

El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?

Armando García Chiang*

Producto de diferentes iniciativas de comercio alternativo, el *comercio justo* puede ser definido como un tipo de asociación que busca un desarrollo durable para los productores excluidos o con grandes desventajas, objetivo que pretende alcanzar a través de proponer mejores condiciones comerciales a los productores y de otorgar orientación a los consumidores. En las dos últimas décadas, este tipo de comercio ha tenido un crecimiento constante en los países industrializados. Esto ha evidenciado diferentes concepciones y estrategias para su avance y despertado interrogantes sobre el impacto de sus prácticas y su capacidad para representar una alternativa real de desarrollo local sustentable y equitativo. Este artículo hace una breve revisión de la historia del comercio justo, introduce una discusión sobre su relación con el desarrollo local y la economía social, y presenta ejemplos concretos de esta alternativa comercial tanto del lado de los productores como del de los consumidores.

Palabras clave: Comercio justo, desarrollo local, relaciones comerciales

Introducción

Existe una corriente que ubica al comercio justo dentro del contexto más amplio de una economía que sirva a los seres humanos, lo cual puede significar la inscripción del comercio justo dentro de la economía social y solidaria. Se habla de prácticas comerciales equitativas que sólo tienen sentido si van más allá del ámbito de las relaciones comerciales

*Doctor en Sociología por la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, París, Francia. Profesor-investigador titular en el Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Correo electrónico: <chiang@club-internet.fr>.

entre los países desarrollados y los emergentes, y se sitúan en un ámbito de acción –local o regional– en el cual exista un conjunto de prácticas basadas en la transparencia y el acceso a la información que contribuyan a fortalecer la solidaridad entre los consumidores y los productores.

Los criterios básicos del comercio justo son el establecimiento de una relación directa entre productores y consumidores; la cancelación en lo posible de intermediarios y especuladores; la aplicación de un precio justo y estable que permita al productor y su familia vivir dignamente; la autorización de un financiamiento parcial antes de la cosecha; el establecimiento de contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo y de valores éticos, cómo la búsqueda del bien común, de la equidad, y del cuidado del medio ambiente. Este conjunto de características conduce no sólo a establecer un precio que alcance para satisfacer las necesidades de los productores, sino también a crear las condiciones para un desarrollo sustentable.

Por otro lado, se puede sostener que el comercio justo es factor de transparencia comercial. Esto es, cuando los importadores compran directamente el producto bajo los criterios establecidos, el pago que reciben los productores es más alto; a la vez, con la reducción del número de intermediarios los precios al consumidor sólo se elevan de manera moderada. A cambio, el consumidor sabe de dónde viene el producto que está consumiendo, y se asegura de que éste no está agravando la degradación del medio ambiente y ni las condiciones desfavorables de trabajo. De este modo, el comercio justo se puede definir desde dos perspectivas: a) como una herramienta de cambio del modelo económico que tiene como meta corregir las fallas del sistema capitalista actual, y b) como un mecanismo de inserción de los productos del Sur en los mercados del Norte en una situación de equidad.

En ese contexto, el comercio justo podría ser considerado como una herramienta para el desarrollo local. En este artículo se explora dicho postulado a través de una breve recapitulación de la historia del comercio justo, del análisis de su relación con el desarrollo local y de ejemplos concretos tanto en los países productores como en los consumidores.

Breve historia del comercio justo

Rafael Sanchis (2006), desde una experiencia personal en los países productores del Sur y con información sobre los índices del Programa

de las Naciones Unidas para el Desarrollo, sostiene que el comercio justo se desarrolla principalmente con los países más desfavorecidos y apoya de manera especial a organizaciones de producción con participación de mujeres, además de otorgar un financiamiento previo a sus proveedores y establecer relaciones comerciales estables en el tiempo. En estrecha colaboración con las aportaciones de las organizaciones de cooperación internacional, el comercio justo se orienta al desarrollo y a una hipotética erradicación de la pobreza. Así, el problema básico del comercio tradicional, que podría considerarse como injusto, lo constituyen las reglas inequitativas del juego y los dobles estándares que rigen los intercambios comerciales internacionales, los cuales han sesgado el crecimiento en beneficio de los países desarrollados, con lo cual han profundizado aún más las diferencias entre ricos y pobres. El comercio justo es “una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, cuyo objetivo principal es lograr una mayor equidad en el comercio mundial” (EFTA, 2001a). La definición proviene de la red FINE, cuyo nombre está formado a partir de las letras iniciales de los nombres de las cuatro organizaciones de comercio justo que se agrupan en ella: Fairtrade Labelling Organizations International, FLO; International Fair Trade Association, IFAT, actualmente World Fair Trade Organization, WFTO; Network of European Worldshops, NEWS!, y European Fair Trade Association, EFTA.

Los objetivos estratégicos del comercio justo son:

1. Contribuir a que productores y trabajadores marginales superen la posición de vulnerabilidad en la que se encuentran y accedan a la seguridad y la autosuficiencia económica.
2. Otorgar a esos productores y trabajadores una mayor influencia en las decisiones de sus organizaciones.
3. Desempeñar un papel más activo en el escenario mundial en la búsqueda de mayor equidad en el comercio mundial (EFTA, 2001a).

Esos diferentes criterios y principios que los productores y los compradores se comprometen a respetar varían de acuerdo con el producto y el modo de producción (pequeños productores o plantación). Son establecidos por la FLO) a través de mecanismos de certificación.

Con respecto a los productores, los criterios son de dos tipos: a) Mínimos, a través de los cuales obtiene la certificación que permite su acceso a los programas de comercio justo, y b) de Progreso que incluye parámetros que alientan a los productores a mejorar en forma continua

la calidad y sustentabilidad de su producción, fomentan el desarrollo organizacional e incrementan su bienestar (FLO, 2005).

Los productores se comprometen también a proteger el medio ambiente y a seguir las normas de salud y seguridad. En el caso de los empleados, el empleador se obliga a cumplir condiciones como permitir la sindicalización, pagar un salario digno, respetar estrictamente las normas de salud y seguridad de los trabajadores, y cumplir los convenios internacionales sobre el trabajo forzoso y el trabajo infantil.

En lo que corresponde a los compradores, los criterios certificación del comercio justo establecen que debe pagarse por el producto un precio *justo*, es decir, un importe que cubra los costos de un método de producción sostenible que no dañe al medio ambiente. Además, deben ser capaces de ofrecer a las organizaciones productivas un financiamiento previo a la cosecha y obligarse a establecer relaciones comerciales de largo plazo.

En lo que concierne a la historia del comercio justo, Gavin Fridell (2006) subraya que debe hacerse una distinción entre la *red de comercio justo* y el *movimiento de comercio justo*. La categoría de *red* se usa para referirse a una red formal de organizaciones no gubernamentales (ONG) que vincula a campesinos y trabajadores del Sur con socios del Norte a través de un sistema de reglas de comercio. En contraste, el término *movimiento* se usa para referirse a una corriente más general e informal que surgió a finales de la segunda Guerra Mundial y que ha tenido una influencia significativa en los círculos internacionales del desarrollo.

Para Fridell (2006) este movimiento no tiene existencia oficial, pero puede ser referente para englobar a una variedad de iniciativas dirigidas tanto por gobiernos de los países en desarrollo, como por organismos internacionales y ONG con el propósito de usar la regulación del mercado para proteger a los agricultores y trabajadores pobres de los altibajos del mercado. En referencia a la red de comercio justo, este autor señala que su desarrollo se ha visto influido de modo significativo por el movimiento, del que tomó el enfoque de combatir los precios injustos aplicados a los productos básicos para lograr “comercio, no ayuda”.¹

Además, la red tuvo influencias de la teoría de la dependencia y su crítica a las desigualdades inherentes al sistema capitalista mundial.

¹ Este lema surgió en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por su nombre en inglés), establecida en 1964.

Como resultado, desde un principio los promotores del comercio justo buscaron desarrollar un sistema alternativo de comercio en el que los precios no estuvieran determinados por los altibajos del sistema mundial, el cual se puede considerar inherentemente injusto, sino a través de negociaciones entre los interesados sustentadas en el principio de justicia para todas las partes.

Según los trabajos de autores como Gavin Fridell (2004a, 2006), Véronique Bisailon, Corinne Gendron y Marie-France Turcotte (2005), Flurina Dopper y Alma Amalia González (2007), Mara Fridell, Ian Hudson y Mark Hudson (2008), Corinne Gendron, Véronique Bisailon y Ana Isabel Otero (2008), los múltiples orígenes de la red de comercio justo se sitúan entre las décadas de los cuarenta y cincuenta del siglo xx, cuando organizaciones cristianas de Europa y Norteamérica empezaron a vender, mediante proyectos de adquisición directa, artesanías producidas por artesanos del Sur en condiciones desventajosas. En las siguientes dos décadas estas estructuras se desarrollaron como organizaciones de comercio alternativo e iniciaron la importación y venta de artesanías de comercio justo a través de pedidos por correo, grupos eclesíásticos solidarios y tiendas de comercio justo. En las décadas de los setenta y ochenta, el café y otros productos básicos agrícolas fueron introducidos en los mercados de comercio justo y su facturación rápidamente excedió la de las artesanías y desató el crecimiento de la red. Para la década de los noventa, en Europa y Norteamérica existían docenas de organizaciones alternativas dedicadas al comercio justo; las más grandes, con importantes ventas anuales de varios millones de dólares.² Entre éstas destacan el Oxford Committee for Famine Relief (Comité Oxford de Ayuda contra el Hambre), mejor conocido como Oxfam, fundado en Gran Bretaña en 1942; la Fair Trade Federation (Federación de Comercio Justo) en Estados Unidos, cuyos inicios se remontan a 1946, y la Fédération Artisans du Monde (Federación de Artesanos del Mundo), creada en Francia en 1981, con antecedentes que datan de 1970.

