



Introducción

*«And before you finish eating breakfast in the morning,
You've depended on more than half of the World».*

Martin Luther King

«A Christmas Sermon on Peace» (1967)

Las palabras de Martin Luther King nos dan una idea muy clara de cómo los lugares más lejanos de este mundo están estrechamente interconectados y de cómo el consumo y el estilo de vida de un determinado país dependen tan directamente de la vida, el trabajo y la producción de otros países. Sin embargo, a pesar de esta gran interconexión entre las regiones y los continentes, aún no somos realmente conscientes de lo que significa en concreto esta dependencia o de cómo se traduce en decisiones políticas y comerciales. Muchos economistas opinan, y no solamente ellos, que a través del acceso y la participación en el comercio internacional se obtienen resultados mucho más exitosos en la lucha contra la pobreza y la reducción de las inequidades que con las ayudas al desarrollo o los programas condicionados de los organismos financieros internacionales o de las agencias de cooperación. Sin embargo, en el comercio internacional siguen existiendo trabas y barreras que impiden las posibilidades de desarrollo a unos y garantizan los niveles de bienestar adquiridos con el tiempo a otros. Lo que en los discursos debería ser un «mercado libre», en realidad es libre solo

para unos pocos grandes, los mismos que ponen las condiciones y escriben las reglas de juego. El mero acceso a los mercados globales no garantiza el logro de resultados positivos en los índices de pobreza o desigualdad, ni tampoco un verdadero desarrollo.

Me viene a la mente un dicho muy popular en varios países de América Latina: «No quiero que me den más, que me pongan donde hay». Lo escuché por primera vez en Madrid: un latinoamericano blanco y de buena familia defendía el enunciado en contra de las políticas desarrollistas que vivió su continente en la segunda posguerra. Al día siguiente pensé, ¿qué sucedería si de verdad nos pusiéramos todos «donde hay»? O mejor dicho, ¿qué sucede si pongo un león y un conejo «donde hay»? En la mejor de las hipótesis, el león se come todo y al conejo solo le quedan las migajas. En la peor de las hipótesis, el león también se come al conejo, y lo que queda son huesos. No es casualidad, de hecho, que la enorme expansión que ha conocido el comercio mundial en las últimas décadas no haya reducido las desigualdades y las injusticias entre los países del Norte y los del Sur, sino todo lo contrario: las ha profundizado,

dibujando un panorama indefendible moralmente e insostenible bajo todo punto de vista. Esto es así porque las condiciones de partida, ya muy desiguales, se mantuvieron o empeoraron para que los «leones» pudiesen seguir conservando o mejorando su nivel de riqueza.

En contra de estas injusticias, a lo largo de los siglos, siempre se han levantado voces de lucha y revolucionarias. En la era del capitalismo avanzado y del neoliberalismo, los movimientos sociales se han reorganizado, han sido embaucados y han vuelto a despertarse con nuevas estrategias, nuevas modalidades y respondiendo de distintas formas a la evolución misma del modelo económico, político y social mundial, proponiendo una nueva globalización: la globalización, desde abajo, de los derechos y de la solidaridad. Dentro de estos movimientos globales, el Movimiento del Comercio Justo es seguramente uno de los más innovadores y exitosos y, sin duda, uno de los más dinámicos, aunque no deje de autocuestionarse. En poco tiempo, de una condición de «oscuro nicho de mercado» ha llegado a ser todo «un fenómeno globalmente reconocido».¹ Las protestas y las propuestas globales, desde Seattle hasta Edimburgo, desde Génova hasta Praga, desde Cancún hasta Mar del Plata, han evidenciado que las nuevas estrategias de lucha y cambio social, basadas en la construcción de otro modo de producir, comercializar y consumir, están tomando cada día mayor protagonismo, «in and against the market».² Según los últimos datos

