejemplo, varios de sus antiguos empleados norteamericanos o europeos acusan a la empresa de no respetar algunos de sus derechos laborales.

Andrea Fütterer recuerda que la GEPA ha sido, entre otros, una pionera en la colaboración con empresas más grandes y privadas (aunque no transnacionales), como en el sector del té y la artesanía, y resalta:

“En principio, no vemos la colaboración como un problema, sino más la carencia de criterios necesarios para regular, por parte de los productores, ciertas estructuras privadas, así como, por parte de los consumidores, las estructuras existentes de supermercados y cadenas de discount. Desde mi punto de vista eso es el problema principal de dicha colaboración. Cuando vemos por ejemplo el caso de Nestlé, podrá ser que esta empresa continúa hasta la eternidad con sólo una barra de chocolate certificada, sin cambiar el comportamiento en el resto de la empresa. No existen criterios para los comerciantes que determinen un horario necesario para cumplir ciertos requisitos (criterios progresivos) año por año y para mi esto es el problema principal del sistema de FLO (Fütterer, 2011: mp3 1.47 – 3.15 min.)”

Como desde mi punto de vista y también de varias personas con quien he hecho la entrevista no se puede medir con el mismo rasero todas las transnacionales diferentes que colaboran con FLO (obviamente hay una diferencia por ejemplo entre Starbucks y Nestlé), yo he planteado además dos preguntas diferenciadas en cuanto al tipo de las transnacionales:

Starbucks o Cadbury venden ya una parte muy importante de sus productos bajo el sello de FLO y podrían convertirse en los años siguientes en las primeras transnacionales que sólo venden productos del Comercio Justo. ¿Piensa que esto podría servir como medio de presión para que otras transnacionales sigan el ejemplo en el futuro y que esto podría hacer la globalización más justa?

“Aunque con reservas, creo que sí, si esto supone verdaderamente una conversión honesta y bien llevada (controlada, supervisada...) (Alternativa 3, 2011: Pregunta 5).”

“Pienso que esto podría servir para que otras transnacionales trabajen también con Comercio Justo, pero no que la globalización sea más justa.

La transformación de un mundo más justo sólo será posible si se facilita la participación de las pequeñas empresas y Starbucks perjudica a los pequeños negocios familiares, destruyendo empleo y tejido social, y fomentando otra forma de cultura y consumo que no favorece el desarrollo (Hernández Merino, 2011: Pregunta 5).”

Starbucks puede utilizar el sello de FLO en España porque ha cumplido con requisitos muy exigentes [...] Sin embargo su colaboración es siempre condicionada, tiene que cumplir los requisitos. [...] Creo que sí, si Starbucks se convierte en una transnacional que sólo venda productos del CJ, podrá generar presión sobre otros actores y así ayudar a hacer la globalización mas justa (González, 2011: mp3 5.58 – 8.07 min.)

“Puede ser que las empresas como Starbucks podrían apresurar así también otras empresas, pero pienso que la mayor presión puede ser generada por los consumidores en el Norte. La sensibilización de ellos es de gran importancia para lograr cambios más profundos en el comercio internacional. Sin embargo la concienciación de los consumidores no sustituye la necesidad de establecer ciertas reglas a nivel internacional [como en la OMC] (Fütterer, 2011: mp3 14.10 – 15.15 min.)”

¿Piensa que la colaboración con transnacionales como Dole y Nestlé que venden sólo una pequeña parte de sus productos bajo el sello de FLO y que fueron sumamente criticadas en el pasado por su comportamiento en los países del Sur, es justificable?

“No, me parecen casos flagrantes (Alternativa 3, 2011: Pregunta 6).”

“No es justificable ninguna colaboración con empresas que no demuestren un cambio de actitud. No se debe ceder ante quienes no tienen aún claro que el bienestar social, los derechos humanos, y la conser-

vacación del medio ambiente son las prioridades de cualquier agente social y debe estar por encima de los beneficios económicos de las empresas (Hernández Merino, 2011: Pregunta 6).”

“¡No! (Reintjes, 2011: Pregunta 6).”

“No. Nestlé puede utilizar en Reino Unido el sello FLO porque tiene una línea de productos que cumple los criterios de FLO, pero el resto de la empresa no lo cumple. Así, en mi opinión está utilizando el sello para hacer greenwashing. [...] Hay que exigir de las empresas una integralidad. [Esta carencia actual] es en mi opinión un defecto de FLO (González, 2011: mp3 4.00 – 4.45 min.).”

“Hay que establecer criterios que las empresas deben cumplir progresivamente. Hay que dar la oportunidad de una colaboración a diferentes empresas; no debería enfocarse demasiado en su comportamiento de hace 20 años. Pero en el caso que surja un nuevo escándalo, la empresa debería ser echada inmediatamente del CJ [nota del autor: Andrea Fütterer, sin embargo, es bastante crítica con el caso de Nestlé: ve cita en página 10] (Fütterer, 2011: mp3 15:42 - 16:10 min.).”

3.3.2 La situación de alta competencia para los pequeños agricultores

Otra problemática importante que surgió tras la entrada de empresas transnacionales en el mercado del CJ es la situación de alta competencia y competencia a la cual las cooperativas de pequeños agricultores se ven expuestas ahora. Eso opina también el dirigente Santiago Paz López de la cooperativa peruana Cepicafé:

“Son estas grandes empresas las que hacen lobby para bajar los precios en el Comercio Justo [...]. Lo que está ocurriendo es que los pequeños productores, los más desfavorecidos - que fueron la razón de ser del Comercio Justo - ya no podrán competir y, lamentablemente, tendrán que ir saliendo del mercado (López, 2009: Pregunta 14).”

“[...] porque las empresas que compran a nivel local entran en competencia con las organizaciones de productores y lo que está bastante claro, es que las organizaciones de productores tienen una serie de sobrecostos y nunca estarán en condiciones de competir con una gran empresa (López, 2011: Pregunta 10).”

También otros actores del CJ me dieron respuestas parecidas a mi pregunta:

¿Teme que las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur pronto tendrán que salir del mercado del Comercio Justo debido a la alta competencia de las transnacionales y de los supermercados que han entrado en este mercado?

Por ejemplo, Andrea Fütterer constata:

“Sí, claramente que sí. No sólo lo tememos, sino ya existen los ejemplos concretos por ejemplo en el sector del plátano y el sector del café. Por ejemplo, en el caso de Perú, el exportador más grande de café de este país, llegó a ser concesionario de FLO y a partir de propias estructuras está intentando de generar problemas para las cooperativas más pequeñas del mercado e incluso de echarles del mercado (Fütterer, 2011: mp3 0.00 – 1.20 min.).”

Comparte este punto de vista también Carola Reintjes, dirigente de WFTO Europe. Ella respondió que esto ya está pasando y que especialmente las cooperativas más pequeñas están echadas del mercado del Comercio Justo (Reintjes, 2011: Pregunta 1). Por otro lado el/la representante de Alternativa 3 no teme tanto que eso pasará (escala: 2 de 5) y dijo lo siguiente:

“Al mismo tiempo hay una falta cada vez mayor de materias primas, la demanda existe y por otra parte creo que habrá una progresiva tendencia a unirse en cooperativas más grandes, de 2º grado que se adecuen a estas tendencias y mantengan también las demandas de organizaciones mas pequeñas (Alternativa 3, 2011: Pregunta 1).”

Mayte Hernández Merino del Área de Cooperación y Solidaridad de la Universidad de Córdoba y antigua empleada de IDEAS aborda también un argumento interesante:

“Creo que los pequeños productores ya tienen su mercado (en tiendas de CJ) con las que no compiten las transnacionales ni los supermercados. Las personas que ahora compran en tiendas de CJ no creo que cambien sus hábitos de consumo para sustituir los productos que ahora compran por otros procedentes de transnacionales [...] (Hernández Merino, 2011: Pregunta 1).”

