

Comercio Justo, retorno de las familias desplazadas y desarrollo rural

Marco Coscione

Todos conocemos muy bien la importancia del actual proceso de diálogo, pero sobre todo, cada uno de nosotros sabe cuánto sea necesario construir de paz para el presente y lo que vendrá después. El proceso de retorno de las familias desplazadas representa hoy día una primera desafiante prueba para la construcción de un nuevo tejido productivo, económico y social en las zonas rurales. ¿Cuál sería el aporte de las organizaciones de pequeños productores de comercio justo a este proceso? Este artículo intenta vislumbrar algunas posibles respuestas.

Los pequeños productores: víctimas del despojo y desplazamiento

Justo cuando en la Mesa de Conversaciones entre el Gobierno Nacional y las FARC-EP se está empezando a debatir el primer punto de la agenda de paz (“Política de desarrollo agrario integral”), llega a mis manos el documento “La restitución de tierras y el modelo de desarrollo rural en un contexto de desplazamiento forzado” (diciembre de 2012), elaborado por la Comisión de seguimiento a la política pública sobre desplazamiento forzado (en adelante, CODHES), cuyo principal objetivo es plantear propuestas para el proceso de restitución de tierras y apoyo post-restitución a favor de las familias campesinas despojadas de sus predios u obligados forzosamente a abandonarlos en medio de una situación conflictiva extremadamente violenta.

Leyendo este texto no puedo dejar de pensar en mi último libro, *La CLAC y la defensa del pequeño productor*,¹ en el rol protagónico que está asumiendo la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (en adelante CLAC)² al interior del movimiento internacional por un comercio con justicia y en el papel político-social que éste debería jugar en los procesos de reforma agraria y desarrollo rural, tanto en Colombia como en otros países de la región y de otros continentes.

Según los datos rescatados por la CODHES, se calculan 4 millones 850 mil desplazados hasta mediados del año 2010. Casi la totalidad de estas personas son campesinos y pequeños productores: según la III Encuesta Nacional de Verificación (2010), reconocida como la más representativa respecto al desplazamiento forzado, «tenían en promedio entre 1,1 hectáreas cultivadas (tabaco, tomate, ñame) y 2,3 hectáreas (cacao)» (CODHES, 2012). Realmente son los más pequeños, los más vulnerables. El 97,4% de las familias desplazadas cultivaba de manera poco tecnificada, el 53% tenía una huerta casera y el 54,2% se dedicaba a la agricultura para el autoconsumo y la venta.³ En las últimas décadas del siglo XX y en la primera del XXI se despojaron de manera violenta alrededor de 6,6 millones de hectáreas (incluyendo

¹ Más informaciones en: <http://www.altramerica.info/90-la-clac-y-la-defensa-del-pequeno-productor.html>

² <http://www.clac-comerciojusto.org>

³ Gary L. J. (2011). *El reto ante la tragedia humanitaria del desplazamiento forzado: reconocer y resarcir debidamente los daños y perjuicios*, Vol. 10, 41-46. Bogotá: Comisión de Seguimiento a la Política Pública sobre Desplazamiento Forzado, Embajada de los Países Bajos en Colombia. Citado en CODHES, 2012.

tierras colectivas), correspondientes a más del 15% de la superficie nacional dedicada a las actividades agropecuarias.

Es importante recordar estos datos antes de abordar el núcleo de la cuestión presentada en el documento y que, a mi juicio, se resumen en la siguiente frase: «el desplazamiento forzado de la población se debe a la conjunción entre el modelo de desarrollo rural y el conflicto en sentido amplio» (CODHES, 2012). Sin embargo, antes de poder analizar con más detenimiento el texto y las propuestas presentadas por los integrantes de la CODHES, tengo que abrir un pequeño paréntesis para explicar, de manera muy resumida, qué es la CLAC.

La Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo y su articulación en el continente

La CLAC representa hoy la más activa de las tres redes continentales de productores copropietarias del sistema internacional de certificación de comercio justo *Fairtrade International* (anteriormente *Fairtrade Labelling Organizations International*, mejor conocida como FLO). Nacida en 2004, la CLAC comprende actualmente unas 300 organizaciones de pequeños productores de 21 países de América Latina y el Caribe, por un total de más de 300.000 pequeños y medianos productores.