En 1988 surgió la primera iniciativa para crear un sello de comercio justo, con la creación de la Fundación Max Havelaar en los Países Bajos.

² Un ejemplo de ello es el hecho de que Fair Trade Organisation, una organización pionera en el comercio justo y la más grande de los Países Bajos, tenía una facturación superior a los 15.6 millones en 1999-2000 (EFTA, 2001a, 2001b).

Esta iniciativa fue el fruto del encuentro entre una organización campesina mexicana (Unión de las Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI) y un asesor de la organización Solidaridad, quienes con la colaboración de las redes de la iglesia católica decidieron promover la creación de un sello de comercio justo que permitiera a las compañías transnacionales convencionales incursionar en el mercado justo a cambio de una cuota de certificación, a partir del supuesto de que los importadores convencionales estarían motivados a participar en el comercio justo porque el sello les daría un valor agregado en el mercado (Vander-Hoff, 2001, 2002).

Desde su formación, los sellos de comercio justo se difundieron rápidamente, según explica Gavin Fridell (2006). En la actualidad existen 17 iniciativas nacionales –bajo los nombres de Max Havelaar, TransFair, Fair Trade Foundation, Reilan Kauppa o Rättvisemärkt– coordinadas por la FLO, con sede en Bonn, Alemania. La FLO tiene estándares internacionales de comercio justo para una variedad de productos agrícolas primarios que incluyen café, té, cacao, plátano, miel, caña de azúcar, naranja, mango, piña y jugos de frutas. Los productos certificados por la FLO son comercializados bajo términos de precio mínimo garantizado e incluyen “primas sociales” pagadas por el comprador a las comunidades productoras para el desarrollo de infraestructura, como hospitales, escuelas, caminos y facilidades para el procesamiento. Esta organización internacional tiene estrictos estándares laborales y ambientales a los cuales deben adherirse sus socios del Sur y que incluyen la negativa al trabajo infantil y forzado, la libertad de asociación para los trabajadores y medidas de sustentabilidad ambiental. Adicionalmente, las cooperativas de los pequeños agricultores deben estar dirigidas por una asamblea general con derecho al voto para todas las familias integrantes y tener una junta electa democráticamente que determine el uso de la prima social (FLO, 2003).

Otro ejemplo de sello del comercio justo es la fundación STEP, creada en 1995 por organizaciones suizas, a través del cual los productores de tapices se comprometen a otorgar buenas condiciones de trabajo y de vida a los tejedores y tejedoras, a luchar contra el trabajo infantil y a proteger el medio ambiente.

La propuesta de crear un sello de comercio justo provocó división entre las organizaciones involucradas, ya que algunas se sentían capaces de garantizar por sí mismas la equidad a lo largo de todo el proceso productivo. Por lo tanto, consideraban que no tenían necesidad de colocar

un sello de garantía. Ejemplo de ello es la red francesa de organizaciones de comercio justo denominada Minga.

Retomando el recorrido histórico del comercio justo, puede decirse que en su modalidad de *red* tuvo un crecimiento significativo como resultado de su reorientación e introducción en las grandes cadenas comerciales. Sin embargo, las ventas por comercio están aún muy lejos de cubrir las necesidades de los socios productores del Sur, muchos de los cuales sólo pueden vender una pequeña proporción de su producción total en los mercados de comercio justo. Según Laura T. Raynolds (2002) las cooperativas de comercio justo de café pueden vender en promedio sólo 20% de su producción. Al mismo tiempo, hay indicadores de límites significativos para las perspectivas de crecimiento a largo plazo de los mercados de comercio justo. De acuerdo con la EFTA, mientras los mercados relativamente no explotados han mostrado un crecimiento sustancial en años recientes, los mercados de comercio justo bien establecidos, como los de los Países Bajos y Alemania, han registrado un crecimiento lento o incluso una caída, lo que refleja “haber alcanzado un cierto nivel de umbral de ventas o cuotas de mercado que parece muy difícil de superar” (EFTA, 2001b: 33-36).

Para Gavin Fridell (2006), el indicador más alarmante de los límites del mercado de comercio justo es quizá la caída de las tasas de crecimiento del café de comercio justo, ya que se trata del sector tradicionalmente más grande y con la expansión más acelerada. Según este autor, en el 2000 la FLO indicó que estaba reticente a registrar cualquier nueva cooperativa debido al estancamiento de las ventas de café, que tuvo su origen en la caída de los precios de las exportaciones para granos de café convencionales, fenómeno que ha dañado la competitividad del comercio justo.

En respuesta a estas presiones del mercado mundial, los promotores del comercio justo han buscado escalar sus esfuerzos para expandir el mercado de este tipo de comercio, especialmente en Norteamérica.³

³ En lo que se refiere a los productos de la filial justa, conviene subrayar que en general se trata de materias primas no transformadas, importadas de países del Sur (café, té, cacao, plátano, arroz, quinua) y productos transformados cuya elaboración se encuentra mayoritariamente en los países consumidores (café tostado, chocolate, alcohol, galletas, dulces, mermeladas, pastas, papas fritas, y refrescos embotellados). De los 92 millones de euros correspondientes a los productos adquiridos por los distintos agentes en 2004, sólo 21 millones (23%) se importaron directamente de los países del Sur; el resto de las compras fueron realizadas por los

La principal estrategia empleada por los activistas es poner en marcha campañas de *buycotting*: en lugar de boicotear corporaciones para forzarlas a adoptar estándares de comercio justo, buscan crear una demanda de estos productos entre los consumidores y después obligar a las corporaciones a satisfacer la demanda, todo ello a través de acciones de envío de cartas y protestas. Quizá una de las más notables campañas de *buycotting* fue obligar en el año 2000 a Starbucks Coffee, la compañía más grande de café especializado, a empezar a ofrecer cantidades limitadas de café de comercio justo en sus tiendas en Estados Unidos (Waridel, 2002: 107-109).

Por otro lado, las respuestas de las grandes compañías trasnacionales del sector alimentario pueden agruparse en dos estrategias diferentes, pero complementarias. La primera es una crítica, sobre la base de la economía de la oferta y la demanda, de los medios que utiliza el comercio justo para cumplir con sus objetivos. La segunda es una campaña para demostrar que las grandes compañías reconocen la pertinencia de las reivindicaciones del comercio justo y se desplazan de manera proactiva para hacerles frente con una variedad de iniciativas.

En respuesta a las campañas de comercio justo, las compañías trasnacionales comenzaron a vender cantidades limitadas procedentes del comercio justo. Es el caso de Kraft Foods, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee, las cuatro empresas más grandes del mundo en el sector alimentario. La creciente participación de las grandes compañías trasnacionales en la red de comercio justo, generalmente gestionada por los activistas, provoca serias preocupaciones acerca del futuro, ya que a través de un compromiso relativamente menor, las compañías trasnacionales logran publicidad favorable a ellas sin tener que abandonar sus prácticas comerciales tradicionales ni disminuir su rentabilidad.

Además de las campañas de *buycotting*, los activistas del comercio justo también han buscado expandir su mercado a través de ganarse el apoyo de las instituciones públicas, cuyas políticas de compras pueden ser un camino significativo para incrementar las ventas. Es el caso de Europa, donde el café y el té de comercio justo se consumen en una variedad de instituciones regionales, nacionales y locales, incluyendo

intermediarios en Francia (66 millones de euros, 72%) y Europa (5%). De los 21 millones de euros destinados a las compras en el Sur, 41% corresponden a productos de América Latina y 45% a productos procedentes de Asia. Sólo 3% de las compras (de alimentos y artesanías) se efectuaron en los países africanos.

la Unión Europea, la Presidencia de la República y el Parlamento Nacional de Alemania, la Asamblea Nacional Francesa, el Parlamento Escocés y la Cámara de los Comunes del Reino Unido (EFTA, 2001b, 2001c). En Norteamérica el apoyo de las instituciones públicas para el comercio justo ha tenido muy poco peso. Sin embargo, en fecha más reciente se han realizado campañas de estudiantes activistas que han logrado ganar el apoyo de cientos de proveedores de servicios de alimentos de los campus universitarios, aunque sólo unas cuantas universidades han adoptado políticas oficiales de comercio justo para sus compras.

La expansión de las adquisiciones públicas al comercio justo también levanta serias preocupaciones acerca de sus límites. Las instituciones públicas en Europa y Norteamérica han mostrado un creciente apoyo a la red, pero también han continuado rechazando las demandas mayores del movimiento; a la vez, han emprendido reformas empleando a la red como pantalla para cubrir su apoyo a las prácticas tradicionales, en muchos casos abusivas, de comercio. Así, mientras las instituciones públicas europeas apoyan la red de comercio justo, continúan promoviendo políticas neoliberales, entre otras, se niegan a reducir las altas barreras arancelarias para los productos básicos agrícolas, que es una antigua demanda del movimiento.