Tampoco Vicente Gonzáles, Director de la Fundación ETEA (Córdoba), opina que eso esté pasando de manera significativa. Por el contrario, dice que, si la política de FLO es bien aplicada, las cooperativas deberían aún aprovechar la entrada de las transnacionales porque ellas van a comprar sus productos (Gonzáles, 2011: mp3 0.10 – 1.10 min). Con esto están también de acuerdo Santiago Paz López de Cepicafé y Carola Reintjes de WFTO, pero ponen también condiciones claras: coinciden también en la opinión de que una colaboración con ciertas empresas (que cumplen los principios éticos principales del CJ) podría ser beneficioso para los pequeños agricultores, pero, siempre y cuando las empresas compren, en gran parte, directamente los productos de las cooperativas del CJ bien organizadas y no sólo de sus propios suministros y tampoco por separado de los grupos de productores que forman parte de las cooperativas del CJ (López, 2011: Pregunta 10). Especialmente esta última condición es de gran importancia, porque así las grandes empresas no entrarían en competencia con las cooperativas del CJ que son agrupadas por diferentes pequeños grupos de agricultores y productores (López, 2011: Pregunta 10). Para abordar un ejemplo de esta problemática: mientras las cooperativas están agradecidas de poder vender su café a Starbucks (Reintjes, 2011: Pregunta 4), Carola Reintjes de WFTO critica la manera como Starbucks se comporta en la compra del café certificado:

“Starbucks prefiere comprar su café de cooperativas no organizadas en vez de cooperativas exigentes y bien organizadas. Eso es muy problemático. Hay que obligar a Starbucks que compre de las cooperativas organizadas para que no puede aprovechar de la debilidad de las cooperativas no organizadas (Reintjes, 2011: Pregunta 5).”¹¹

¹¹ La entrevista con Carola Reintjes fue hecha de manera directa y rápida. No dispuse del tiempo para anotar exactamente todas sus respuestas letra por letra, así las respuestas son fiel al sentido, pero no siempre 100% original.

3.4 Propuesta para la colaboración con transnacionales

3.4.1 Nuevos criterios para salvar la reputación del Comercio Justo

El Comercio Justo sólo debería permitir la colaboración con empresas que quieren comprometerse verdaderamente con sus principios (Schaber, van Dok, 2008: 55). Está claro que los estándares de FLO no deben reducirse y que la empresa que colabora no perjudique la imagen del Comercio Justo. Así, hay que establecer criterios para elegir las empresas que puedan colaborar. Por supuesto, la empresa no tiene que cumplir al principio todos los estándares del CJ, pero debería existir, por lo menos, el potencial de consolidar estos criterios paso por paso en la totalidad de la empresa. Así, la colaboración actual con empresas que, aparte de sus pocos productos certificados por FLO, son más conocidas por su comportamiento inadecuado en los países del Sur debería ser cancelada, hasta nuevo aviso y un nuevo comportamiento. Por otro lado la colaboración con empresas que ya muestran algunos buenos principios, sea por ejemplo la cantidad de su surtido certificado por FLO o intentos al nivel empresarial de asumir su responsabilidad social y ambiental, podría continuar, sin embargo también bajo algunas nuevas condiciones adicionales (ve las propuestas en capítulo 3.4.2).

El objetivo debe ser incorporar también las empresas convencionales – con la condición que sean apropiadas con la idea del CJ – en el mercado del CJ para poder transformar mejor así el actual injusto sistema neoliberal. Por supuesto, estas empresas deben ser vigiladas prudentemente y, en general, los actores principales del CJ deberían seguir también con *la estrategia de denuncia y presión política*.

Otra problemática que tiene que ver con la imagen del CJ es la producción en (grandes) plantaciones¹². El problema es que, en el caso de que esas plantaciones son en posesión exclusiva de pocos dueños, esos mismos benefician económicamente de la certificación del CJ. Este problema es criticado por diferentes actores del CJ, que opinan que, esos dueños no deberían ser pagados por los consumidores en del Norte para garantizar normas de trabajo justas y éticas (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 25-26). También un/a representante de Alternativa 3 teme eso:

“[Aunque la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones] beneficie temporalmente a los trabajadores, son los dueños los que se benefician realmente (Alternativa 3, 2011: Pregunta 3).”

Vicente Gonzáles de ETEA está a favor, pero exige criterios profundos para la empresa:

¹² No se debería olvidar en este contexto la mala repercusión ecológica que tienen las plantaciones en monocultivos. Eso también puede resultar perjudicando la imagen del CJ.

“A priori, si está bien vigilado, ¿por qué no? Pero tiene que pasar por una política integral de la empresa (que posee la plantación) que vaya más allá que sólo esta plantación cumple los criterios del CJ. (González, 2011: mp3 2.50 – 4.00 min.)

Carola Reintjes de WFTO dijo que sólo estaría de acuerdo si esas plantaciones estuviesen en manos colectivas, si garantizan una participación suficiente de sus miembros y si los beneficios son compartidos justamente entre los miembros (Reintjes, 2011: Pregunta 3). También Andrea Fütterer de la GEPA subraya la importancia de ciertos criterios para el manejo con las grandes plantaciones pero indica que para la GEPA la ampliación de los criterios del CJ hacia los trabajadores en las plantaciones ha sido un paso importante (cf.: Fütterer, 2011: mp3 9.17 – 11.00 min.). La pregunta ha sido:

¿Está de acuerdo con la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones (por ejemplo: plátano) y pequeñas fabricas (por ejemplo: pelotas de fútbol)?

3.4.2 Reglar la relación entre las transnacionales y las cooperativas

Las cooperativas de pequeños productores del CJ fueron la razón de ser de este movimiento solidario y, con todos los esfuerzos posibles, todos los actores diferentes del CJ, incluso FLO, deberían garantizar que esta preferencia siga en el futuro también. Un abandono de cooperativas de pequeños productores sería una traición. Pero, con vista a la situación actual de la alta concurrencia se hace urgente establecer ciertos criterios para proteger a las cooperativas independientes de pequeños productores. En lo sucesivo propongo sólo algunos criterios posibles, refiriéndome en parte también a propuestas obtenidas en las encuestas e entrevistas y sabiendo que FLO también ya está elaborando algunos criterios:

- Garantizar que las transnacionales compren un porcentaje importante de la totalidad de sus productos certificados de las cooperativas independientes de pequeños productores para que ellas pueden aprovechar de la entrada de las transnacionales en el CJ y para prevenir que las transnacionales sólo compren de sus propios suministradores.
- Terminar que las grandes empresas compren una gran parte de cooperativas que tienen un alto nivel de organización para prevenir el aprovechamiento de la debilidad de cooperativas con un bajo nivel de organización¹³ (cf.: Reintjes, 2011: Pregunta 5).

¹³ Las importadores del CJ (sea las organizaciones de 100% del CJ) deberían seguir, sin embargo, la colaboración con estas organizaciones que tienen por el momento solo un bajo grado de organización con el objetivo de empoderarles y fortalecerles.

- Prohibir que las transnacionales compren directamente a nivel local de los pequeños grupos de productores que pertenecen a cooperativas independientes de pequeños productores para que no puedan bajar los precios (López, 2011: Pregunta 10).
- Exigir “transparencia sobre los términos comerciales (precio, plazo de producción, etc.) que las grandes empresas establecen con las cooperativas de pequeños productores de las cuales compran los productos certificados (Reintjes, 2011: Pregunta 4).

Andrea Fütterer de la GEPA exige también criterios parecidos y ve su cumplimiento desde una perspectiva pragmática:

“No hay que exigir que las empresas que colaboran con el CJ cumplan todos los principios principales del CJ, sino hay que establecer ciertos criterios fijos que ellas tengan que cumplir estrictamente y progresivamente. En vez de una toma de postura a favor de los principios del CJ, las empresas deberían tener más bien requisitos concretos para transformar verdaderamente partes de su comportamiento (Fütterer, 2011: mp3 11.05 – 11.44 min.)”