La coordinadora incluye, además, seis redes regionales de producto: la Red Café, la Red Banano, la Red Cacao, la Red de Azúcar, la Red Miel y la Red de Jugos y Frutas Frescas. Para el futuro ya se está conformando la Red de Quínoa. Sin embargo, los productores miembros producen también otros productos de exportación como aceite, nueces y semillas, frutas secas, té y vino, entre otros, además de todos los productos para el consumo familiar. Si las redes de producto aglutinan a todas las organizaciones de productores miembros de la CLAC que producen un mismo producto, las Coordinadoras Nacionales son las redes que reúnen a todas las organizaciones de productores de un mismo país. El órgano que pone en práctica las decisiones de la Asamblea General es la Junta Directiva de la CLAC, que cuenta con representantes de cada una de las redes de producto y de cada subregión: sus miembros son elegidos de manera democrática y representativa en la Asamblea General, normalmente cada dos años.

Desde su conformación, la CLAC se ha distinguido por su firme compromiso por la defensa de los pequeños productores organizados; ha luchado, y sigue luchando, para que el comercio justo internacional vuelva a su camino originario, desde que la entrada de las plantaciones, las grandes superficies y ahora nuevos esquemas certificados de producción por contrato -con productores no organizados- pusieron en peligro su esencia y su identidad sobre todo en la relación con el último anillo de la cadena solidaria: el consumidor. Frente a esta deriva, la CLAC vuelve la mirada hacia el pequeño productor y el rol económico, social y político de éste al interior de su comunidad.

Restitución, reorganización y reconocimiento en el campo: las posibles aportaciones desde los circuitos del comercio justo

Para analizar este rol, he ido evidenciando algunos puntos del documento (CODHES, 2012) que me parece importante considerar desde el enfoque del comercio justo, para ver como este movimiento

encajaría en el proceso de acompañamiento a las familias desplazada, de creación de organizaciones de pequeños productores democráticas y representativas, y de revalorización profunda del campesinado, en un mundo cada día más interesado (en todos los sentidos) en los recursos de tierra y agua. Y cada día más golpeado por los cambios climáticos.

El primer párrafo que me hace reflexionar es el siguiente:

«[...] se requiere [...] el fortalecimiento de las distintas alternativas de generación de ingresos contempladas para los pequeños productores y medianos agricultores»; y que «se tome provecho de formas novedosas de organización campesina asociativa y de modelos de inserción de la producción campesina a cadenas de valor en condiciones de equidad de oportunidades con los otros eslabones de la producción empresarial» (CODHES, 2012).

Los orígenes del comercio justo como modelo alternativo, tanto de relaciones comerciales y políticas internacionales, como de desarrollo local, se remontan a la segunda posguerra. Sin embargo, es a partir de la segunda mitad de los años ochenta, que nacen y se consolidan organizaciones que trabajan casi exclusivamente y profesionalmente en ello, así como varias plataformas continentales. En 1988, gracias al protagonismo de los pequeños productores mexicanos de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) y al apoyo de la ONG holandesa Solidaridad, se crea el primer sello de garantía de comercio justo: la certificación Max Havelaar. Esta experiencia se difunde rápidamente entre los países europeos y de Norteamérica, hasta el año 1997, cuando se unifican las diferentes iniciativas de sello nacionales y se crea la *Fairtrade Labelling Organizations International* que gestiona la certificación *Fairtrade*, la más conocida y usada a nivel internacional.

El objetivo de fondo del comercio justo es la reducción de la pobreza y de las desigualdades a través de la creación de oportunidades para los productores en desventaja económica: no se trata de asistencialismo o ayuda al desarrollo. Se trata de cambiar las reglas del juego para que los pequeños productores marginados puedan, a través de su trabajo cotidiano, desarrollar sus habilidades, aprovechar las oportunidades del mercado y entonces emprender su propio camino hacia lo que ellos mismos entienden por desarrollo. El comercio justo responde a las siguientes barreras del mercado: a) la falta de acceso al mercado para los pequeños productores y el poder de los intermediarios; b) los altibajos (sobre todo de los precios) en los mercados internacionales; c) la falta de información o informaciones imperfectas de las que sufren los más pequeños; d) la falta de acceso al crédito; e) la imposibilidad de cambiar ágilmente el tipo de producción; f) las debilidades organizativas y comerciales.

En el papel, todo bien: en la realidad, las cosas no siempre cuadran al 100%. Como mencioné anteriormente, la entrada de actores externos, que nada tienen que ver con el compromiso político y social que desde sus comienzos ha caracterizado a los activistas del movimiento, está desvirtuando el sentido mismo de las palabras “comercio justo”. Sin embargo, gracias a las luchas de las organizaciones latinoamericanas y su coordinadora regional, se empiezan a reescribir los equilibrios de fuerzas y los juegos de poder que han ido imponiéndose desde comienzos del siglo XXI. Desde el Sur, en este caso desde América Latina, se ha ido generando un continuo planteamiento de nuevas configuraciones que ha llevado a los latinoamericanos a considerar, en palabras de Alfonso Cotera Fretel (2007, p. 106), una perspectiva más “integrada o auto-centrada”.