En síntesis, puede sostenerse que la comercialización de productos del comercio justo puede aumentar en forma significativa debido sobre todo a su introducción en las grandes casas comerciales y a su utilización por parte de las compañías alimentarias internacionales. Sin embargo, esta expectativa de crecimiento pone en riesgo el carácter alternativo del comercio justo y su papel en la creación de un consumo responsable, donde la adquisición de bienes materiales no sea un fin en sí mismo sino sólo una manera de satisfacer las necesidades. Este tipo de consumo⁴ supone a la vez la reducción de consumo, definición de actitudes de compra y selección informada de productos. La reducción resulta imprescindible, si se considera que los recursos del planeta son limitados. Las actitudes de compra deben ser cuidadas para evitar adquisiciones compulsivas, restringir embalajes, recuperar el sistema de reparaciones y priorizar los bienes colectivos. La selección de productos

⁴ Según Arcadi Oliveres (2006), el comercio justo representa probablemente el último y más completo escalón del *consumo responsable*.

debe basarse en una información previa sobre las mercancías adquiridas, que analice su contenido, sus implicaciones ambientales y las conductas de las empresas productoras y distribuidoras.

El comercio justo y su relación con el desarrollo local

Desarrollo local, evolución del concepto

Para definir la noción de lo local, quizá no haya otro camino que referirla a la correlativa noción de lo global. Cuando algo se define como local es porque se le considera en relación con una escala global. Así, un estado o una provincia es local con respecto al país global y una ciudad es local con respecto al estado o provincia al que pertenece.

Esta primera constatación lleva a una aseveración categórica: es imposible analizar un proceso de desarrollo local sin referirlo a la sociedad global en la que está inscrito. Al mismo tiempo, la afirmación del carácter relativo de la noción de lo local permite reconocer la inscripción de lo global en cada proceso de desarrollo. Pero para que esto sea así, para que en el análisis se reconozca la inscripción mutua de estas dos nociones relativas, es necesario partir de su clara distinción. Ello supone reconocer, por un lado, que el análisis de lo global, el análisis de las grandes determinaciones sistémicas y estructurales, no agota el conocimiento de la realidad. Vale decir que en el análisis de lo local se encuentran aspectos que le son específicos, que no son el simple efecto de la reproducción a escala de las determinaciones globales. La distinción de ambas nociones supone también admitir que el análisis de lo local no es todo el análisis de la realidad. Lo local no es “más realidad” que lo global. Más aun, lo global no es la simple adición de realidades locales, sino una dimensión específica de lo social.

En lo que respecta a la evolución del concepto de desarrollo local conviene señalar que durante las tres últimas décadas del siglo xx se comenzó a apostar por un modelo de desarrollo alternativo al neoliberal dominante en condiciones del proceso globalizador. Autores como Francisco. Albuquerque, Gioaccino Garofoli, José Arocena, Antonio Vázquez Barquero y José Luis Coraggio han divulgado una teoría en la que se exaltan las potencialidades de las pequeñas y medianas empresas, al tiempo que los monopolios se metamorfosean. En tal situación, se

empezó a hablar de desarrollo endógeno y de desarrollo económico local y, después, de desarrollo local.

Según Juan Luis Klein (2005, 2006), en el desarrollo local convergen teorías y modelos que tienen orígenes disciplinarios distintos y que plantean métodos diversos, y en ciertos casos contrapuestos. Entre ellos es posible identificar teorías sobre el desarrollo con una visión alternativa, tales como el ecodesarrollo, el desarrollo integrado o bien el desarrollo a escala humana, cuya orientación hace frente a los equilibrios territoriales y a los problemas específicos derivados de un escaso desarrollo (Troitiño, 2000: 28, citado en Lozano Uvario, 2007). Asimismo, hay quienes argumentan que el desarrollo local es un planteamiento complementario, una “respuesta de solidaridad que surge en colectividades y regiones fragilizadas y marginadas que rechazan la exclusión” (Vachon, 2001).

Sin embargo, es posible encontrar un elemento unificador en el campo del desarrollo local, que es una serie de cuestionamientos sobre los orígenes, los actores, las modalidades y los objetivos de las acciones de desarrollo. Para que sea factible hablar de desarrollo local, las acciones de desarrollo deben llevarse a cabo por actores locales (Gumuchian *et al.*, 2003). En cuanto a sus objetivos, las acciones de desarrollo local deben habilitar a los actores locales a fin de que puedan desempeñar un papel activo en el desarrollo de sus colectividades y llevar a cabo iniciativas y proyectos, de manera que logren movilizar recursos endógenos y exógenos en beneficio de la colectividad local (Arocena, 2001; Fontan, Klein y Levesque, 2003).

Por otro lado, para comprender en toda su complejidad el concepto de desarrollo local, conviene referirse a la evolución histórica del concepto *desarrollo* en sentido amplio, especialmente en la visión occidental. Existe una primera etapa que coincide a grandes rasgos con la Revolución Industrial del siglo XIX, en la que no se emplea el término *desarrollo* sino *crecimiento económico*. Esta sinonimia de conceptos se empleó desde 1911 hasta la segunda Guerra Mundial. Entre ese conflicto bélico —el mayor de la historia— y la primera mitad de los años setenta, el conjunto de las sociedades occidentales vivió un periodo de crecimiento marcado por la modernización de las estructuras sociales, la implantación, con grados diversos, del Estado benefactor y la homogeneización económica a escala nacional. El Estado se erigió en el centro de la gobernanza. Fue también en este periodo cuando emergió la

noción de desarrollo y se elaboraron las principales teorías de desarrollo regional. El desarrollo se presentó, en primer lugar, como una estrategia para expandir el modo de vida de las sociedades de producción y de consumo de masas hacia los países considerados como subdesarrollados (Rostow, 1960).

Por otra parte, autores como John Friedmann (1992) y Jacques Boudeville (1968, 1974) proponen una estrategia polarizada de modernización regional que conduzca a la homogeneización del territorio nacional y al triunfo de la sociedad nacional sobre la especificidad local, con enormes consecuencias en lo que respecta al análisis del papel de lo local en materia de desarrollo. Nace así una visión de la intervención territorial que se inspira en el paradigma de la planificación regional.

Las políticas de desarrollo regional constituyen, entonces, el principal instrumento de modernización y de unificación de los distintos *géneros de vida* existentes en el territorio.

El crecimiento que caracterizó a la sociedad occidental entre los años cuarenta y sesenta le dio legitimidad a este modelo. Sin embargo, desde principios de los setenta se advirtieron los primeros signos de una crisis que estalló a fines de la década. Se denunció el efecto perverso de esta política en las crecientes desigualdades entre las principales ciudades y las regiones como resultado de la concentración de las inversiones públicas en lo que se consideraba como los polos de desarrollo. Se denunció también la centralización del aparato estatal y su efecto aniquilador sobre la capacidad de acción de los actores locales (Stöhr y Taylor, 1981; Laurelli y Rofman, 1989; Boisier, 1990). Como efecto de la crítica del modelo considerado como estatista y centralizador, emergieron fórmulas alternativas, como el *autodesarrollo*, el *desarrollo endógeno*, el *desarrollo autocentrado* y el *desarrollo integrado*, entre otros. (Tremblay y Fontan, 1997).

A partir de la segunda mitad de los años setenta, esta concepción del territorio y de la intervención territorial se confrontó con un nuevo cambio paradigmático, en parte como un efecto de la globalización y también como resultado del emergente paradigma accionalista de Alain Touraine, que introdujo al actor en el análisis social. Las ciencias del desarrollo redescubren los lugares en la medida que en ellos se engendra la acción colectiva, las especificidades locales y regionales, la unicidad de lo social (Fontan, Klein y Tremblay, 2005). A través de lo local se ven trayectorias específicas de adaptación de las sociedades a los espacios

supranacionales de la globalización. El territorio nacional deja de ser la escala única de la regulación centrada en el Estado (Brenner, 2003). En los territorios locales y regionales se hacen sentir efectos de estructuración en lo que corresponde tanto a los procesos de desarrollo como a los sistemas de actores que toman parte en estos procesos, lo que contribuye a recentrar las relaciones sociales en un ámbito local.

Con ciertas diferencias de matices, todas estas fórmulas señalan un cambio de perspectiva. La perspectiva ascendente se presenta como la alternativa frente a la perspectiva descendente (Stöhr y Taylor, 1981). El espacio local, visto en todas sus configuraciones, como región, aglomeración y barrio o distrito urbano, es considerado la base a partir de la cual se generan iniciativas y proyectos de desarrollo económico que movilizan a la sociedad civil. La evidencia de la crisis del fordismo le da credibilidad y validez a esta nueva visión del desarrollo, que se denominará, a partir de entonces, *desarrollo local* (Aydalot, 1983). En ella priman lo local y la sociedad civil, sin que esto signifique que lo local y los procesos de descentralización constituyan una panacea (De Mattos, 1988).

En este contexto comenzó a hablarse de *desarrollo local*. Un discurso cada vez más generalizado se centraba en el concepto de *iniciativa local*. La noción de desarrollo aplicada a los países industrializados se orientó con fuerza a movilizar el potencial humano que la crisis dejaba al borde del camino. Sin duda, hoy se aprecian algunos resultados positivos de este esfuerzo. Ha habido una considerable multiplicación de las acciones locales en áreas como la experimentación de nuevas fuentes de energía, la renovación de actividades tradicionales, los nuevos procedimientos de explotación de materias primas, la introducción de nuevas tecnologías, la apertura de nuevos canales comerciales y la revitalización de la pequeña empresa. Muy ligadas al desarrollo de iniciativas locales, la formación profesional, la capacitación y el acceso a nuevas aptitudes profesionales han sido instrumentos importantes en los esfuerzos por movilizar los recursos humanos.