A parte de estos criterios que ayudarían para garantizar que las cooperativas de pequeños productores seguirán siendo “los reyes” del CJ, propongo la creación de un “fondo de compensación” el cual está descrito en el subcapítulo siguiente. Para que ya esté claro, mi opinión es: el objetivo de la colaboración del CJ con transnacionales debería ser que las cooperativas del CJ no sufran ningún daño, sino todo lo contrario, que se beneficien de la misma.

“[...] Como ya he explicado mi opinión en el punto anterior, la cooperación con una transnacional podría darse si realmente está convencida con el concepto y la filosofía del comercio justo y si sus compras las realiza de una organización de productores y no de una gran empresa (López, 2011: Pregunta 11).”

3.4.3 Establecer un fondo de compensación para los pequeños agricultores

Junto con los criterios descritos arriba, este fondo, en primer lugar, ayudaría también a alcanzar una relación equilibradora entre los pequeños agricultores y las transnacionales. El objetivo debe ser fortalecer las cooperativas del CJ para que puedan competir mejor contra las transnacionales y para que puedan cumplir mejor con los requisitos de los supermercados anteriormente mencionados. En segundo lugar, este fondo tendría como meta la profundización de las repercusiones positivas que ya tiene el Comercio Justo en el Sur, como por ejemplo la Soberanía Alimentaria¹⁴.

¹⁴ Es necesario advertir en este lugar a la realidad de que el CJ en el Sur también puede fomentar lo contrario, la producción de grandes plantaciones en monocultivos, y dañar al mismo tiempo a la Soberanía Alimentaria (cf.: Reyes, 2008 en Cuéllar, M.; Reintjes, C., 2009: 42). Esto dependerá mucho de la manera de cultivar los productos. Mientras algunas cooperativas sólo producen para la exportación, otras también aumentan decisivamente su producción de alimentos básicos para el consumo familiar y los mercados locales. Así, el fomento de cultivos mixtos debería ser una prioridad esencial en el asesoramiento de las cooperativas en el Sur.

En este fondo deberían pagar, aparte de sus aportes para la certificación, las transnacionales que quieran colaborar con el Comercio Justo. No hay que olvidar que se benefician bastante de su colaboración con el Comercio Justo (mejora de su imagen, nuevo mercado,...).

Para fortalecer las cooperativas, este fondo financiaría programas para la profesionalización de las mismas. Esos programas se dedicarían así especialmente a los temas siguientes:

- El capacity-building: especialmente en el sector de la calidad, cantidad y puntualidad para poder cumplir mejor los requisitos de grandes clientes como de las transnacionales o supermercados.
- El empoderamiento de las cooperativas para que sepan negociar con dignidad con los actores convencionales poderosos.
- La facilitación de know-how como por ejemplo en cuanto al tema importante de la “post-cosecha” o del uso de máquinas para incrementar la productividad.

Para profundizar en las repercusiones positivas del CJ en el Sur, este fondo también apoyaría programas de asistencia técnica y de Cooperación al Desarrollo como para la Soberanía Alimentaria, la agricultura ecológica sustentable, la diversificación de los productos de exportación, la oferta de microcréditos, el fortalecimiento de las mujeres etc. Varios estudios sobre el CJ señalan que hay todavía un gran potencial no usado en la colaboración del CJ con ONGDs (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 54, 149-150). Así el fondo podría intensificar aún más las repercusiones sostenibles (aspectos ecológicos, sociales e económicos) del CJ.

Los programas para fortalecer las cooperativas así como los programas para la profundización de los efectos del CJ serían llevados a cabo por los siguientes actores:

- ONGDs internacionalmente conocidas como Veterinarios Sin Fronteras, AECID o eed (Evangelischer Entwicklungsdienst = ONGD alemana de la iglesia protestante) y ONGDs de los países del Sur que a veces ya tienen fuertes vínculos con el CJ.
- Diferentes expertos como de non-profit management, de agricultura, de desarrollo rural y de centros universitarios que se dedican a esos mismos temas.
- Las importadoras del CJ en el Norte como IDEAS o GEPA que ya tienen programas de asesoramiento y apoyo para los pequeños agricultores (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 49)

Además una parte del fondo podría ser usado para financiar más campañas de sensibilización y trabajos de incidencia política en el Norte. Posibles receptores de este apoyo podrían ser las tiendas del Comercio Justo/ del Mundo, algunas ONGDs y centros universitarios que llevarían a cabo esas campañas y por otra parte organizaciones políticas del CJ como, por ejemplo, la Fair Trade Advocacy Office, la EFTA-Fair Procura Office (ambos en Bruselas) o la WFTO que intentan incidir en las políticas europeas o nacionales.

También se podría considerar dedicar una parte del fondo para enfrentar otra situación problemática de la cual sufren en este momento muchas cooperativas de pequeños productores: paradójicamente el problema son los altísimos precios actuales (mucho más arriba del precio mínimo del CJ), por ejemplo de café, en el mercado internacional. Resulta una alta presión para las cooperativas, porque el margen entre el precio de compra (de sus grupos de pequeños productores) y el precio de venta es mínimo. Aunque los miembros de los diversos grupos que forman parte de las cooperativas benefician plenamente del auge del precio internacional, las cooperativas (sea las organizaciones) se encuentran en muchas ocasiones en peligro candente de quiebra: necesitan ganar dinero para cubrir sus costos como, por ejemplo, para los programas de asesoramiento o de comercialización. Así el dinero podría ser usado para el apoyo de estas organizaciones en esta situación actual – las transnacionales no tienen este problema (cf.: López, 2011: E-Mail).

Al final, una parte del dinero del fondo podría ser también usada para reducir las tasas de certificación que tienen que pagar también las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur y los cuales, a veces, representan un obstáculo impidiendo o aplazando su entrada en el mercado del CJ.¹⁵

Hice las preguntas siguientes:

¿Piensa que tal fondo podría ser un principio de un acuerdo entre las cooperativas de pequeños agricultores y las transnacionales que participan en el Comercio Justo? ¿Podría aún ayudar a que los oponentes y defensores de la apertura de FLO se acerquen más?

¿Piensa que este fondo funcionaría? ¿Sería posible convencer a las transnacionales de pagar cantidades importantes en este fondo?

Obtuve algunas respuestas positivas como:

¹⁵ Aparte de la necesidad de reducir la tasa de certificación, también se necesita apoyar más a las cooperativas que quieren entrar en el mercado del CJ en el proceso de la certificación. Muchas veces ellas necesitan asesoramiento externo para poder cumplir los criterios necesarios (cf.: Schaber, van Dok, 2008: 47)

“Creo que si las transnacionales se benefician del uso del comercio justo no sería ningún problema convencerlas en que puedan aportar cantidades importantes de dinero en este fondo [...] (López, 2011: Pregunta 11).”

“Me parece una idea muy interesante, hasta viable. Las transnacionales tuvieran que pagar cánones más altas que lo hacen actualmente para este fondo. Sin embargo, habría que ver exactamente como y quién gestionaría este fondo (González, 2011: mp3 23:10 - 27:00min.).”

“Ya existe un fondo parecido. FLO recibe mucho dinero de las tasas de certificación de las grandes empresas. Pero este dinero se queda por el momento básicamente en el Norte. FLO debería cambiar su sistema para que este dinero llegue al Sur. Las empresas ya están pagando en un tal fondo. Sólo tuvieran que pagar algo más (Reintjes, 2011: Pregunta 10 y 11).