A partir de esta visión, en los últimos años la CLAC está protagonizando un proceso social y político muy fuerte. Y con óptimos resultados a pesar de las muchas dificultades que tienen los grupos de pequeños productores, más si organizados de manera democrática, participativa y representativa. La democracia cuesta y los empresarios, normalmente, no tienen estos gastos.

«[...] la productividad y eficiencia relativa de los sistemas de producción de economía campesinas avanzadas no sólo no son significativamente inferiores a las de los sistemas de producción a mediana y gran escala (empresarial), sino que incluso llegarían a ser superiores en el caso de zonas y producciones especializadas» (CODHES, 2012).

Esta afirmación me hace pensar en la entrevista a Silvio Cerda –director ejecutivo de la Red Café de la CLAC- recogida en mi último libro (Coscione, 2012: 141-142): «En un estudio que hicimos para el caso del café de Nicaragua, midiendo la eficiencia con parámetros puramente económicos, los grandes y medianos mantienen la mayoría de los volúmenes de exportación, pero son los pequeños quienes reciben los mejores precios por el producto exportado». Una parte importante de los volúmenes que antes comercializaban las grandes multinacionales ahora la comercializan los pequeños productores: «Es por esta razón, no es pura casualidad –afirma Silvio–, que las mismas transnacionales están proponiendo programas de responsabilidad social empresarial o sellos éticos de certificación para recuperar el terreno perdido y que las organizaciones de pequeños productores han ganado durante por lo menos dos décadas de esfuerzo colectivo».

Conocer las experiencias exitosas del comercio justo nos ayuda a desmontar uno de los cuatro mitos que aún persisten en el imaginario colectivo sobre los pequeños productores: el de la baja productividad. Los otros tres, la aversión a la tecnología y la innovación, al riesgo y la hostilidad a los mercados, también pueden ser fácilmente derribados. Así lo hace Oxfam International en su informe “Cultivar un futuro mejor” (Bailey, 2011). Para discrepar con la aversión a los mercados, Oxfam simplemente considera que «es una estupidez». Palabra más elocuente no podría haber usado. Los ejemplos de excelente inserción en los mercados internacionales son elocuentes. En cuanto a tecnología e innovación, el desenfoque es bien claro: no se trata de que los pequeños no adopten nuevas tecnologías o no quieran innovar sus cultivos, sino más bien que el apoyo público y privado al desarrollo de innovación y tecnologías está dirigido a los grandes y no a los pequeños. Los grandes capitales no invierten en desarrollar tecnologías innovadoras que se apliquen a la realidad de los más pequeños. La clara apuesta por un modelo de desarrollo rural que debilite y desvalore el campesinado es algo generalizado a nivel mundial, y bien señalado también por la CODHES (2012).

La aversión al riesgo es seguramente una realidad para quien sobrevive de sus cultivos y no tiene la disponibilidad (sobre todo, el acceso al crédito) y las capacidades (formación) para arriesgarse sin perder la relativa estabilidad alcanzada con muchos años de esfuerzo y trabajo. Sin embargo, también en este sentido, podemos nombrar muchísimas experiencias exitosas. Aquí, la unión entre los productores y la fortaleza de sus asociaciones son fundamentales, tanto en el proceso colectivo de toma de decisiones como en el necesario acompañamiento al productor y sus familias. Es por eso que desde la CLAC se hace énfasis en el acompañamiento y trabajo con los pequeños productores organizados. La unión y organización de los productores es fundamental en la construcción de lo que Horacio Martins de Carvalho (2010: 18-21) denomina un «sujeto social activo», que propone un nuevo proyecto popular (en construcción y abierto a las críticas). Este nuevo proyecto social solo puede surgir desde abajo y desde el

campo; para su construcción, los pequeños productores necesitan el reconocimiento y el apoyo de toda la sociedad, del Estado y del sector privado.

Este tema me lleva a uno de los principales puntos subrayado por la CODHES (2012):

«En las últimas décadas, los campesinos después de ser objeto de políticas de focalización pasaron a desempeñar un papel residual como productores. Esta desvalorización constituye una “falla de reconocimiento” a partir de la cual se desconocen los derechos del campesinado, se niega cualquier redistribución de activos a su favor –“falla de redistribución”- y hace que finalmente la sociedad ni reaccione ni se conmueva frente a fenómenos como el desplazamiento forzado interno [...] Si este reconocimiento no se hace efectivo [...] cualquier política redistributiva será mínima y no brindará garantías de no repetición del desplazamiento».