La problemática local llevó a los países industrializados a incorporar la noción de desarrollo y a revisar la lógica uniforme y creciente hacia el progreso. Una cierta ideología de lo pequeño y lo local sustituyó a las viejas creencias macrodinámicas, en los grandes proyectos, en los gigantes polos industriales (Schumacher, 1973; Arocena, 2001).

Esta nueva visión no se apoya en un modelo claro, lo que conduce a que cuando se hace referencia al desarrollo local se planteen estrate-

gias contrapuestas. Por un lado la ortodoxia neoliberal que prima en la conducta de la sociedad globalizada a partir de los años ochenta ve en el desarrollo local la posibilidad de deshacerse de ciertas responsabilidades sociales que tienen un costo financiero importante. En este marco, el desarrollo local se plantea como el traspaso de responsabilidades sociales a actores de la sociedad civil tales como instituciones locales, organizaciones de beneficencia, grupos de presión que pueden asumirlas de manera más eficiente, y sobre todo, con recursos inferiores (Amin, 2005). Por otra parte, la perspectiva comunitaria plantea un cambio en la visión del Estado con el fin de crear espacios de autonomía donde puedan afirmarse nuevas solidaridades locales, formas activas de identidad que le den al pueblo, localmente organizado, un mayor poder de participación en la toma de decisiones (Teisserenc, 1994; Tremblay y Fontan, 1997). Esta valorización de los aspectos vinculados a lo local puede relacionarse con la revalorización de la llamada *nueva geografía regional* (Nogué i Font, 1989) y las corrientes humanistas, que apoyadas en corrientes filosóficas existencialistas y fenomenológicas, convierten el espacio en lugar (Di Méo, 1998) al propugnar como uno de sus objetivos la comprensión de los hechos, el estudio de la experiencia humana directa en un lugar, entendido como espacio concreto, a través de analizar sus valores, significados e intuiciones. Todo ello se vincula, de acuerdo con Moltó y Hernández (2002), a las políticas derivadas del reporte Bruntland de 1987, donde se aboga por el desarrollo de un nuevo modelo económico basado en la promoción, entre otros, de los recursos endógenos.

Esa perspectiva del desarrollo supone la existencia de sistemas territoriales en los cuales priman mecanismos locales de regulación y formas territoriales de innovación. A partir de ella se lanza la tesis de los medios innovadores (Aydalot, 1983), según la cual existen mecanismos de regulación y formas territoriales de innovación donde imperan formas de colaboración entre los actores, que reemplazan a las relaciones de confrontación. Dicha colaboración se manifiesta de diversas maneras. En lugar de la gran empresa aislada del medio social se ven redes de empresas integradas en la colectividad. La sinergia y la colaboración tecnológica sustituyen al aislacionismo clásico del sector industrial con respecto a los centros de investigación y de formación. La concertación estratégica orienta la acción de las élites dirigentes. Convenciones locales entre actores matizan la aplicación de normas nacionales en materia

de salarios y de gestión de la mano de obra. Todo esto contribuye a delinear las características de lo que Benko y Lipietz (1992) llaman las *regiones ganadoras*.

En otro enfoque, Romeo Cotorruelo (2001) indica que el desarrollo local es una estrategia territorial competitiva basada en el pleno aprovechamiento del potencial de utilidad endógeno con la adecuada inserción de impulsos y recursos estratégicos exógenos. Para este autor, el desarrollo local tiene un carácter pluridimensional e integrado y supone la implantación de un proceso sistemático y sostenible de largo plazo que dinamiza el territorio y la sociedad local, mediante la participación protagonista y corresponsable de los principales actores socioeconómicos y políticos locales.

Por su parte, Antonio Vázquez Barquero (2000b: 230) apunta que el desarrollo local se puede definir como:

un proceso de crecimiento y cambio estructural que se produce como consecuencia de la transferencia de los recursos de las actividades tradicionales a las modernas, de la utilización de economías externas y de la introducción de innovaciones, y que genera el aumento del bienestar de la población de una ciudad, una comarca o una región. Cuando la comunidad local es capaz de utilizar el potencial de desarrollo y de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno.

Siguiendo de nueva cuenta a Juan Luis Klein (2005), se puede decir que existe un consenso en torno al hecho de que el desarrollo a partir de la iniciativa local debe plantearse sobre la base del desarrollo durable, el cual se tiene que ver en su dimensión tanto temporal como geográfica.

Asimismo, conviene considerar al desarrollo local como un proceso de cambio social más que como una mera estrategia de promoción local; donde existe un desarrollo local comunitario que puede ser visto como un proceso social solidario basado en la iniciativa individual y que puede convertirse en un factor de dinamización de la fuerza o potencial endógeno de un territorio (Precedo Ledo, 2004: 77).

Al diferir en cierto grado de lo anterior, Alburquerque (2004) señala que por lo general este tipo de desarrollo económico de carácter local, basado en el uso de recursos endógenos y llevado adelante por pequeñas empresas, ha surgido sin demasiado respaldo político-administrativo —o

carente por completo de él— desde las instancias centrales de la administración pública. Para ese autor, el surgimiento de dichas iniciativas de desarrollo económico local ha dependido esencialmente de los agentes territoriales mediante la concertación de esfuerzos diversos (Vázquez Barquero, 1988).

Desarrollo local y comercio justo

La problemática que presenta la definición de desarrollo local se debe, en opinión de Boisier (2004), a dos factores. El primero de ellos es que se trata de una *práctica sin teoría*. El segundo, es el hecho de ser un concepto que reconoce por lo menos tres matrices de origen: a) la que inserta el desarrollo local en una lógica de regulación horizontal que refleja la perspectiva centro-periferia; b) la que considera al desarrollo local como una respuesta a la crisis macroeconómica y al ajuste en los países europeos, y c) la que ve el desarrollo local como un fenómeno estimulado por la globalización y la dialéctica global-local.

En ese contexto, un factor de acercamiento entre desarrollo local y comercio justo radica en el hecho de que ambos conceptos tienen como objetivo común mejorar las condiciones de vida de las comunidades a través de la participación de los actores que se encuentran en la base de la organización comunitaria (productores, mujeres, grupos marginados) y la rearticulación de relaciones de intercambio comercial. Asimismo, los dos conceptos analizan la conformación de redes productivas y comerciales, locales, regionales e internacionales.

Sin embargo, existe por lo menos una contradicción mayor entre estos dos movimientos, la cual radica en el hecho de que el comercio justo ha sido tradicionalmente articulado en el sentido Norte-Sur (en un sentido de desarrollo de arriba hacia abajo) y el consumidor se encuentra geográficamente alejado de los productores. En cambio, las iniciativas de desarrollo local hacen de la producción y el consumo un tema más local (desarrollo desde abajo), al margen de las implicaciones regionales, nacionales e internacionales.

Esta contradicción podría convertirse en canal de aproximación por la complementariedad entre ambos tipos de iniciativas. Por un lado, las iniciativas de desarrollo local necesitan inscribirse en contextos más extensos, ya sean regionales, nacionales o internacionales; por el otro,

la perspectiva local que implica el comercio justo podría superar la simple organización productiva y permitir una mayor participación de los productores locales en las instancias políticas locales. La distribución local de productos del comercio justo también debe ser una prioridad de cualquier iniciativa de desarrollo sostenible.

Siguiendo a Bisailon, Gendron y Turcotte (2005), desde un punto de vista teórico se puede sostener que el comercio justo constituye una posibilidad real de elaborar un nuevo marco para el desarrollo económico a través de una correa de transmisión que promueva el desarrollo y la equidad social, todo en relación con el medio ambiente, y que presida un reacomodo de lo económico en lo social (Raynolds, 2000). Para estas autoras, si bien a menudo se ha denunciado al comercio internacional y la ayuda al desarrollo por considerarlos factores que fomentan la dependencia de los países en desarrollo, el comercio justo marca una diferencia al apoyar sus demandas con una propuesta concreta, la de un intercambio basado en reciprocidad y equivalencia (Lecomte, 2003).

Desarrollo local y comercio justo o economía social solidaria y comercio justo

Bisailon, Gendron y Turcotte consideran que en el comercio justo se han unido la teoría y la práctica mediante la creación de un nuevo arquetipo de relaciones sociales basadas en la solidaridad entre los productores del Sur y los clientes del Norte (Perna, 2000). Para ellas, el comercio justo ayuda a mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores marginados en el Sur, e intenta dar una respuesta concreta a las desigualdades que engendra el neoliberalismo, al redefinir las transacciones económicas. De acuerdo con estas ideas el panorama que tenemos va más allá del concepto de desarrollo local y forma parte de lo que se conoce como economía social y solidaria. Ésta es definida por José Luis Coraggio (2004, 2009) como una alternativa al sistema capitalista dominante en cuya implementación se requieren gobiernos de raíz popular capaces de generar normas jurídicas y políticas públicas integrales dirigidas a reconocer, potenciar y desarrollar formas de producción, distribución, circulación y consumo alternativas ante las formas capitalistas excluyentes y predominantes y sus transformaciones socialmente insensibles, asociadas a la globalización y la revolución tecnoorganizativa del capital.

El término economía social y solidaria tiene una connotación diferente en el contexto europeo; allí designa a un conjunto de iniciativas económicas con finalidad social, que se involucran en la construcción de una nueva forma de vivir y de pensar la economía a través de decenas de miles de proyectos tanto en los países del Norte como en los del Sur. Esta economía sitúa al individuo en el centro del desarrollo económico y social. La economía solidaria se basa en un proyecto que es al mismo tiempo económico, político y social, lo que da lugar a una nueva forma de hacer política y de establecer relaciones humanas sobre la base del consenso y la acción ciudadana (Solidaires du Monde, 2010).