Pero, por otro lado, también he recibido respuestas críticas:

“Pienso que es mucho más importante cambiar las estructuras y reglas de FLO, definirles más concretamente y vigilar el cumplimiento. Un tal fondo causaría enormes gastos de administración y burocracia, sería más bien la aceptación, la convivencia con el sistema mal e inadecuado actual. Sería mejor cambiar el sistema desde el principio (Fütterer, 2011: mp3 23:37 – 26.08 min.).”

“Soy algo escéptico, quizás porque no conozco bien la idea aunque de entrada me parece bien, siempre que el fondo sea democráticamente administrado. Además tengo la impresión de que difícilmente se lograría que las empresas paguen cantidades importantes en este fondo [...] (Alternativa 3, 2011: Pregunta 10 y 11).”

“[...] No creo que aceptaran pagar otro fondo o prima extra [aparte del fondo de FLO donde ya pagan sus tasas de certificación]. [...] Si las transnacionales aceptaran a pagar más por esto eso repercutiría directamente en el precio final de los productos (pues no asumirían ellas el coste) [...] (Hernández Merino, 2011: Pregunta 10 y 11).”

III La conclusión del trabajo

El proceso de la investigación del trabajo ha sido muy interesante. Aprecio mucho el tener que hacer entrevistas o encuestas porque este método resultó muy bien para mi estudio. Me ayudó mucho a obtener comentarios sobre mis propuestas, desde la visión de expertos diferentes de la materia. En las conversaciones pude enterarme a veces de algunos detalles de los cuales nunca antes había pensado. Así durante este trabajo aprendí la importancia que tienen las entrevistas porque esta técnica ayuda mucho a desarrollar mejor las propias ideas y pensamientos.

Como ya lo he mencionado en la introducción, con este trabajo sólo pude hacer un primer acercamiento a esta problemática compleja a la cual el CJ se está enfrentando por el momento. Presento aquí mis conclusiones, señalando al mismo tiempo que esas podrían ser más concretadas y desarrolladas en un estudio futuro. Mis conclusiones finales tratan sobre las propuestas que he planteado durante mi trabajo. Reflejan, aparte de los argumentos de la bibliografía, también las respuestas obtenidas durante mis entrevistas y encuestas cualitativas.

Gracias a los comentarios sobre el tema de mi trabajo pude notar que he elegido una temática muy actual e importante para el movimiento del CJ. Muchos actores del CJ también se están reflejando sobre posibles y necesarias medidas que hay que tomar. Teniendo en cuenta sus respuestas, el resultado principal de mi trabajo es: ¡el sistema de FLO necesita un cambio! Todos los actores que he entrevistado, desde actores opuestos a FLO hasta actores que colaboran firmemente con FLO, han coincidido en el punto de que algunos criterios y algunas reglas actuales de FLO son insuficientes con vista a los desafíos que tiene el CJ hoy día. Sin poder entrar ahora mucho en los detalles, en suma, puedo decir que mi conclusión personal es que FLO necesita urgentemente establecer nuevos criterios para la complejidad de la colaboración con actores convencionales. Para salvar la imagen del CJ se deberían establecer primeramente criterios claros que determinen los requisitos que las empresas convencionales y las cadenas de supermercados tienen que cumplir para poder entrar en el mercado del CJ. Aquí me gusta mucho la idea de Andrea Fütterer de la GEPA de crear “planes de desarrollo” que estos actores convencionales deben cumplir de manera progresiva. FLO necesita tener una postura más firme para proteger la imagen del CJ, aunque como lo dice Vicente González de ETEA, es normal que la pureza del CJ se pierda un poco con, por ejemplo, la necesaria colaboración con supermercados. Comparto la posición que tiene Mayte Hernández Merino de la UCO de prohibir, si no hubiera un tal “plan de desarrollo” que introdujera serios cambios en las empresas, la participación a empresas como Nestlé que normalmente nada tienen que ver con la idea del CJ.

En cuanto a las reglas que determinan la relación comercial entre los actores convencionales y las cooperativas de pequeños productores en el Sur, un cambio profundo también es necesario. Es obvio que las cooperativas como Cepicafé tienen un margen económico más pequeño que grandes empresas y que no pueden competir contra ellas. Como Santiago Paz López de Cepicafé lo subraya, las empresas deberían comprar los productos directamente de las cooperativas. Con respecto a los supermercados, también hay la necesidad de incluir nuevos criterios como una cuota mínima que las cadenas tienen que comprar sólo de pequeños productores y no de grandes plantaciones certificados por FLO. Carola Reintjes de WFTO Europe ha propuesto introducir esta cuota progresivamente, lo que podría posibilitar este cambio.

Durante la investigación, me di cuenta que probablemente por el momento sería más importante cambiar dichas reglas de manera profunda y detallada. Pienso que el enfoque de mis estudios futuros en cuanto a este tema, tratará más sobre esas reglas urgentes.

La crítica que he obtenido sobre mi propuesta de tal fondo de compensación fueron, en ocasiones, bastante claras. Sería interesante así tratar esta crítica de manera constructiva y asu-

miendo los argumentos críticos, intentar generar una nueva propuesta, más detallada y reflexiva, sobre tal posible fondo (ampliando o sustituyendo el fondo ya existente de FLO). El CJ se encuentra ante un desafío grande y sus principales actores deberían enfocarse en los próximos años a intentar superar (por lo menos por algunas partes) el conflicto existente entre las corrientes opuestas y dar respuestas concretas a los peligros descritos en este trabajo que amenazan su credibilidad e idea principal: la ayuda para la autoayuda de los pequeños agricultores, productores y trabajadores marginados en el Sur y la fomentación de un desarrollo verdaderamente sostenible en sus entornos.

Bibliografía

- **CUÉLLAR, M.; REINTJES, C. (2009):** “Los Sellos y Sistemas de Garantía para el Comercio Justo. Compra responsable.” En: ICARIA EDITORIAL, S.A.
- **EFTA (European Fair Trade Association) (2006):** „SIXTY Years of Fair Trade. A brief history of the Fair Trade movement“. November 2006.
<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/History.pdf> (10.10.2010).
- **GEPA (2011a):** “Casa del Comercio Justo Gepa”.
<http://www.gepa.de/p/index.php/mID/1.1/lan/es> (7.2.2011)
- **GEPA (2011b):** “Datos y Hechos. Año comercial 2009/10”.
http://www.gepa.de/p/cms/media///pdf/aktuelles/Data_y_Hechos_2009_10.pdf (7.2.2011)
- **GEPA (2011c):** “Objetivos de la política de desarrollo y criterios de GEPA para producción y comercio de conformidad con el desarrollo”. (12.5.1993)
http://www.gepa.de/p/cms/media/pdf/fairer_handel/GEPA_Objectivos_de_la_politica_de_desarrollo.pdf (7.2.2011)
- **KRIER, J.-M. (2008):** “Fair Trade 2007: New Facts and Figures from an ongoing Success Story. A Report on Fair Trade in 33 consumer countries”. DAWS – Dutch Association of Worldshops, Netherlands.
<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/FT-E-2007.pdf> (7.2.2011)
- **RASCHKE, M. (2010):** “Fairer Handel am Scheideweg? Standortbestimmung zwischen Nischenexistenz und Massenmarkt.” En: Stimmen der Zeit. Die Zeitschrift für christliche Kultur.
http://www.stimmen-der-zeit.de/zeitschrift/ausgabe/details?k_beitrag=2591039&query_start=1 (6.2.2011)
- **SCHABER, C.; VAN DOK, G. (2008):** “Die Zukunft des Fairen Handels“. Diskussionspapier 23. En: Caritas-Verlag, Luzern 2008.