Llegamos a una de las cuestiones neurálgicas del trabajo de la CLAC. En América Latina, las organizaciones que integran la CLAC están tomando cada día más conciencia del valor y de la importancia que la incidencia política asume también en sus contextos, tanto locales como nacionales. Las coordinadoras nacionales diseñan sus estrategias de acercamiento a las instituciones públicas y al mundo empresarial y, gracias a la estructura operativa de la red a nivel regional, pueden intercambiar experiencias con las coordinadoras de otros países y con los productores de las Redes de Producto. Los diferentes talleres regionales sobre adaptación al cambio climático, políticas de género, sobre comercialización y desarrollo de capacidades, entre otros, dan muestra de las actividades que lleva a cabo la CLAC para seguir tejiendo el entramado latinoamericano entre todas las organizaciones miembros. Estos encuentros no solo están pensados para el intercambio de experiencias, sino sobre todo para la construcción participativa de estrategias conjuntas para la inserción sostenible de los productos de los pequeños productores en los mercados nacionales e internacionales y para seguir aportando al desarrollo rural de sus comunidades.

Fruto de este nuevo repensar el comercio justo desde el Sur, es la iniciativa de certificación del Símbolo de Pequeños Productores (en adelante SPP),⁴ gestionada por la Fundación de Pequeños Productores Organizados (Fundeppe): es la primera iniciativa de certificación de calidad creada por y propiedad de los pequeños productores del Sur; no es otra iniciativa impuesta por el “Norte desarrollado” y que tiene que responder a las exigencia del Norte. Naturalmente el SPP es una iniciativa nueva, pero está avanzando con firmeza y decisión hacia su objetivo: diferenciar la producción de los pequeños productores organizados, porque en ellos recaen, finalmente, las bases del desarrollo productivo del campo.

Sigue el documento de la CODHES (2012):

«Es necesario diseñar una estrategia que contemple de manera integral los diferentes aspectos económicos, sociales y ambientales que tienen los procesos de desarrollo de las comunidades rurales [...]. La estrategia debe, asimismo, construirse desde los territorios, basándose en las diferentes experiencias que existen de desarrollo de comunidades rurales, las más exitosas de las cuales han contado con apoyo financiero gubernamental y acompañamiento de entidades de la sociedad civil con experiencia y arraigo en las regiones.

⁴ www.spp.coop

[...] Los principales actores de este sistema serían: las comunidades rurales que deberían organizarse [...]; las entidades de la sociedad civil que hacen el acompañamiento en campo a los procesos de desarrollo de estas comunidades que cuentan con la suficiente experiencia y arraigo en las regiones; las entidades públicas territoriales [...]; y finalmente el sector público nacional [...]. Los tres primeros actores deben formar parte de las instancias regionales de coordinación».

Este último párrafo me hace reflexionar sobre la estructura operativa de la CLAC que, como mencionamos anteriormente, cuenta con diferentes niveles de representación y toma de decisión. Retomo aquí las consideraciones de dos personas de la CLAC entrevistadas en mi última investigación. Según Sonia Murillo,⁵ la estructura de la coordinadora es ideal para la defensa del pequeño productor: «Tenemos las redes de producto que nos conectan verticalmente entre los diferentes países, y las coordinadoras nacionales que unen horizontalmente a los productores de todos los productos certificados a nivel nacional. Sin embargo, la CLAC aún depende mucho de aquellas personas que lideran las redes y las coordinadoras nacionales. Falta todavía, a mi juicio, un verdadero sentido de pertenencia a la CLAC en su globalidad, sobre todo entre sus bases. De eso depende la fuerza del proceso de defensa del pequeño productor, que siempre ha caracterizado a nuestra red de productores de América Latina» (Coscione, 2012: 154-155).

Según Xiomara Paredes, Gerente de Operaciones de la CLAC, la estructura general de la CLAC, con sus coordinadoras nacionales y redes de producto, es adecuada y constituye una de sus mayores fortalezas: «Está comprobado que estas figuras realmente funcionan para el bien de los pequeños productores organizados. Las coordinadoras nacionales son espacios idóneos para coordinar las actividades a nivel de país, gestionar recursos, implementar proyectos, fortalecer a sus miembros y para hacer incidencia política. Por otra parte, las redes de producto a nivel continental son espacios donde las organizaciones discuten temas de precios, costos de producción, mercado, mercadeo, productividad, calidad... y permiten que las organizaciones se sientan más identificadas entre sí por tener algo más en común: el mismo producto y, por tanto, el mismo sistema de producción» (Coscione, 2012: 73-75).