En el contexto europeo, la economía social y solidaria agrupa cooperativas, mutualidades, asociaciones, sindicatos y fundaciones que operan con sustento en los principios de igualdad entre las personas (una persona, un voto), solidaridad entre los miembros e independencia económica. Sin embargo, la primera parte del término *–economía social–* se refiere más bien a organizaciones identificadas por su estatus y que ocupan un lugar importante en la economía (bancos, fondos mutuos, etcétera). El segundo adjetivo *–solidaria–* se refiere a actividades diseñadas para experimentar nuevos “modelos” de funcionamiento de la economía, tales como el comercio justo o la integración a través de la actividad económica.

La transición hacia *otra economía* mediante las prácticas que llamamos *economía social y solidaria*, no puede limitarse a procurar la integración de los excluidos (a la misma economía dominante que los excluyó) a través de la producción y mercadeo de bienes y servicios y el cumplimiento de las reglas del mercado idealizado (la competitividad como prueba de legitimidad). Para Coraggio (2004), es evidente que los criterios de *otra economía* incluyen la valoración de actividades generadoras de condiciones favorables para la libre asociación de individuos, unidades domésticas o comunidades, en la reconstrucción de un metabolismo socionatural basado en relaciones de reciprocidad entre los seres humanos y con la naturaleza. Pero agrega Coraggio que esto aún no es suficiente y que resulta imperioso evitar que el principio de mercado sea la regla que conforme los principios en los que se basa la institucionalización inevitable de los sistemas económicos. Por lo tanto, debe existir un principio de reciprocidad, uno de redistribución y uno de planificación (Coraggio, 2004).

Resumiendo, el comercio justo puede verse como una variable en el desarrollo local con el potencial de convertirse en vector importante

de ese tipo de desarrollo. Es posible que su mayor contribución no sea tanto el precio justo, que sigue siendo insuficiente, o la prima social, que se diluye con frecuencia entre el número de productores, sino la plataforma de despegue que significa para el pequeño productor pertenecer a una cooperativa o a un grupo organizado. En este sentido, el productor es ahora capaz de asignar un valor agregado a su producto gracias a que se integran cada vez más pasos en la transformación de los productos agrícolas o en el diseño y comercialización de los productos artesanales. Sin embargo, problemas como la falta de consenso entre los principales actores sobre los canales de distribución de los productos (mercado alternativo *versus* mercado convencional) o la exclusión de los pequeños productores en el proceso de toma de decisiones del ámbito internacional, llevan a pensar que el comercio justo puede perder su carácter de alternativa y tomar el mismo matiz mercantilista que el comercio convencional.

Asimismo, debe señalarse que ese carácter alternativo implica necesariamente el compromiso de cuidar el medio ambiente, no sólo durante la producción sino en las fases de la distribución. En ese sentido, el hecho de que la mayor parte de los productos de este comercio sean transportados desde lugares alejados al de su distribución final, lleva a reflexionar sobre su impacto medioambiental.

Ejemplos locales de comercio justo

Enseguida se presentan ejemplos concretos de acciones de comercio justo y de los actores que intervienen en él, desde la perspectiva tanto de los productores como de los consumidores. El objetivo principal es identificar factores detonantes del desarrollo local que el comercio justo podría generar en las comunidades productoras. Entre ellos, conviene destacar el impulso a una economía social y solidaria, estrategias de trabajo cooperativo, densificación del tejido social, búsqueda de reciprocidad en los beneficios y consolidación del sistema productivo local o bien el desarrollo de la gobernanza ambiental.

El comercio justo en el Sur. Perspectivas de los productores

Una de las cooperativas de comercio justo más exitosas del mundo

Uno de los ejemplos más conocidos a escala mundial de un caso de éxito en el comercio justo es la UCIRI, una cooperativa de producción de café en Oaxaca, México, con una membresía de más de 2 500 familias. La UCIRI ha desempeñado un papel clave en la formación del sello de comercio justo desde la década de los ochenta y por lo general se le considera una de las cooperativas de comercio justo más exitosas del mundo.

A lo largo de su participación en el comercio justo, los miembros de la UCIRI han ganado mayores ingresos y un acceso significativamente mejor a los servicios sociales a través de proyectos cooperativos de salud, educación y capacitación. La cooperativa ha construido su propia infraestructura económica, así como facilidades para el procesamiento y transporte del café, y ha provisto a sus miembros un mayor acceso a créditos, tecnología y habilidades para la comercialización. Todo esto ha incrementado la capacidad de sus miembros para combatir la pobreza extrema, la destrucción y la degradación ambiental, a la vez que ha mejorado sus habilidades, no sólo para sobrevivir en el mercado internacional, sino para ser competitivos en él (Doppler y González, 2007; Fridell, 2006; VanderHoff, 2001, 2002; Waridel, 2002; Simpson y Rapone, 2000).

Adicionalmente, los miembros de la UCIRI han desarrollado importantes lazos de solidaridad con sus socios del Norte y han mejorado su sentido de unidad e identidad colectiva, dados los requerimientos organizativos y administrativos para mantener una cooperativa de comercio justo. Esto ha fortalecido sus habilidades para apoyar iniciativas comunitarias e instar al gobierno a defender sus intereses, así como los de otros pequeños productores rurales de México. A lo largo de los años, la UCIRI ha desempeñado un papel clave en la formación de una variedad de organizaciones locales y regionales, incluidos diversos grupos de comercio justo y de certificación orgánica, así como organizaciones con demandas más amplias que apoyan a los pequeños productores en general, como la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca y la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (Fridell, 2006; VanderHoff, 2001, 2002; Simpson y Rapone, 2000).

Un intento de consolidar el sistema productivo local

La quinua o quinoa es otro producto emblemático del comercio justo en el mercado internacional. Bolivia es su principal productor. Pablo Laguna, Zinia Cáceres y Aurélie Carlmetrand (2006) señalan que la cadena global de valor de la quinua boliviana tiende a una gobernanza del tipo *controlada por los clientes* y en ella destacan tres fases: a) predominio de la coordinación cívica y doméstica en la acción colectiva de los campesinos organizados, las ONG y los importadores del comercio solidario, el Estado y la cooperación técnica internacional, cuya movilización conjunta han afianzado la relación Sur-Norte de la cadena de la quinua y consolidado una mejora del modelo de las organizaciones económicas campesinas; b) preponderancia de la coordinación industrial y mercantil en la expansión de la quinua orgánica. Según los autores citados, esta fase estuvo marcada por el surgimiento de nuevas empresas privadas locales, así como de importadoras extranjeras, que introdujeron estructuras de contrato en el campo y la coordinación vertical entre empresas privadas locales y distribuidoras extranjeras, y c) configuración de una cadena global de valor de la quinua en la que se impuso la coordinación mercantil e industrial en detrimento de los valores cívicos y domésticos, que inicialmente habían impulsado el nacimiento de la calidad orgánica y del comercio justo. Este comportamiento también fue observado por Laura Reynolds (2007) en otras cadenas Sur-Norte de productos orgánicos, y por Marie Christine Renard (2003) en la cadena del café del comercio justo.

Fortaleciendo el tejido social

En un contexto geográfico diferente conviene mencionar dos ejemplos del subcontinente indio que revisten especial interés. Uno de ellos es el movimiento Khadi (que significa “ropa hecha a mano”) para promover la autosuficiencia e impulsar el boicot a los productos extranjeros, y el otro es el movimiento cooperativo. Ambos se iniciaron en la década de los veinte. Estos movimientos pueden considerarse como antecedentes de organizaciones de comercio justo, como la Equitable Marketing Association (EMA); Sasha, sociedad de comercio justo asentada en Calcuta y emanada del movimiento cooperativo estudiantil de los años sesenta, o la Sundarban Khadi & Village Industrial Society (SKVIS),

organización de mujeres que cultivan, tejen y comercializan la seda, las cuales se benefician de la asistencia técnica de organizaciones no gubernamentales del Norte, especializadas en proyectos de desarrollo. Estas organizaciones tienen un papel fundamental en la representación de los intereses de los productores, ayudan a implementar cadenas de suministro mediante la consolidación de los pedidos y la organización y coordinación de la logística de exportación. Por otro lado, colaboran con iniciativas de desarrollo social, tales como planes de ahorro y de salud. Un aspecto importante de las organizaciones indias ligadas al comercio justo ha sido su énfasis en el empoderamiento de productores a través de acciones concretas, como la promoción de decisiones democráticas en el seno de las estructuras cooperativas (Low y Davenport, 2005).

Búsqueda de reciprocidad en los beneficios

Por otro lado, conviene apuntar que en los países europeos la articulación del comercio justo está bastante desarrollada, tanto en un sentido Norte-Sur de consumidores-productores como entre los actores europeos. Sin embargo, las relaciones con actores del comercio justo en África se reducen, por lo general, a la compra de las materias primas. De acuerdo con la Dirección General de la Cooperación Internacional y del Desarrollo de Francia (République Française, 2005), las organizaciones de comercio justo de Togo, Benin, Burkina Faso y Camerún han expresado su voluntad de desarrollar tanto las relaciones comerciales como el apoyo técnico en el seno de una red africana de comercio justo.