Índice de abreviaturas

- AECID = Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
- cf. = comparar
- CJ = Comercio Justo
- ETEA = Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UCO
- FLO= Fairtrade Labelling Organizations International
- ONGDs = Organización No Gubernamental para el Desarrollo
- UCO = Universidad de Córdoba (España)
- WFTO = World Fair Trade Organization (antes: IFAT)

Apéndice

Apéndice 1 La Entrevista	Página 23
Apéndice 2 Entrevistas con Santiago Paz López, Co- Gerente de CEPICAFE (Perú)	Página 26
Apéndice 3 Encuesta con un/a representante de Alternativa 3 (Importadora española de CJ)	Página 30
Apéndice 4 Entrevista con Carola Reintjes, dirigente de WFTO Europe	Página 33
Apéndice 5 Encuesta con Mayte Hernández Merino (Área de Cooperación y Solidaridad, UCO)	Página 35
Apéndice 6 Entrevista con Andrea Fütterer de la GEPA (importadora alemana de CJ)	Página 38
Apéndice 7 Entrevista con Vicente González, Director de la Fundación ETEA y miembro de FLO España	Página 38

La entrevista para el trabajo de investigación:

El Comercio Justo y las transnacionales – ¿una colaboración perjudicial?

Con esta entrevista quiero coleccionar primeramente las diferentes opiniones existentes sobre la apertura de Fairtrade Labelling Organizations (FLO) hacia los supermercados y transnacionales.

En segundo lugar, le agradecería si pudiera expresar brevemente su opinión sobre una propuesta mía (un fondo de compensación – vea página 3) que tal vez podría servir como un principio de un acuerdo entre los oponentes y defensores de esta apertura:

Preguntas generales sobre la problemática:

1. ¿Teme que las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur pronto tendrán que salir del mercado del Comercio Justo debido a la alta concurrencia de las transnacionales y de los supermercados que han entrado en este mercado¹⁶?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

2. ¿La entrada de algunas transnacionales y la colaboración con supermercados, incluso tiendas-discount, perjudica la imagen del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

3. ¿Está de acuerdo con la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones (por ejemplo: plátano) y pequeñas fabricas (por ejemplo: pelotas de fútbol)?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

4. ¿Usted aceptaría la colaboración con empresas o transnacionales que cumplen generalmente con la idea y la filosofía del Comercio Justo y que son transparentes en cuanto a las condiciones de trabajo, la producción y el origen de sus productos?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

¹⁶ Por ejemplo: los supermercados tienen altos requisitos en cuanto al margen, la puntualidad y la calidad de los productos. Prefieren así productos certificados de grandes plantaciones.

5. Starbucks o Cadbury¹⁷ venden ya una parte muy importante de sus productos bajo el sello de FLO y podrían convertirse en los años siguientes a las primeras transnacionales que sólo venden productos del Comercio Justo.

¿Piensa que esto podría servir como medio de presión para que otras transnacionales sigan el ejemplo en el futuro y que esto podría hacer la globalización más justa?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

6. ¿Piensa que la colaboración con transnacionales como Dole y Nestlé que venden sólo una pequeña parte de sus productos bajo el sello de FLO y que fueron sumamente criticadas en el pasado por su comportamiento en los países del Sur es justificable?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

7. ¿Está de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo en los supermercados?
¿Piensa que es bueno tener una alta cuota de mercado de productos del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

8. ¿Si el Comercio Justo ampliara sus criterios a los supermercados en el Norte (pago digno para los empleados, no a los precios de dumping,...) y exigiera de ellos un compromiso con la idea del Comercio Justo, usted sería de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo (sean con sello o no) en estas entidades?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

9. ¿Piensa que sería recomendable exigir de los supermercados (los que venden productos con el sello de FLO provenientes también de grandes plantaciones) que compren una cantidad mínima de esos productos, por ejemplo 40%, solo de pequeños agricultores?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

¹⁷ Sin duda, estas transnacionales también están criticadas, especialmente por su comportamiento en el Norte. Starbucks, por ejemplo, está acusado por parte de varios antiguos empleados norteamericanos o europeos de irrespeto de sus derechos laborales.

Su opinión sobre mi propuesta de “un fondo de compensación”

Mi idea es crear un fondo de compensación que tendrá una repercusión equilibradora entre los pequeños agricultores y las transnacionales¹⁸. En este fondo deberían pagar las transnacionales que quieren colaborar con el Comercio Justo porque ellas benefician de su colaboración con el Comercio Justo (mejora de su imagen, nuevo mercado,...) y ¡¡no puede ser que ellas echan las cooperativas de pequeños agricultores del mercado del Comercio Justo!! Si quieren participar, tienen que ayudarles a poder combatir con ellas.

De esta manera, el dinero de este fondo se utilizaría para fortalecer las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur y para profundizar aún más las repercusiones positivas que tiene el Comercio Justo. Se podrían financiar programas para fomentar temas esenciales como la soberanía alimentaria, la agricultura ecológica o el capacity-building y la facilitación de know-how. Esos programas serían llevados a cabo por ONGDs, expertos de desarrollo rural y los importadores del Comercio Justo en el Norte (como IDEAS o GEPA) que ya tienen programas de asesoramiento y apoyo para los pequeños agricultores. Además una parte del fondo podría ser usado para más campañas de sensibilización e incidencia política en el Norte (posibles receptores de este apoyo: las tiendas del Comercio Justo/ del Mundo y, por ejemplo, la *Fair Trade Advocacy Office* o la *EFTA-Fair Procura Office - ambos en Bruselas → Unión Europea*). También se puede pensar sobre un posible apoyo de los pequeños agricultores en los costos de certificación.

10. ¿Piensa que tal fondo podría ser un principio de un acuerdo entre las cooperativas de pequeños agricultores y las transnacionales que participan en el Comercio Justo? ¿Podría aún ayudar a que los oponentes y defensores de la apertura de FLO se acerquen más?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

11. ¿Piensa que este fondo funcionaría? ¿Sería posible convencer las transnacionales a pagar cantidades importantes en este fondo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

¡Muchísimas gracias por su tiempo!

¹⁸ Dicho de paso: además estoy a favor de ciertos requisitos estrictos que las transnacionales deberían cumplir para poder colaborar con el Comercio Justo.

Apéndice 2

Entrevistas con Santiago Paz López, Co- Gerente de CEPICAFE (Perú)

Lugar: Vía Internet y GEPA (Wuppertal) - Fechas: diferentes - Entrevistador: Lukas Decker

Entrevista para el trabajo de investigación: El Comercio Justo y las transnacionales – ¿una colaboración perjudicial? (vía Internet, 1.2.2011)

1. ¿Teme que las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur pronto tendrán que salir del mercado del Comercio Justo debido a la alta concurrencia de las transnacionales y de los supermercados que han entrado en este mercado?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

/

2. ¿La entrada de algunas transnacionales y la colaboración con supermercados, incluso tiendas-discount, perjudica la imagen del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

3. ¿Está de acuerdo con la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones (por ejemplo: plátano) y pequeñas fabricas (por ejemplo: pelotas de fútbol)?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

4. ¿Usted aceptaría la colaboración con empresas o transnacionales que cumplen generalmente con la idea y la filosofía del Comercio Justo y que son transparentes en cuanto a las condiciones de trabajo, la producción y el origen de sus productos?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

5. Starbucks o Cadbury venden ya una parte muy importante de sus productos bajo el sello de FLO y podrían convertirse en los años siguientes a las primeras transnacionales que sólo venden productos del Comercio Justo.

¿Piensa que esto podría servir como medio de presión para que otras transnacionales sigan el ejemplo en el futuro y que esto podría hacer la globalización más justa?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

6. ¿Piensa que la colaboración con transnacionales como Dole y Nestlé que venden sólo una pequeña parte de sus productos bajo el sello de FLO y que fueron sumamente criticadas en el pasado por su comportamiento en los países del Sur es justificable?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

7. ¿Está de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo en los supermercados?
¿Piensa que es bueno tener una alta cuota de mercado de productos del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Nuestra opinión siempre ha sido que el comercio justo, debe concentrarse en resolver los problemas de los productores en los países en vías de desarrollo y para lo cual definitivamente se tiene que incrementar el volumen de ventas y esto se hace vendiendo los productos en los supermercados.