sobre Comercio Justo (en adelante CJ), proporcionados por el estudio «Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story», quizá el más completo a nivel cuantitativo en este particular ámbito de investigación, las ventas de productos certificados por el CJ se han triplicado entre 2004 y 2007, pasando de 832 a 2,381 millones de euros, en los 33 países consumidores considerados.³ En los dos principales mercados de productos «justos», Estados Unidos y el Reino Unido, se venden respectivamente el 31 y el 30% de todos los productos certificados por la Fairtrade Labelling Organizations International (en adelante FLO). En 2007, se estimaba que los productos no certificados alcanzaran un valor de 265 millones de euros que, sumados a los certificados, darían un volumen total de 2.65 billones de euros, 4 billones de dólares. A pesar de que el CJ represente solo un 1% del mercado internacional, no hay duda de que sigue siendo un mercado en constante crecimiento, aunque tenga que padecer las consecuencias de las crisis mundiales: alimentarias, energéticas, sanitarias o financieras. Europa sigue siendo el primer mercado para los productos de CJ, y el Reino Unido mantiene su posición de liderazgo en cuanto a volúmenes de venta. En este país, el consumo per cápita de productos de Comercio Justo llegó a 11.57 euros en 2007, y las ventas han crecido de 16.7 a 799 millones de libras esterlinas entre 1998 y 2009.⁴

Entre los tres productos que analizaremos en este estudio, el café lidera sin duda el «mercado justo» y Estados Unidos es su mayor importador. El cacao ha

¹ Traducción propia del inglés: Murray D. L. y Reynolds, L. T., «Globalization and its antinomies. Negotiating a Fair Trade movement», en Reynolds, L. T., Murray D. L. y Wilkinson, J. (2007), *Fair Trade. The challenges of transforming globalization*, Routledge, New York, pág. 5.

² Brown, M. B. (1993), *Fair Trade: Reform and Realities in the International Trading System*, Zed, Londres, citado en: Jaffee, D. (2007), *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*, University of California Press, California y Londres, pág. 28.

³ En Europa: Austria, Bélgica, Bulgaria, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido. Además, Estados Unidos, Canadá, Japón, Australia y Nueva Zelanda.

⁴ Krier, J.-M. (2008: 19).

1. VENTAS DE CAFÉ, PRODUCTOS CON CACAO Y BANANOS CERTIFICADOS POR FLO, EN EL REINO UNIDO 1998-2009, VALORES EN MILLONES DE LIBRAS ESTERLINAS

Producto	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Café	13.7	15.0	15.5	18.6	23.1	34.3	49.3	65.8	93.0	117.0	137.3	157.0
Productos con cacao	1.0	2.3	3.6	6.0	7.0	10.9	16.5	21.9	29.7	25.5	26.8	44.2
Bananos	n/d	n/d	7.8	14.6	17.3	24.3	30.6	47.7	65.6	150.0	184.6	209.2

Fuente: The Fairtrade Foundation (UK): <http://www.fairtrade.org.uk/what_is_fairtrade/facts_and_figures.aspx>.

2. VOLÚMENES DE VENTA DE CAFÉ, CACAO Y BANANOS CERTIFICADOS POR FLO 1998-2005, VALORES EN TONELADAS MÉTRICAS

Producto/año	1998	2001	2004	2005	Tasa de crecimiento 1998-2005 (%)	Tasa de crecimiento 2004-2005
Café	11,664	14,388	24,222	33,992	191	40
Cacao	806	1,453	4,201	5,657	602	35
Bananos (frescos)	14,656	29,072	80,641	103,877	793	29

Fuente: Datos FLO citados en: Raynolds, L. T. y Long, M. A., «Fair/Alternative Trade. Historical and empirical dimensions», en Raynolds, L. T., Murray D. L. y Wilkinson, J. (2007), *Fair Trade. The challenges of transforming globalization*, Routledge, New York, pág. 23.

ido creciendo rápidamente en los últimos años, así como los bananos que, actualmente, representan el segundo producto por importancia con sello FLO, a pesar de que su certificación solo empezó en 1996.⁵ Según los datos de la European Fair Trade Association (EFTA), las grandes importadoras europeas de CJ importan desde 153 proveedores latinoamericanos, casi la mitad de todos los proveedores mundiales de CJ. Dos tercios de estos proveedores exportan alimentos, o sea, productos agrícolas.