A principios de noviembre del 2001 se llevó a cabo en Kadoma, Togo, la primera plataforma de reflexión para lograr un comercio justo en los países del Sur. En ella, actores africanos del comercio justo debatieron sobre la forma en que la visión y la definición que en el Norte se tiene de él pudieran ser un activo de desarrollo en el Sur, y de cómo adaptar sus criterios a las condiciones locales. Esta reunión dio lugar a una declaración de principios que contó con amplia difusión: la Declaración de Kadoma, que reafirma la adhesión a una forma humanitaria de intercambios comerciales. A partir de ella decidieron redactar un documento que fijara principios de vida respetuosos de los criterios básicos del comercio justo.

De esa forma, se intentó establecer un nexo entre los productores del Sur y los consumidores del Norte, entre los productores del Sur y los con-

sumidores del Sur y entre la insuficiencia del Sur y abundancia del Norte (Direction Générale des Affaires Etrangères et Européennes, 2005).

El comercio justo en el Norte. Perspectivas de los consumidores

Herramienta de apoyo a la gobernanza ambiental.

Un primer ejemplo es la ley 2005-882 votada el 7 de julio de 2005 por la Asamblea Nacional Francesa a favor de las pequeñas y medianas empresas. Dicho texto estipula en su artículo 60: 1) El comercio justo se inscribe en la estrategia nacional de desarrollo sostenible. 2) En el seno de actividades de comercio de la artesanía y los servicios, el comercio justo organiza los intercambios de bienes y servicios entre los países desarrollados y los productores desfavorecidos situados en los países en vías de desarrollo. Este comercio tiende a establecer relaciones duraderas con el fin de asegurar el progreso económico y social de estos productores. 3) Las personas físicas o morales que vigilen el respeto de las condiciones definidas son reconocidas por una comisión cuya composición, competencias y criterios de reconocimiento de las personas citadas son definidas por decreto en el Consejo de Ministros (République Française, 2005).

Respecto de esa iniciativa, conviene apuntar que Guy Hascouët, entonces secretario de Estado de la Economía Solidaria, y la Asociación Francesa de Normalización (Afnor) reunieron en 2002 a las principales empresas francesas implicadas en el comercio justo y los representantes de organismos competentes (ministerios, sindicatos, asociaciones y consumidores), en total unas 60 personas, con el fin de normalizar los pasos a seguir para que un producto fuera considerado como surgido de este tipo de comercio. Estos trabajos duraron tres años. Sin embargo, para la Asociación Minga, la Plataforma de Comercio Justo (PFCE), la federación de Artesanos del Mundo y la asociación Max Havelaar Francia bloquearon esos trabajos y obligaron a la comisión encargada a renunciar al establecimiento de una norma.⁵

⁵ De acuerdo con la Asociación Minga no era un texto perfecto pero tenía el mérito de poner las bases de un referente común a los diferentes participantes del comercio justo, cualesquiera que fueran sus puntos de vista y sus prácticas.

Para la Asociación Minga este rechazo está basado en la negativa a aplicar la noción de comercio justo a todo tipo de transacciones que cumplan las normas de esta opción de comercio, cualesquiera que sean los países de origen y de destino, y han impuesto su limitación a sólo las transacciones entre países desarrollados del Norte con pequeños productores del Sur.⁶

El comercio justo como parte de una economía social solidaria o nuevo nicho de mercado

De acuerdo con lo mencionado antes, los sellos de comercio justo se difundieron rápidamente desde su formación (Fridell, 2006). En la actualidad existen 17 iniciativas nacionales –bajo los nombres de Max Havelaar, TransFair, Fair Trade Foundation, Reilan Kauppa o Rättvisemärkt– coordinadas por la FLO. La Fundación Max Havelaar nació en los Países Bajos como fruto del encuentro entre la organización campesina mexicana UCIRI con un asesor católico holandés, quien aprovechó las redes de colaboración de la iglesia católica para promover la creación de un sello de comercio justo que permitiera a las compañías transnacionales convencionales incursionar en el mercado justo a cambio de una cuota de certificación, bajo el entendido de que los importadores convencionales estarían motivados a participar en el comercio justo porque el sello les daría un valor agregado en el mercado. Es innegable que este proceso de certificación aumentó la notoriedad del comercio justo.

En esa misma línea, la introducción de los productos alimenticios, como café, azúcar, chocolate y té, en diferentes parlamentos europeos contribuye a esa notoriedad y funciona como una promoción activa de la imagen de esta alternativa comercial, representando un paso importante para lograr un reconocimiento oficial que preceda la concesión de una norma como la Certificación Europea (CE).

El consumo de café etiquetado Max Havelaar en los parlamentos europeo, neerlandés e italiano constituye un ejemplo de lo anterior. A pro-

⁶ Entrevista con Michel Besson, ex presidente de la Cooperativa Andines, realizada el 4 de agosto de 2005.

pósito de los parlamentos europeo⁷ y holandés,⁸ conviene destacar que en ambos casos se aprobó una resolución para emplear en sus servicios de cafetería solamente productos surgidos del comercio justo, concretamente aquellos que cuentan con la etiqueta Max Havelaar (Jeudy, 1998).

En el caso del Parlamento italiano se trata del consumo del café etiquetado TransFair. Esta iniciativa surgió de la Castellanza, una cooperativa de Varese, en Lombardía, que se puso en contacto con un miembro del Partido Popular italiano, quien ayudó a preparar en enero de 1997 una carta al presidente de la Cámara de Diputados pidiendo su apoyo para desarrollar la comercialización de productos del comercio justo. La respuesta del presidente de la Cámara de Diputados, que ya estaba sensibilizado al concepto, se tradujo en una misiva firmada por 60 diputados en la que se exigía que productos como café, té, azúcar y chocolate que se consumen en las reuniones de ese cuerpo legislativo fueran cambiados por productos del comercio justo. La petición fue aprobada en febrero de 1997.

El reconocimiento a ese nivel institucional aumentó la notoriedad del comercio justo en Italia y facilitó su introducción en instituciones como los municipios o las escuelas.

De acuerdo a lo apuntado en los párrafos anteriores, la creación de etiquetas que certifiquen el origen “justo” de los productos ha contribuido a una identificación del consumidor europeo, en general, y francés en particular, del comercio justo. En la actualidad en la mayor parte de los supermercados galos es posible encontrar una variedad importante de productos como chocolates, mermeladas, té y, por supuesto, café provenientes del comercio justo. Marcas como Alter Eco o Etiquable se han ido consolidando desde el segundo lustro de la década de los noventa del siglo pasado. Sin embargo, organizaciones francesas agrupadas en la red Minga, como Action Consommation, Alternatives Solidaires, Andines Scop, Attac litoral Nord, L'Atelier Équitable y una treintena más, señalan que ésta no es la mejor opción para desarrollar un comercio cuyo objetivo sea la equidad, ya que debería favorecerse una total

⁷ El Parlamento Europeo decidió, a través de una resolución fechada el 8 de octubre de 1991, ofrecer en sus servicios solamente café con la etiqueta Max Havelaar, e hizo un llamado a otras instituciones comunitarias para que adoptaran una decisión similar (Jeudy, 1998).

⁸ El caso de los Países Bajos puede ser considerado particularmente alentador, ya que además del Parlamento, más de 300 municipios (de 600 que hay en el país) y 10 gobiernos provinciales han decidido utilizar café de comercio justo (Jeudy, 1998).

transparencia de los intercambios comerciales, en la cual el consumidor pudiera constatar paso a paso que cada actividad se rige por un trato justo. Así no habría necesidad de sellos o etiquetas que garantizaran la pertenencia al comercio justo.

En esa misma línea, conviene mencionar el caso de la organización italiana Altromercato, que se concibe a sí misma como una institución que coopera con grupos democráticamente organizados de pequeños productores, con los que busca construir una relación equitativa. Para esta organización, el comercio justo permite a los pequeños productores un desarrollo social y económico, y acceso al mercado local e internacional, a la vez que contribuye a mejorar su capacidad técnica y la calidad de sus productos.

Según sus propios textos, Altromercato es una organización asociada a la IFAT, sin fines de lucro, que agrupa a 130 asociaciones o cooperativas en Italia, que trabajan en el ámbito del comercio justo. Estas tiendas operan principalmente a través de cerca de 3 000 voluntarios. Sin embargo, la actividad Altromercato también crea puestos de trabajo en el Norte, cuenta con 100 personas que trabajan en el grupo de compra y 150 en las tiendas. En el Sur, abarca 170 grupos de trabajadores en 42 países, que exportan sus productos (Altromercato, 2009).

Un ejemplo más dentro del contexto europeo, es la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, organización que tiene la finalidad de potenciar esta alternativa en España. En ella están integradas tanto las organizaciones que importan los productos, como las tiendas que los venden. Según sus documentos oficiales, los integrantes de esta coordinadora están involucrados activamente en el apoyo a los productores, la sensibilización de los consumidores y el desarrollo de campañas para promover cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional; todo ello con apoyo de los consumidores.

A propósito del comercio justo en España, Cristina Xalma (2006) apunta que uno de los rasgos que ha caracterizado el proceso de implantación del comercio justo en España ha sido la falta de datos cuantitativos que faciliten su seguimiento. En los últimos años, y con el objeto de cubrir este déficit, varias entidades han hecho un notable esfuerzo de investigación. Destacan a estos efectos los estudios impulsados en Europa por EFTA, FLO, IFAT y NEWS!, con capítulos específicos que tratan el caso español. También, las investigaciones llevadas a cabo por organizaciones como Intermón-Oxfam, Sodepaz, o la Coordinadora Estatal de

Organizaciones de Comercio Justo, entre otras, así como las impulsadas por algunos gobiernos autonómicos. La conclusión general de estos trabajos apunta hacia una implantación aún escasa del comercio justo en España en comparación con otros Estados europeos, lo cual hace pensar en que existe un cierto margen de crecimiento.