8. ¿Si el Comercio Justo ampliara sus criterios a los supermercados en el Norte (pago digno para los empleados, no a los precios de dumping,...) y exigiera de ellos un compromiso con la idea del Comercio Justo, usted sería de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo (sean con sello o no) en estas entidades?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Creo que esto podría ser una Utopía, ya que no podemos olvidarnos que existe un sistema internacional que se llama capitalismo, que es injusto y se centra en la rentabilidad del dinero y no en el bienestar de las personas. Creo que si el comercio justo podría hacer esto, sería lo mismo con soñar como si lo que se hace en Cuba se podría masificar a nivel mundial. Particularmente sigo soñando con que lo avanzado en la revolución cubana pueda replicarse en otras partes del mundo, pero puedo ver en la realidad que mi sueño cada día se hace mas lejano.

9. ¿Piensa que sería recomendable exigir de los supermercados (los que venden productos con el sello de FLO provenientes también de grandes plantaciones) que compren una cantidad mínima de esos productos, por ejemplo 40%, solo de pequeños agricultores?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

10. ¿Piensa que tal fondo podría ser un principio de un acuerdo entre las cooperativas de pequeños agricultores y las transnacionales que participan en el Comercio Justo? ¿Podría aún ayudar a que los oponentes y defensores de la apertura de FLO se acerquen más?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Mi opinión en términos generales es que no se trata de diferenciar entre una empresa pequeña, mediana o grande, de lo que se trata es evaluar con que interés una empresa se acerca al comercio justo y si realmente está comprometida con el concepto y la filosofía del comercio

justo. Si realmente quiere ayudar. Esto se resolvería si FLO certificaría a la empresa en lugar de solo certificar el producto, al igual como se hace con las organizaciones de productores que participan en el sistema.

Creo que podemos ver algunos ejemplos en el mercado de una cooperación entre organizaciones de productores y grandes empresas que podrían ser exitosas, como el caso de Starbucks, que permitió que el comercio justo se hiciera conocido y además el compromiso real de esta empresa de incrementar sus compras bajo condiciones de comercio justo de manera significativa.

El problema principal desde nuestro lado, es de quien compran estas grandes empresas, ya que el problema se presenta, cuando las transnacionales solamente quieren certificar su cadena de suministros. En este caso, mi opinión es que sería imposible poder cooperar con una gran empresa, porque las empresas que compran a nivel local entran en competencia con las organizaciones de productores y lo que está bastante claro, es que las organizaciones de productores tienen una serie de sobrecostos y nunca estarán en condiciones de competir con una gran empresa. En este caso creo que sería utópico pensar que una transnacional estaría interesada en fortalecer organizaciones de productores, ya que estaría apoyando a su propia competencia y lo que está demostrado en la práctica en todos estos años, es que definitivamente somos totalmente diferentes. Las organizaciones de productores luchamos por un comercio alternativo, que sea más justo y las grandes empresas orientan sus esfuerzos a sacarnos del mercado, que les permita comprar el producto al precio más bajo posible.

11. ¿Piensa que este fondo funcionaría? ¿Sería posible convencer las transnacionales a pagar cantidades importantes en este fondo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Creo que si las transnacionales se benefician del uso del comercio justo no sería ningún problema convencerlas en que puedan aportar cantidades importantes de dinero en este fondo. Como ya he explicado mi opinión en el punto anterior, la cooperación con una transnacional podría darse si realmente está convencida con el concepto y la filosofía del comercio justo y si sus compras las realiza de una organización de productores y no de una gran empresa.

E-Mail adicional sobre la situación actual de la cooperativa (vía Internet, 1.2.2011)

[...] Más adelante te enviare una comunicación respondiendo tus preguntas, mientras tanto quisiera informarte brevemente sobre la situación de las organizaciones de productores en el Perú, en este contexto de precios altos del café que tenemos ahora.

Tal como siempre ha sido mi opinión. El trabajo en las organizaciones es una gestión por resultados. Cuando los resultados de la cosecha son buenos, nadie se acuerda de los problemas y el Gerente es una persona muy eficiente; pero cuando los resultados no son los que esperan los productores, los primeros que sufren las consecuencias son los directivos o la Gerencia. Esto es algo que se viene dando en varias organizaciones de productores en el Perú y que realmente nos preocupa, ya que lo que le ocurra a una Cooperativa, en el corto o largo plazo nos afectará a todos los que seguimos luchando porque la agricultura familiar campesina tenga un

espacio en nuestro país. Esto pasó en la Cooperativa Rodríguez de Mendoza, donde los socios botaron al Gerente; en la Cooperativa Ubikiri, donde hay muchos problemas y acaba de pasar también en CENFROCAFE, donde fue removido el Gerente General a Gerente de Producción. También se escucha de los problemas de la Florida, CECOVASA y de COCLA, donde dicen que la situación es ya insostenible.

Particularmente soy de la opinión, que si este contexto sigue así de complicado, las cooperativas, cuando menos en el Perú, no van a poder soportar mucho tiempo, ya que la lógica sencilla de un productor cuando se organiza es que quiere recibir mejores condiciones de las que puede obtener en el mercado local y además las organizaciones no estamos solas en el mercado, tenemos una fuerte competencia con productos tan complicados como son el café, el cacao, etc. Un tema importante para una investigación sobre comercio justo podría ser Las organizaciones de productores del comercio justo solamente pueden funcionar con precios bajos del mercado? que pasa cuando los precios son altos?

Por otra parte, por el momento, la situación en CEPICAFE está estable. En general la cosecha no fue tal mala para nosotros. Algo que nos salvó es que no hicimos fijaciones sin tener el café. En este momento, la situación está como en stand by. El precio del café está muy alto y la competencia se comienza a preparar en nuestra zona. Bueno, veremos qué pasa en la cosecha misma.

La situación en el beneficio, está bien, este año vamos a procesar más de 110,000.00 quintales de café, que es un poco más de la meta que nos habíamos propuesto. En las próximas semanas vamos a instalar una balanza para pesar camiones, que era lo que nos faltaba y que las organizaciones estaban demandando y esperamos mas adelante también instalar otra máquina electrónica, que nos permita incrementar la productividad de la planta y lo que es más importante poder reducir nuestros costos.

Entonces, la experiencia nos dice que en esta cosecha 2011, tenemos que movernos con mucho cuidado, ya que un error puede significar la quiebra de la organización.

[...]

Entrevista ya hecho para antiguo trabajo de investigación (Gepa, Wuppertal, 26.9.2009)

14. Pregunta:

¿Cómo será el futuro del Comercio Justo? ¿Cuál es la problemática con las grandes empresas que ahora también participan en este mercado “solidario”?

Respuesta:

Nosotros tenemos la opinión, que estamos en un momento importante. En los últimos años, el Comercio Justo viene experimentando un importante crecimiento. Estamos en la segunda o tercera fase del Comercio Justo. En la primera fase, fue lo de las tiendas del mundo, las compras por solidaridad. Ahora tenemos productos de calidad en los grandes supermercados (y en las tiendas del mundo también) y consumidores con diferentes perfiles. Del lado de las iniciativas, que son las encargadas de promocionar y regular el Comercio Justo, hay una visión de solamente mercado, grandes volúmenes, ingreso de grandes empresas, etc. . Son estas grandes empresas las que hacen lobby para bajar los precios en el Comercio Justo. Entonces, ahora tenemos un Comercio Justo que se acerca cada vez más al comercio convencional. Del lado

de los productores igualmente, al subir los estándares de certificación y bajar los precios en el Comercio Justo. Lo que está ocurriendo es que los pequeños productores, los más desfavorecidos - que fueron la razón de ser del Comercio Justo - ya no podrán competir y, lamentablemente, tendrán que ir saliendo del mercado. Entonces, si esto sigue así, probablemente en el futuro tendremos un Comercio Justo diferente, con grandes empresas en los países desarrollados y con medianos y grandes productores en los países en vías de desarrollo.