Dentro de este grupo existen experiencias concretas de organizaciones de pequeños productores dominicanos que desde hace años participan del movimiento global por un comercio con justicia y tejen redes estables, duraderas y solidarias con los otros

dos anillos fundamentales de esta relación comercial alternativa. En el primer anillo encontramos a los «mediadores-facilitadores» representados por las organizaciones de CJ del Norte. Por un lado, las importadoras que importan al por mayor ofrecen asistencia técnica a los productores, mantienen con ellos la relación comercial y comercializan los productos entre las tiendas solidarias que, por el otro, venden los productos al por menor. Importadoras y tiendas de CJ, además, llevan a cabo una importante labor de concienciación y *lobby* político para difundir la filosofía y los objetivos del movimiento, tanto entre los ciudadanos como ante las instituciones locales, estatales o internacionales. Como veremos a lo largo de este estudio, la distribución de productos de CJ se ha ampliado a las grandes superficies, pero no sin causar oposiciones y fracturas dentro del movimiento. El último anillo de esta cadena solidaria son los consumidores conscientes, responsables y comprometidos (sobre todo de los países del Norte) que no solo en-

⁵ Véase: Raynolds, L. T. y Long, M. A., «Fair/Alternative Trade. Historical and empirical dimensions», en Raynolds, L. T., Murray D. L. y Wilkinson, J. (2007), *Fair Trade. The challenges of transforming globalization*, Routledge, New York, págs. 23-24.

carnan una voluntad solidaria de defender el desarrollo de los pequeños productores marginalizados del Sur y sus comunidades, sino también representan ciudadanos activos y sujetos críticos, capaces de poner en duda sus privilegiados niveles de vida, sus niveles de desarrollo o su manera de vivir y consumir.

El objetivo de este estudio es analizar solo un anillo de esta cadena, precisamente el primero, el de los productores, y específicamente en este país. Conocimos así las experiencias más significativas de asociaciones y grupos de productores de la República Dominicana, que exportan sus productos a las redes del CJ internacional, sobre todo de Europa y Estados Unidos. Los tres rubros considerados en este estudio, tres productos agrícolas no procesados también llamados *commodities*, son el café, el cacao y el banano.

La parte central de la presente publicación (el capítulo 4) recoge todo el trabajo de investigación sobre las experiencias de CJ escogidas. Partiendo desde el material proporcionado por las organizaciones, por los estudios de caso ya publicados, por el resto de la bibliografía y por las entrevistas llevadas a cabo durante los meses de junio y julio de 2010, trazaremos los rasgos fundamentales de estas experiencias: nacimiento, arranque, desarrollo y crecimiento, hasta la estabilización o la crisis de la nueva relación comercial. En este capítulo, daré amplio espacio a las voces de los mismos pequeños productores, y pequeñas productoras, que he podido conocer. Sus experiencias de vida y sus actividades dentro de las organizaciones a las que pertenecen, además de ser valiosos testimonios del compromiso campesino con el desarrollo local, nos ayudarán a leer estas experiencias productivas desde las vivencias de sus mismos integrantes y por tanto muy desde adentro.

Idea central de esta investigación es subrayar cómo la filosofía del CJ, bien visible en sus criterios y valores, puede representar una verdadera estrategia de desa-

rrollo local, humano y sostenible, y entonces constituir una herramienta hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, puntos de partida mínimos hacia un desarrollo económico, político y social integral y la construcción de una sociedad más cohesionada. Por esta razón, el estudio comenzará por una panorámica general sobre el cumplimiento de las metas del milenio en la República Dominicana (capítulo 1). Como el mismo presidente Leonel Fernández recordó, durante la Reunión plenaria de alto nivel sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio convocada por la Asamblea General de las Naciones Unidas (20-22 de septiembre de 2010), para el 2015 el país no podrá cumplir con varios de los objetivos establecidos en el año 2000. Sin embargo, reafirmó el compromiso nacional con los mismos, también a través de la búsqueda de nuevas estrategias para fomentar el desarrollo.

Quiero empezar por aquí para subrayar que, por un lado, aún existen barreras que impiden alcanzar objetivos claros y medibles, aunque para muchos sean todavía muy limitados. Por otro lado, para demostrar que la filosofía, los valores y los criterios del CJ reafirman con fuerza la importancia de abordar la economía (producción, comercio y consumo) con una clara visión solidaria, no egoísta o especulativa. Además, estos valores nos recuerdan que cualquier estrategia de desarrollo sostenible tiene que empezar inevitablemente por el trabajo, pero un trabajo digno (en condiciones dignas y dignamente remunerado), productivo (competitivo y enriquecedor, pero no solamente desde el punto de vista de los ingresos), socialmente y ambientalmente sostenible (con una visión necesariamente intergeneracional). Un trabajo que dignifique al ser humano y sus relaciones con la comunidad local, nacional y global. Este análisis comparativo entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los criterios del CJ será objeto del capítulo 5.