Otro aspecto a considerar en los mencionados trabajos es el origen de los productos. En ese sentido, Xalma (2006: 20) apunta que entre los años 2000 y 2003 los productos de comercio justo que se consumieron en España procedían básicamente de 34 países, distribuidos a lo largo de los continentes africano y asiático, así como de regiones de América del Sur y Centroamérica. Durante el bienio 2004-2005 el circuito de importación se ha transformado, especialmente a través de nuevas incorporaciones que han permitido que el número de países desde los que se importa algún producto del comercio justo aumente hasta sumar 42.

A manera de conclusión

El modelo de desarrollo alternativo al neoliberal dominante, conocido primero como desarrollo endógeno, desarrollo económico local, y después como desarrollo local –preconizado por autores como F. Albuquerque, G. Garofoli, J. Arocena, A. Vázquez Barquero, J. L. Coraggio o R. Cotorruelo–, exalta las potencialidades reales de las pequeñas y medianas empresas y aquellas no explotadas en las comunidades, las cuales representan una reserva para enfrentar los aspectos excluyentes de la globalización neoliberal. Sin embargo, al analizar las experiencias prácticas teorizadas se aprecia que son más significativos los éxitos en las localidades europeas que los registrados en otras áreas del mundo. Además, puede afirmarse que en los enfoques sobre desarrollo local analizados, el elemento central del desarrollo es el crecimiento económico; se busca el desarrollo industrial, y las variables condicionantes del éxito son factores como madurez, identidad u homogeneidad.

Esas condiciones no existen en la mayoría de las localidades cuyos productos se comercializan a través del comercio justo. Por ello, puede decirse que la respuesta a la pregunta que da nombre a este artículo –*El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?*– es que las iniciativas de este tipo no constituyen en sí mismas una alternativa de desarrollo

local. En todo caso, el comercio justo puede considerarse una herramienta del desarrollo local desde dos perspectivas: como un mecanismo de inserción de los productos del Sur en los mercados del Norte en una situación de equidad o, desde una perspectiva más ambiciosa, como una herramienta de cambio del modelo económico que tiene como meta corregir las fallas del sistema capitalista actual.

En lo que respecta a su papel como mecanismo de inserción, se puede sostener que la mayor contribución no es tanto el precio justo, que sigue siendo insuficiente, o la prima social, que se diluye con frecuencia entre el número de productores, sino la plataforma de despegue que significa para el pequeño productor el hecho de pertenecer a una cooperativa o a un grupo organizado. Esta pertenencia habilita al productor para dar un valor agregado a su producto gracias a que se completan localmente cada vez más pasos en la transformación de los productos agrícolas o en el diseño y comercialización de los productos artesanales.

No obstante, problemas como la falta de consenso entre los principales actores acerca de los canales de distribución de los productos (mercado alternativo *versus* mercado convencional), o la exclusión de los pequeños productores del proceso de toma de decisiones en el ámbito internacional, hacen pensar que el comercio justo pudiera acabar tomando el mismo matiz mercantilista que el comercio convencional. Además, esta utilización del comercio justo estaría relacionada con la vertiente red, formada por una variedad de ONG que conectan a campesinos y trabajadores del Sur con socios del Norte, a través de un sistema de reglas de comercio. Esta vertiente conoció un crecimiento significativo como resultado de su reorientación e introducción en las grandes cadenas comerciales. Empero, las ventas por comercio están aún muy lejos de cubrir las necesidades de los socios del Sur, muchos de los cuales sólo alcanzan a vender una pequeña proporción de su producción total en los mercados de comercio justo.

Por otro lado, el viraje mercantilista que ha tomado el comercio justo, si bien puede aumentar el volumen del intercambio comercial justo, acabaría por banalizar la iniciativa y podría hacerle perder su utilidad como herramienta de reflexión y de posible cambio de las relaciones comerciales internacionales. En ese sentido, es posible que la creación de etiquetas facilitadoras de una distribución comercial a gran escala, como el sello Max Havelaar, contribuyan a esa banalización. Por lo tanto, una tendencia alternativa, en la que cada organización de comercio justo sea

capaz de garantizar la equidad en cada una de las acciones de la cadena de producción y distribución, podría convertirse en la opción para conservar el carácter transformador de relaciones comerciales inequitativas que se ha intentado dar al comercio justo desde sus orígenes.

Bibliografía

Albuquerque, Francisco

2004 *El enfoque del desarrollo económico local*, Buenos Aires, Organización Internacional del Trabajo.

Allemand, Sylvain e Isabel Soubelet

2008 *Le commerce équitable*, París, Le Cavalier Bleu.

Altromercato

2009 Fair trade for a supportive economy, página web, disponible en: <http://www.altromercato.it/en/index_html/view?set_language=en>.

Amin, Ash

2005 “Local community on trial”, en *Economy and Society*, vol. 34, núm. 4, noviembre, pp. 612-633.

Arocena, José

2001 *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*, Montevideo, Taurus.

Association Minga

2006 Hacia un comercio equitativo, disponible en: <http://www.andines.com/IMG/html/Hacia_un_comercio_equitativo_.html>. 2008 Le système de garantie et d’amélioration participatif (SGAP) de Minga, disponible en: <http://www.andines.com/article.php?id_article=1593>.

Aydalot, Philippe

1983 “Réalités et illusions de l’économie locale”, en *Autrement*, núm. 47, pp. 208-216.

Barratt Brown, Michael

1993 *Fair trade: reform and realities in the international trading system*, Londres, Zed Books.

Benko, Georges y Alain Lipietz, eds.

1992 *Les régions qui gagnent, districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, París, PUF.

- Bisaillon, Véronique, Corinne Gendron y Marie-France Turcotte
2005 “Commerce équitable comme vecteur de développement durable?”, en *Nouvelles Pratiques Sociales*, vol. 18, núm. 1, p. 73-89.
- Boisier, Sergio
1990 *Territorio, Estado y sociedad: reflexiones sobre descentralización y desarrollo regional en Chile*, Valparaíso, CEAL-Pehuén.
2004 “Desarrollo territorial y descentralización. El desarrollo en el lugar y en las manos de la gente”, en *Eure*, vol. XXX, núm. 90, septiembre, pp. 27-40.
- Boudeville, Jacques R.
1968 *L'espace et les pôles de croissance: recherches et textes fondamentaux*, París, PUF.
1972 *Aménagement du territoire et polarisation*, París, M.-Th. Génin.
- Brenner, Ludger
2003 “Globalización y empleo en México: el caso de la región centro”, en Adrián Aguilar, coord., *Urbanización, cambio tecnológico y costo. El caso de la región centro de México*, México, Instituto de Geografía/UNAM.
- Coraggio, José Luis
2004 “Economía del trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre”, en José Luis Coraggio, *De la emergencia a la estrategia. Más allá del “alivio a la pobreza”*, Buenos Aires, Espacio.
2009 “Los caminos de la economía social y solidaria”, en *Íconos*, núm. 33, enero, pp. 29-38.
- Cotruel, Romeo
2001 “Aspectos estratégicos del desarrollo local”, en Óscar Madoery y Antonio Vázquez Barquero, eds., *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*, Rosario, Homo Sapiens.
- Cunca Bocayuva, Pedro
2007 “Economía solidaria y la nueva centralidad del trabajo asociado”, en José Luis Coraggio, comp., *La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas*, Buenos Aires, UNGS-Altamira, pp. 241-270.
- De Mattos, Carlos
1988 *La descentralización, ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo local?*, Santiago de Chile, ILPES, Serie Ensayo.

Di Méo, Guy

1998 “De l’espace aux territoires: éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la géographie”, en *L’Information Géographique*, vol. 62, núm. 3, pp. 99-110.

Direction Générale des Affaires Etrangères et Européennes

2005 *Le commerce équitable: la parole aux Africains*, Francia, Ministère des Affaires Étrangères.

Doppler, Flurina y Alma Amalia González

2007 “El comercio justo, entre la institucionalización y la confianza”, en *Problemas del Desarrollo*, vol. 38, núm. 149, abril-junio, pp. 181-202.

European Fair Trade Association (EFTA)

2001a *Mémento du commerce équitable 2001*, Gand, EFTA.

2001b *EFTA Yearbook: Challenges of fair trade 2001-2003*, Maastricht, EFTA.

2001c *Fair trade in Europe 2001: facts and figures on the fair trade sector in 18 European countries*, Maastricht, EFTA.

Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)

2001 *Report 2000-2001*, Bonn, FLO.

2003 *Fairtrade standards in general*, Bonn, FLO.

2005 *Building trust, annual report 2005*, Bonn, FLO.

Fontan, Jean-Marc, Juan Luis Klein y Benoît Lévesque

2003 *Reconversion économique et développement territorial: le rôle de la société civile*, Québec, Presses de l’Université du Québec.

Fontan, Jean-Marc, Juan Luis Klein y Diane Gabrielle Tremblay

2005 *Innovation socioterritoriale et reconversion économique: le cas de Montréal*, Paris, L’Harmattan.

Fridell, Gavin

2004a “The fair trade network in historical perspective”, en *Canadian Journal of Development Studies*, vol. 25, núm. 3, pp. 411-428.

2004b “The university and the moral imperative of fair trade”, en *Journal of Academic Ethics*, vol. 2, núm. 1, pp. 141-159.

2006 “Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica”, en *Íconos*, núm. 24, pp. 43-57.