Apéndice 3

Encuesta con un/a representante de Alternativa 3 (Importadora española del CJ)

Lugar: Vía Internet - Fechas: 31.1.2011 - Entrevistador: Lukas Decker

1. ¿Teme que las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur pronto tendrán que salir del mercado del Comercio Justo debido a la alta concurrencia de las transnacionales y de los supermercados que han entrado en este mercado?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Al mismo tiempo hay una falta cada vez mayor de materias primas, la demanda existe y por otra parte creo que habrá una progresiva tendencia a unirse en cooperativas más grandes, de 2º. Grado que se adecuen a estas tendencias y mantengan también las demandas de organizaciones mas pequeñas.

2. ¿La entrada de algunas transnacionales y la colaboración con supermercados, incluso tiendas-discount, perjudica la imagen del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

No me gusta personalmente la imagen que da este tipo de relación por tanto quizás soy subjetivo pero aunque lo considero irreversible, no me agrada.

3. ¿Está de acuerdo con la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones (por ejemplo: plátano) y pequeñas fabricas (por ejemplo: pelotas de fútbol)?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

No, aunque beneficie temporalmente a los trabajadores, son los dueños los que se benefician realmente

4. ¿Usted aceptaría la colaboración con empresas o transnacionales que cumplen generalmente con la idea y la filosofía del Comercio Justo y que son transparentes en cuanto a las condiciones de trabajo, la producción y el origen de sus productos?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Estoy en contra de colaborar en algo así aunque acepto que pueda suceder con quienes sí lo ven, ojalá que en determinada dirección, más socialmente orientado

5. Starbucks o Cadbury venden ya una parte muy importante de sus productos bajo el sello de FLO y podrían convertirse en los años siguientes a las primeras transnacionales que sólo venden productos del Comercio Justo.

¿Piensa que esto podría servir como medio de presión para que otras transnacionales sigan el ejemplo en el futuro y que esto podría hacer la globalización más justa?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Aunque con reservas, creo que sí, si esto supone verdaderamente una conversión honesta y bien llevada (controlada, supervisada...)

6. ¿Piensa que la colaboración con transnacionales como Dole y Nestlé que venden sólo una pequeña parte de sus productos bajo el sello de FLO y que fueron sumamente criticadas en el pasado por su comportamiento en los países del Sur es justificable?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

No, me parecen casos flagrantes.

7. ¿Está de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo en los supermercados?
¿Piensa que es bueno tener una alta cuota de mercado de productos del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Sí, de acuerdo siempre que haya una supervisión y control de los criterios y una verdadera participación del productor.

8. ¿Si el Comercio Justo ampliara sus criterios a los supermercados en el Norte (pago digno para los empleados, no a los precios de dumping,...) y exigiera de ellos un compromiso con la idea del Comercio Justo, usted sería de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo (sean con sello o no) en estas entidades?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Totalmente de acuerdo si fuera así.

9. ¿Piensa que sería recomendable exigir de los supermercados (los que venden productos con el sello de FLO provenientes también de grandes plantaciones) que compren una cantidad mínima de esos productos, por ejemplo 40%, solo de pequeños agricultores?

No ← 1 2 3 4 - 5 → Si

Explicación:

Sí, muy de acuerdo y la tendencia debería ser esta porque son quienes están en la base del movimiento, los pequeños productores

10. ¿Piensa que tal fondo podría ser un principio de un acuerdo entre las cooperativas de pequeños agricultores y las transnacionales que participan en el Comercio Justo? ¿Podría aún ayudar a que los oponentes y defensores de la apertura de FLO se acerquen más?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Soy algo escéptico, quizás porque no conozco bien la idea aunque de entrada me parece bien, siempre que el fondo sea democráticamente administrado.

11. ¿Piensa que este fondo funcionaría? ¿Sería posible convencer las transnacionales a pagar cantidades importantes en este fondo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Tengo la impresión de que difícilmente se lograría, quizás en otro contexto o con argumentaciones que toquen sus intereses y este es un terreno movedizo...

Apéndice 4

Entrevista con Carola Reintjes, dirigente de WFTO Europe

Lugar: WFTO Europe, Córdoba - Fechas: 4.2.2011 - Entrevistador: Lukas Decker

1. ¿Teme que las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur pronto tendrán que salir del mercado del Comercio Justo debido a la alta concurrencia de las transnacionales y de los supermercados que han entrado en este mercado?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Si, eso ya está pasando. Esta alta competitividad excluye a las cooperativas más pequeñas de pequeños productores.

2. ¿La entrada de algunas transnacionales y la colaboración con supermercados, incluso tiendas-discount, perjudica la imagen del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Hay que contestar la pregunta caso por caso. Depende mucho de la responsabilidad social corporativa que cada actor tiene. Por ejemplo, la cadena Lidl, perjudica seguramente a la imagen del CJ.

3. ¿Está de acuerdo con la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones (por ejemplo: plátano) y pequeñas fabricas (por ejemplo: pelotas de fútbol)?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Siempre y cuando, esas plantaciones son en posesión de manos colectivas con suficiente participación de los miembros y una distribución justa de los beneficios.

4. ¿Usted aceptaría la colaboración con empresas o transnacionales que cumplen generalmente con la idea y la filosofía del Comercio Justo y que son transparentes en cuanto a las condiciones de trabajo, la producción y el origen de sus productos?

No ← 1 2 3 - 4 5 → Si

Explicación:

Las cooperativas de pequeños agricultores quieren vender sus productos a las transnacionales y supermercados. Si las cooperativas pueden vender de verdad sus productos a estos actores convencionales, lo aceptaría. Claro que si que las empresas tuvieran que cumplir también algunos requisitos como por ejemplo la transparencia sobre sus términos comerciales.

5. Starbucks o Cadbury venden ya una parte muy importante de sus productos bajo el sello de FLO y podrían convertirse en los años siguientes a las primeras transnacionales que sólo ven-

den productos del Comercio Justo.

¿Piensa que esto podría servir como medio de presión para que otras transnacionales sigan el ejemplo en el futuro y que esto podría hacer la globalización más justa?

No ← 1 2 3 - 4 5 → Si

Explicación:

Starbucks prefiere comprar su café de cooperativas no organizadas en vez de cooperativas exigentes y bien organizadas. Eso es muy problemático. Hay que obligar a Starbucks que compre de las cooperativas organizadas para que no puede aprovechar de la debilidad de las cooperativas no organizadas.

6. ¿Piensa que la colaboración con transnacionales como Dole y Nestlé que venden sólo una pequeña parte de sus productos bajo el sello de FLO y que fueron sumamente criticadas en el pasado por su comportamiento en los países del Sur es justificable?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

7. ¿Está de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo en los supermercados?
¿Piensa que es bueno tener una alta cuota de mercado de productos del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Depende del supermercado

8. ¿Si el Comercio Justo ampliara sus criterios a los supermercados en el Norte (pago digno para los empleados, no a los precios de dumping,...) y exigiera de ellos un compromiso con la idea del Comercio Justo, usted sería de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo (sean con sello o no) en estas entidades?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

9. ¿Piensa que sería recomendable exigir de los supermercados (los que venden productos con el sello de FLO provenientes también de grandes plantaciones) que compren una cantidad mínima de esos productos, por ejemplo 40%, solo de pequeños agricultores?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Si! Sin embargo, propondría incrementar esta cantidad mínima progresivamente. 3-4% cada año ya sería mucho. Alcanzar los 40% sería muy difícil a medio plazo.