Antes de poder abordar las experiencias dominicanas, en el capítulo 2 se ofrecerá una panorámica general de los mercados globales y nacionales de café, cacao y banano, mientras que el capítulo 3 dará espacio al nacimiento, desarrollo y situación actual del movimiento mundial por un comercio con justicia. Este capítulo ayudará al lector a conocer lo que se entiende por Comercio Justo, pero también las diferencias y las actuales fracturas existentes dentro de este movimiento. Además, daré algunas aportaciones desde la perspectiva latinoamericana, sobre todo

dom, entre otros, son: «Mejorar la calidad de vida de los pequeños productores organizados; Fortalecer las organizaciones de pequeños productores del Comercio Justo; Defender los intereses de los pequeños productores; Mantener una relación estrecha con FLO; Mantener una participación activa en la CLAC, siendo grupo de base de la misma».⁶ Según los datos que nos proporcionó Juan Ramiro Cabral, presidente actual de la coordinadora, al 3 de diciembre de 2009 las organizaciones dominicanas de pequeños y medianos productores certificadas por FLO eran las siguientes:

3. ORGANIZACIONES DOMINICANAS DE PRODUCTORES CERTIFICADAS POR FLO (DICIEMBRE 2009)

Café	Cacao	Banano
Miembros de la coordinadora (julio de 2010)		
Coscafé	Conacado	Aprobano (Finca 6)
Fedecares	Fundopo	Asoarac
Junta Monseñor Romero		Banelino
		Cooprobata
No miembros (julio de 2010)		
	Junacas	La Santa Cruz
	Cooproagro	Asobanu
		Máximo Gómez
		Asexbam

desde la actividad de la CLAC, la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo, cuyas posiciones se reflejarán a lo largo de todo el trabajo.

Al momento de hacer las entrevistas, las organizaciones que hemos analizado en esta investigación, a excepción de una, formaban parte de la Coordinadora Dominicana de Pequeños Productores de Comercio Justo (Coordom). La coordinadora se fundó en enero de 2006 con el objetivo de ofrecer a los pequeños productores un espacio para la discusión y la toma de decisiones a nivel nacional. Los objetivos de la Coordom, entre otros, son:

Hasta el mes de julio de 2010, mientras se desarrollaba la investigación, solo las primeras nueve conformaban formalmente la Coordom. Las demás no formaban parte de la coordinadora o estaban en proceso de entrar. En la reunión mensual de julio, por ejemplo, participaron por primera vez representantes de la asociación La Santa Cruz. De estas 15 organizaciones, consideramos las primeras nueve, pero también Junacas. La pronta disponibilidad de sus miembros nos proporcionó una tercera expe-

⁶ Banelino (2006), *Boletín Anual 2006*, Banelino, Mao, Valverde, República Dominicana, pág. 16.

4. ORGANIZACIONES DOMINICANAS DE COMERCIO JUSTO ANALIZADAS EN ESTA INVESTIGACIÓN				
<i>Café</i>	1) Junta Monseñor Romero	2) Coscafé	3) Fedecares	4) Coopaprocosemup
	Guaiguí Municipio de La Vega Provincia de La Vega	Salcedo Municipio de Salcedo Provincia Hermanas Mirabal	San Cristóbal Municipio de San Cristóbal Provincia de San Cristóbal	Polo Municipio de Polo Provincia de Barahona
<i>Cacao</i>	5) Junacas	6) Conacado	7) CoopBloque2	8) Fundopo
	El Jobo Municipio de Salcedo Provincia Hermanas Mirabal	Haina Municipio de Haina Provincia de San Cristóbal	El Cercadillo Municipio de Yamasá Provincia de Monte Plata	Medina Municipio de Villa Altagracia Provincia de San Cristóbal
<i>Banano</i>	9) Banelino	10) Aprobano	11) Cooprobata	12) Asoarac
	Mao Municipio de Mao Provincia de Valverde	Finca 6 Municipio de Azua Provincia de Azua	Azua Municipio de Azua Provincia de Azua	Hatillo Palma Municipio de Guayubín Provincia de Montecristi