Fridell, Mara, Ian Hudson y Mark Hudson

2008 “With friends like these: the corporate response to fair trade coffee”, en *Review of Radical Political Economics*, vol. 40, núm. 1, invierno, pp. 8-34.

Friedmann, John

1992 *Empowerment: the politics of alternative development*, Cambridge, Blackwell.

Friedmann, John y Clyde Weaver

1979 *Territory and function. The evolution of regional planning*, Berkeley, University of California Press.

García Chiang, Armando y Virginie Labuam

2005 *Atelier commerce équitable*, Paris, Association Science Technologie et Société.

Garofoli, Gioacchino

1989 "Industrial districts: structure and transformation", in *Economic Notes*, núm. 1, pp. 37-54

2002 "Local development in Europe: theoretical models and international comparisons", en *European Urban and Regional Studies*, vol. 9, núm. 3, pp. 225-239

2009 *Las experiencias de desarrollo económico local en Europa: las enseñanzas para América Latina*, San José, Costa Rica, Urb-Al III.

Garofoli, Gioacchino, ed.

1992 *Endogenous development and southern Europe*, Aldershot, Gran Bretaña, Avebury.

Gendron, Corinne

2004 "Le commerce équitable : un nouveau mouvement social économique au coeur d'une autre mondialisation", en Louis Favreau, Gérald Larose y Abdou Salam Fall, *Altermondialisation, économie et coopération internationale*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, pp. 158-183.

Gendron, Corinne, Véronique Bisailon y Ana Isabel Otero

2008 "The institutionalization of fair trade: more than just a degraded form of social action", en *Journal of Business Ethics*, vol. 86, supl. 1, pp. 63-79.

Gratacós Guillén, Joan, coord.

2006 *El comercio justo en España 2006*, Barcelona, Setem.

Gumuchian, Hervé, Éric Grasset, Romain Lajarge y Emmanuel Roux

2003 *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, Paris, Anthropos.

Jedy, Emmanuel

1998 Le café équitable élu par les députés italiens, disponible en: <<http://base.d-p-h.info/fr/fiches/premierdph/fiche-premierdph-5158.html>>.

- Klein, Juan Luis
 2005 “Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la globalización neoliberal”, en *Eure*, volumen XXXI, núm. 94, diciembre, pp. 25-39.
 2006 “Geografía y desarrollo local”, en Daniel Hiernaux Nicolas y Alicia Lindón Villoria, *Tratado de geografía humana*, Barcelona, Antrhupos-UAM-Iztapalapa.
- Laguna, Pablo, Zinia Cáceres y Aurélie Carlmetrand
 2006 “Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global. Coordinación y estructuras de gobernanza en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo”, en *Agroalimentaria*, núm. 22, enero-junio, pp. 65-76.
- Laurelli, Elsa y Alejandro Rofman, comps.
 1989 *Descentralización del Estado. Requerimientos y políticas en la crisis*, Buenos Aires, CEUR.
- Lecomte, Tristan
 2003 *Le pari du commerce équitable*, París, Éditions d’Organisation.
- Levi, Margaret y April Linton
 2003 “Fair trade: a cup at a time?”, en *Politics & Society*, vol. 31, núm. 3, pp. 407-432.
- Low, William y Eileen Davenport
 2005 “Postcards from the edge: maintaining the “alternative” character of fair trade”, en *Sustainable Development*, vol. 13, núm. 3, pp. 143-153.
- Lozano Uvario, Katia M.
 2007 “El desarrollo local como método de análisis”, en Rocío Rosales, coord., *Desarrollo local. Teoría y prácticas socioterritoriales*, México, UAM-Iztapalapa-Miguel Ángel Porrúa.
- Moltó Mantero, Enrique y María Hernández Hernández
 2002 “Desarrollo local, Geografía y análisis territorial integrado: Algunos ejemplos aplicados”, en *Investigaciones Geográficas*, núm. 27, pp. 175-190.
- Murray, Douglas L., Laura T. Raynolds y Peter L. Taylor
 2006 “The future of fair trade coffee: dilemmas facing for Latin America’s small-scale producers”, en *Development in Practice*, vol. 16, núm. 2, pp. 179-192.

Nogué i Font, Joan

- 1989 “Espacio, lugar, región: hacia una nueva perspectiva geográfica regional”, en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 9, pp. 63-79.

Oliveres, Arcadi

- 2006 “Prólogo”, en Joan Gratacós Guillén, coord., *El comercio justo en España 2006*, Barcelona, Setem, pp. 6-10.

Perna, Tonino

- 2000 “La réalité du commerce équitable”, en *Revue du MAUSS*, núm. 15, pp. 359-372.

Precedo Ledo, Andrés

- 2004 *Nuevas realidades territoriales para el siglo XXI*, Madrid, Síntesis.

Raynolds, Laura T.

- 2000 “Re-embedding global agriculture: the international organic and fair trade movements”, en *Agriculture and Human Values*, vol. 17, núm. 3, pp. 297-309.

- 2002 “Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: existing research and critical issues”, documento preparado para el Community and Resource Development Program, de la Fundación Ford, Nueva York, disponible en: <infoagro.net/shared/docs/a6/CoffeeFairTrade.pdf>.

- 2007 “The impacts of Cafédirect’s business model: a comparative analysis of producer partners in Peru and Mexico”.

- 2008 “The organic agro-export boom in the Dominican Republic: maintaining tradition or fostering transformation?” en *Latin American Research Review*, vol. 43, núm. 1, pp. 161-184.

Raynolds, Laura, Douglas Murray y John Wilkinson, eds.

- 2007 *Fair trade: the challenges of transforming globalization*, Abingdon, Oxon, Gran Bretaña, Routledge.

Renard, Marie Christine

- 2003 “Fair trade: quality, market and conventions”, en *Journal of Rural Studies*, vol. 19, núm. 1, pp. 87-96.

République Française

- 2005 Loi no. 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises, en *Journal Officiel de la République Française*, núm. 179, 3 de agosto.

- Roozen, Nico y Frans VanderHoff
2002 *L'aventure du commerce équitable, une alternative à la mondialisation*, París, JC Lattès.
- Rostow, Walt Whitman
1960 *The stages of economic growth: a non-communist manifesto*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Sanchis, Rafael
2006 “Geografía actual del comercio justo”, en Joan Nogué i Font y Juan Romero González, eds., *Las otras geografías*, Barcelona, Tirant lo Blanch.
- Schumacher, Ernst Friedrich
1973 *Small Is beautiful: economics as if people mattered*, Point Roberts, Washington, Hartley & Marks,
- Simpson, Charles R. y Anita Rapone
2000 “Community development from the ground up: social-justice coffee”, en *Human Ecology Review*, vol. 7, núm. 1, pp. 46-57.
- Solidaires du Monde
2010 Définition de l'économie sociale et solidaire, disponible en: <<http://blognotes.solidairesdumonde.org/archive/2009/04/21/definition-de-l-economie-sociale-et-solidaire.html>>.
- Stöhr, Walter y D. R. Fraser Taylor, eds.
1981 *Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing bcountries*, Chichester, Wiley & Sons Ltd.
- Taylor, Peter L., Douglas L. Murray y Laura T. Raynolds
2005 “Keeping trade fair: governance challenges in the fair trade coffee initiative”, en *Sustainable Development*, vol. 13, núm. 3, pp. 199-208.
- Teisserenc, Pierre
1994 *Les politiques de développement local*, París, Economica.
- Tremblay, Diane Gabrielle y Jean-Marc Fontan
1997 *Le développement économique local. La théorie, les pratiques, les expériences*, Sainte Foy, Presses del'Université du Québec.
- Troitiño Vinuesa, Miguel Ángel
2000 “Territorio y desarrollo local”, en José Cardona Andújar, dir., *Formación y empresa. Ejes del desarrollo integral de las comarcas*, Toledo, España, Centro Asociado de la UNED de Talavera de la Reina.

Vachon, Bernard

2001 *El desarrollo local: teoría y práctica. Reintroducir lo humano en la lógica del desarrollo*, Gijón, España, Ediciones Trea.

VanderHoff Boersma, Francisco

2001 “Economía y reino de Dios: neoliberalismo y dignidad, opuestos que viven juntos,” en *Christus*, núm. 732.

2002 Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: the case of UCIRI, Oaxaca, Mexico, disponible en: <<http://welcome2.libarts.colostate.edu/centers/cfat/wp-content/uploads/2009/09/Case-Study-UCIRI-Oaxaca-Mexico.pdf>>.

Vázquez Barquero, Antonio

1988 *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*, Madrid, Pirámide.

1999 *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Madrid, Pirámide.

2000a “Desarrollo endógeno y globalización”, en *Eure*, vol. XXVI, núm. 79, pp 47-65.

2000b “Sobre las raíces teóricas del desarrollo endógeno”, en Marta Casaús y Juan Carlos Gimeno, coords., *Desarrollo y diversidad cultural en Guatemala*, Guatemala, Universidad Autónoma de Madrid-AECI-Cholsamaj.

Vázquez Barquero A, Gioacchino Garofoli y Jean Pierre Gilly, eds.

1997 *Gran empresa y desarrollo económico*, Madrid, Síntesis

Waridel, Laure

2002 *Coffee with pleasure: just java and world trade*, Montreal, Black Rose Books.

Xalma, Cristina

2006 “El comercio justo en España 2000-2005”, en Joan Gratacós Guillén, coord., *El comercio justo en España 2006*, Barcelona, Setem, pp. 11-35.

Artículo recibido el 3 de marzo
y aceptado el 26 de noviembre de 2010