10. ¿Piensa que tal fondo podría ser un principio de un acuerdo entre las cooperativas de pequeños agricultores y las transnacionales que participan en el Comercio Justo? ¿Podría aún ayudar a que los oponentes y defensores de la apertura de FLO se acerquen más?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Ya existe un fondo parecido. FLO recibe mucho dinero de las tazas de certificación de las grandes empresas. Pero este dinero se queda por el momento básicamente en el Norte. FLO debería cambiar su sistema para que este dinero llegue al Sur.

11. ¿Piensa que este fondo funcionaría? ¿Sería posible convencer las transnacionales a pagar cantidades importantes en este fondo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Ya están pagando en un tal fondo. Sólo tuvieran que pagar algo más.

Apéndice 5

Encuesta con Mayte Hernández Merino, coordinadora del Área de Cooperación y Solidaridad, Universidad Córdoba y antigua empleada de IDEAS

Lugar: Vía Internet - Fechas: 3.2.2011 - Entrevistador: Lukas Decker

1. ¿Teme que las cooperativas de pequeños agricultores en el Sur pronto tendrán que salir del mercado del Comercio Justo debido a la alta concurrencia de las transnacionales y de los supermercados que han entrado en este mercado?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Creo que los pequeños productores ya tienen su mercado (en tiendas de CJ) con las que no compiten las transnacionales ni los supermercados. Las personas que ahora compran en tiendas de CJ no creo que cambien sus hábitos de consumo para sustituir los productos que ahora compran por otros procedentes de transnacionales. Los supermercados y transnacionales abrirían su oferta a otro nicho de mercado, a otros colectivos de consumidores no tan concienciados, y no afectaría a los productores que ahora venden a distribuidoras y pequeñas tiendas de comercio justo, que seguirán teniendo su demanda.

2. ¿La entrada de algunas transnacionales y la colaboración con supermercados, incluso tiendas-discount, perjudica la imagen del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Sí, hace que los/as consumidores/as verdaderamente responsables pierdan la confianza en el CJ

3. ¿Está de acuerdo con la producción de productos del Comercio Justo en plantaciones (por ejemplo: plátano) y pequeñas fabricas (por ejemplo: pelotas de fútbol)?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

No entiendo bien la pregunta.
Estoy conforme con que cualquier producto puede y debe ser elaborado y comercializado bajo los principio de comercio justo

4. ¿Usted aceptaría la colaboración con empresas o transnacionales que cumplen generalmente con la idea y la filosofía del Comercio Justo y que son transparentes en cuanto a las condiciones de trabajo, la producción y el origen de sus productos?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Al principio tendría cierta desconfianza y hasta no conocer en profundidad su comportamiento y toda la política de la empresa y estar segura de que no tiene ninguna denuncia o queja por alguna de sus actuaciones en el ámbito de la producción y comercialización, no me pondría a colaborar con ella. Tendría que asegurarme antes de sus verdaderas intenciones y de si el interés no es por lavar su imagen sino que realmente considera importante cambiar su conducta.

5. Starbucks o Cadbury venden ya una parte muy importante de sus productos bajo el sello de FLO y podrían convertirse en los años siguientes a las primeras transnacionales que sólo venden productos del Comercio Justo.

¿Piensa que esto podría servir como medio de presión para que otras transnacionales sigan el ejemplo en el futuro y que esto podría hacer la globalización más justa?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Pienso que esto podría servir para que otras transnacionales trabajen también con Comercio Justo, pero no que la globalización sea más justa.
La transformación de un mundo más justo sólo será posible si se facilita la participación de las pequeñas empresas y Starbucks perjudica a los pequeños negocios familiares, destruyendo empleo y tejido social, y fomentando otra forma de cultura y consumo que no favorece el desarrollo.

6. ¿Piensa que la colaboración con transnacionales como Dole y Nestlé que venden sólo una pequeña parte de sus productos bajo el sello de FLO y que fueron sumamente criticadas en el pasado por su comportamiento en los países del Sur es justificable?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

No es justificable ninguna colaboración con empresas que no demuestren un cambio de actitud. No se debe ceder ante quienes no tienen aún claro que el bienestar social, los derechos humanos, y la conservación del medio ambiente son las prioridades de cualquier agente social y debe estar por encima de los beneficios económicos de las empresas.

7. ¿Está de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo en los supermercados?
¿Piensa que es bueno tener una alta cuota de mercado de productos del Comercio Justo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Entiendo que el supermercado es el medio más general de suministro de gran cantidad de personas, por lo que me parece una opción para que quienes estén concienciados/as puedan mejorar la calidad y responsabilidad en su consumo, al no haber por el momento suficientes alternativas en negocios y pequeñas tiendas, y muchas personas no tener acceso a CJ y ecológico cerca de donde viven. Pero personalmente seguiré optando por las tiendas de barrio o especializadas en CJ y ecológico siempre que estén disponibles.

8. ¿Si el Comercio Justo ampliara sus criterios a los supermercados en el Norte (pago digno para los empleados, no a los precios de dumping,...) y exigiera de ellos un compromiso con la idea del Comercio Justo, usted sería de acuerdo con la venta de productos del Comercio Justo (sean con sello o no) en estas entidades?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

También dependería del formato de supermercados. No es lo mismo un supermercado AL-COOP (cooperativa cordobesa que tiene pequeños supermercados en casi todos los barrios) que una gran superficie CARREFOUR. Hay escalas y diferentes formatos, algunos de los cuales no creo que haya que demonizar.

9. ¿Piensa que sería recomendable exigir de los supermercados (los que venden productos con el sello de FLO provenientes también de grandes plantaciones) que compren una cantidad mínima de esos productos, por ejemplo 40%, solo de pequeños agricultores?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Depende de a quien pertenezcan esas grandes plantaciones. Si pertenecen a cooperativas o empresas con criterios sociales, no creo que sea malo, o si las plantaciones pertenecen incluso a empresas públicas (caso que pudiera ocurrir en Cuba, por ejemplo, con el café o caña)

10. ¿Piensa que tal fondo podría ser un principio de un acuerdo entre las cooperativas de pequeños agricultores y las transnacionales que participan en el Comercio Justo? ¿Podría aún ayudar a que los oponentes y defensores de la apertura de FLO se acerquen más?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

Quienes se oponen a FLO creo que están muy convencidos del cambio de modelo y creo que aceptarían que se compensara con un fondo (de forma económica) el comportamiento y daño que las transnacionales y grandes superficies provocan en el modelo de consumo.

11. ¿Piensa que este fondo funcionaría? ¿Sería posible convencer a las transnacionales a pagar cantidades importantes en este fondo?

No ← 1 2 3 4 5 → Si

Explicación:

La idea del fondo no sé si está ya contemplada en las cuotas que las transnacionales están aportando a FLO por la certificación. Tendría que informarme más sobre esto. Creo que las empresas tienen que pagar unas primas para cubrir proyectos sociales en las comunidades de los grupos productores, por lo que no creo que aceptarían pagar otro fondo o prima extra. También pagan a FLO (la certificadora) unas cuotas que deberían invertirse en difusión sobre el CJ, sensibilización, capacitación de grupos productores, etc. Si las transnacionales aceptaran a pagar más por esto eso repercutiría directamente en el precio final de los productos (pues no asumirían ellas el coste), que llegarían a salirse del poder adquisitivo de los consumidores y casi convertirse en artículos prácticamente de lujo (como en algunos casos ocurre y son criticados).

Apéndice 6

Entrevista con Andrea Fütterer, Responsable Departamento de Principios Políticos de la GEPA (importadora alemana del CJ)

Lugar: Vía llamada - Fechas: 8.2.2011 - Entrevistador: Lukas Decker

La entrevista está guardada en forma de mp3 en el CD en adjunto.

Apéndice 7

Entrevista con Vicente González, Director de la Fundación ETEA (Córdoba) y miembro del Comité de Control de FLO España para las transnacionales

Lugar: ETEA, Córdoba - Fechas: 9.2.2011 - Entrevistador: Lukas Decker

La entrevista está guardada en forma de mp3 en el CD en adjunto.