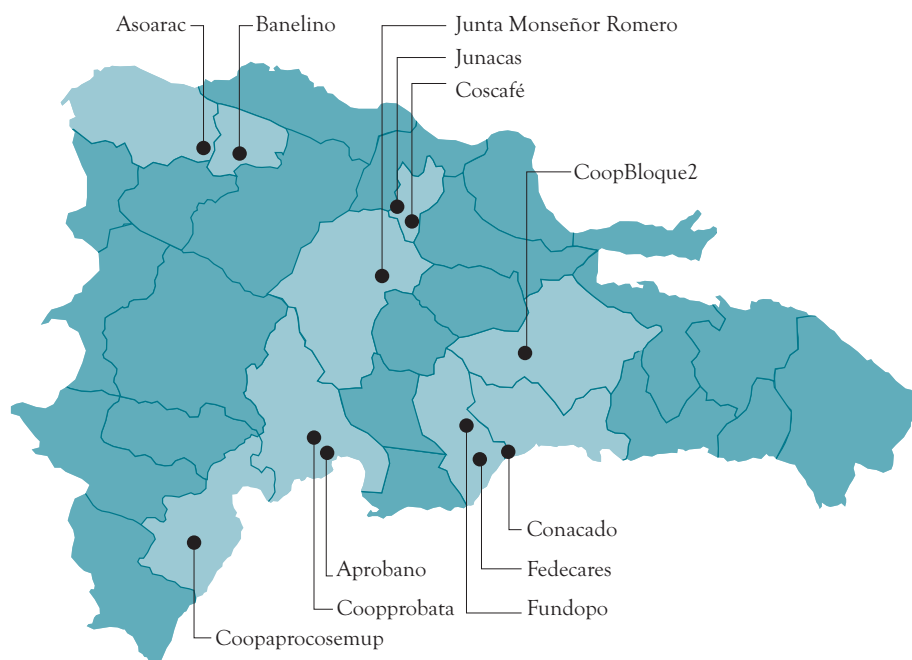
riencia en el rubro de cacao; de esta manera, pudimos contar con tres experiencias por cada rubro. Además, pudimos conocer la Cooperativa Agropecuaria de Productores de Café Orgánico y Servicios Múltiples de Polo (Coopaprocosemup) como una de las experiencias de organización de pequeños productores de café asociada a Fedecares y, para el caso de Conacado, conocimos la Cooperativa del Bloque 2, correspondiente al municipio de Yamasá. Todas las entrevistas tuvieron lugar en la sede de las organizaciones, sin embargo, también pudimos visitar algunas fincas y otras infraestructuras. En el caso del café, visitamos una finca de la Junta Monseñor Romero y una de la Coopaprocosemup en Polo; en el caso del cacao, visitamos las infraestructuras del Bloque 2 de Conacado en la comunidad de El Cercadillo (Yamasá) y las de Junacas en la comunidad El Jobo (Salcedo); en el caso del banano visitamos una de las fincas demostrativas del proyecto de Agricultura Orgánica, Biodiversidad y Medio Ambiente, de Banelino (Mao, Valverde), y una planta de empaque de Aprobano, en la Finca 6 (Azua).

Además, tuve la oportunidad de participar en la asamblea de julio de la Coordinadora Nacional, con lo que conocí más de cerca el proceso y los temas que sus miembros estaban tratando durante el periodo de esta investigación; por ejemplo, los contenidos de los estatutos de la coordinadora.

El estudio termina con una parte de conclusiones y recomendaciones que indican posibles respuestas a los motivos iniciales que animaron esta investigación:

- Suplir la falta a nivel nacional de una publicación sobre CJ; en este sentido, la publicación está dirigida a todo el mundo universitario, estudiantes, profesores e investigadores que quieran acercarse a estos temas o seguir profundizando la investigación con estudios de casos más específicos sobre las experiencias de CJ presentes en el país;
- poner sobre el tapete el debate sobre otro modo de entender la producción, el comercio y el consumo; en este sentido, el objetivo es provocar el intercambio entre académicos, políticos, expertos de organizaciones gubernamentales

1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS SEDES DE LAS ORGANIZACIONES



mentales o no gubernamentales sobre la necesidad de apoyar la competitividad de estos pequeños productores, así como reconocer el rol económico, social, político y medioambiental que sus organizaciones están jugando (sobre todo a nivel local) a favor del desarrollo humano y sostenible;

- acercar las instituciones estatales a los temas del CJ y de la economía solidaria, ampliamente desconocidos por los que cotidianamente, a través de las políticas públicas que diseñan, aprueban e implementan, influyen directamente en el desarrollo local y nacional;
- provocar y estimular a las mismas organizaciones de productores a que junten y mejoren sus esfuerzos para lograr más visibilidad, protago-

nismo y fuerza en el escenario sociopolítico nacional.

Durante la lectura de este estudio el lector tiene que tener bien presentes algunas reflexiones puestas en evidencia justamente en el documento de presentación de la Propuesta de Estrategia Nacional de Desarrollo 2010-2030. Son tendencias globales, y sobre todo latinoamericanas, que también podemos considerar para el caso de la República Dominicana:

- La continua emigración del campo a la ciudad y la conformación de cordones de pobreza donde la población no recibe ninguna o escasa asistencia estatal y no tiene acceso a los servicios básicos;
- de ahí la emergencia de un fenómeno que algunos definen como «nueva pobreza», una

pobreza urbana derivada además de la pauperización laboral;

- un crecimiento de la desigualdad económica, social y política en casi todos los países, un proceso que se nota claramente en el acceso a los servicios básicos como el agua, la salud y la educación;
- la intensificación de los flujos migratorios y, al mismo tiempo, una reducción de las remesas, debida esencialmente a los momentos de crisis que está viviendo la economía global y más en particular los países receptores. No es casualidad el endurecimiento de las políticas migratorias tanto en Estados Unidos como en Europa;
- una tendencia al envejecimiento de la población, con cambios importantes en la pirámide poblacional también en los países en vías de desarrollo;
- «una percepción creciente de que la democracia es capturada por las élites y no ha sabido responder a las necesidades de la población».⁷ Seguimos viviendo en «democracias mínimas», donde la participación ciudadana en el sistema electoral no se traduce también en participación ciudadana en la toma de decisiones que guardan relación directa con el desarrollo político, económico y social de sus comunidades, y menos de su país;
- una confianza muy baja en los partidos políticos, percibidos como maquinarias corruptas y alejadas de los intereses de los ciudadanos; así como poca confianza en las autoridades en general. Al contrario, una creciente voluntad de auto-organización comunitaria, una confianza visible en los lazos asociativos de base y en las

respuestas ciudadanas y de las organizaciones sociales ahí donde el Estado sigue ausente;

- la acentuación de los problemas medioambientales relacionados con el uso de los recursos naturales e hídricos, con la eliminación de los residuos sólidos y el reciclaje, con la degradación y contaminación de los suelos, sobre todo debido a las actividades industrial y minera, energética, turística y agropecuaria altamente explotadoras. Al contrario, una conciencia colectiva creciente de las organizaciones campesinas y de pequeños productores en cuanto al cuidado medioambiental, a la conservación y no contaminación de los suelos, sobre todo a través de la conversión a la agricultura orgánica.

En América Latina, estas tendencias empezaron a aflorar durante la llamada «década perdida» de los ochenta, se profundizaron durante la que me gusta llamar «medio perdida» (los años noventa) y, sobre todo a partir del nuevo siglo, estimularon la respuesta ciudadana organizada y el nacimiento de nuevos movimientos sociales que, una vez más, proponen «otro modo y otro mundo».

Estas consideraciones nos acompañaron durante las fases de investigación y de redacción, y nos acompañarán a lo largo de toda esta publicación. Nos proporcionan el panorama de fondo en el cual dibujaremos las propuestas del movimiento por un comercio con justicia, entregando al lector las primeras y fundamentales pinceladas para captar su esencia y para entender el rol protagónico que las organizaciones de pequeños productores pueden jugar en el desarrollo local, humano y sostenible de la República Dominicana.

⁷ MEPYD y CNRE (2010: 30).