La fortaleza de las redes de comercio justo reside justamente en su organización y su unidad; unidad y sentido de pertenencia que, cada día más, se están reflejando en las labores cotidianas de la CLAC y sus representantes. La CLAC y las coordinadoras nacionales pueden ser un modelo a imitar, o del cual seguramente aprender, para:

«la sistematización e intercambio de experiencias, conocimientos y metodologías, la difusión de mejores prácticas, el desarrollo de capacidades en las organizaciones de productores y en las entidades acompañantes de los procesos» (CODHES, 2012),

y serían las mismas organizaciones de pequeños productores (colombianas en este caso, pero también latinoamericanas) las que podrían acompañar a las familias y comunidades campesinas desplazadas en:

«la promoción de sistemas productivos diversificados en el componente productivo; el fomento de hábitos empresariales, la formulación y ejecución participativas de planes de negocios y la vinculación a cadenas de valor en el componente empresarial y comercial, y el fortalecimiento de

⁵ Vocal del Consejo de Administración de la Cooperativa Cañera de San Ramón R. L. (Coopecañera). Miembro de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Costa Rica y de la Red de Azúcar de la CLAC. Vocal de la Junta Directiva de la CLAC, periodo 2011-2012, y presidenta del Comité de Normas de Fundeppo.

la autoestima y del trabajo en equipo y la creación y consolidación de asociaciones y redes de organizaciones de pequeños productores en el componente social» (CODHES, 2012),

a los cuales habría que añadir todas las experiencias adquiridas por los pequeños productores de comercio justo en el componente ambiental, pilar fundamental en estas relaciones comerciales equitativas, donde el concepto y las prácticas de sustentabilidad, además, incluyen fuertemente el aspecto intergeneracional. El acompañamiento y el empoderamiento comunitario de los jóvenes, como futuros líderes tanto en las organizaciones como en sus comunidades, es de fundamental importancia para las organizaciones de comercio justo; sobre todo si consideramos las consecuencias a mediano y largo plazo de un fallido relevo generacional en el campo y los impulsos seductores, cada vez más fuertes y cada vez menos ocultos, con los cuales esta sociedad urbana y del consumo nos bombardea cotidianamente.

Conclusiones

¿Cuál es, por tanto, el papel que las organizaciones de comercio justo certificado *Fairtrade* pueden jugar en un escenario de conflicto (y ojalá pronto post-conflicto armado) como el colombiano?

En Colombia existen actualmente 35 organizaciones de pequeños y medianos productores miembros de la CLAC: 28 producen y exportan café como principal producto, 5 bananos y 2 cacao. Más del 90% de los miembros de 32 de estas 35 organizaciones son pequeños productores: las otras tres cuentan respectivamente con un 81, 84 y 89% de pequeños productores.

Se encuentran ubicadas en varios departamentos del país, entre los cuales: Antioquia, Chocó, Cauca, Valle del Cauca, Huila, Caldas, Tolima, Risaralda y Magdalena, entre otros. Potencialmente, las organizaciones de comercio justo miembros de la CLAC estarían presentes en aquellos territorios desde donde fue desplazado por lo menos una buena parte de la población total desplazada. En este sentido, la CLAC, la Coordinadora Colombiana de Comercio Justo, así como las 35 organizaciones miembros de la CLAC podrían representar un válido apoyo en diferentes aspectos:

- para el proceso de retorno de las comunidades campesinas desplazadas durante las largas décadas del conflicto;
- para el trabajo de redistribución de las tierras en estrecha colaboración con las autoridades correspondientes: en tejidos productivos y rurales donde existe la presencia de organizaciones de pequeños productores fortalecidas que desafían cotidianamente los intereses de las grandes plantaciones, se reduce el riesgo de que la simple titulación de tierra, sin insumos, ni apoyo técnico y de gestión, se traduzca finalmente en una venta apresurada de las tierras restituidas;
- para la construcción de organizaciones de pequeños productores democráticas, participativas y que realmente representen los intereses de las comunidades de pertenencia;
- para el empoderamiento de las mismas hacia una gestión eficiente de los procesos de producción y comercialización de los productos;

- para acompañar a los productores en el proceso de conversión de los cultivos convencionales a cultivos orgánicos, así como en la diversificación de las parcelas que presentan un cultivo tradicional para la exportación (como café, cacao o banano);
- para ir compartiendo estrategias y posibilidades de financiación para la adaptación y mitigación al cambio climático; de hecho la CLAC ya tiene su propia estrategia para Mesoamérica y para la Región Andina (Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia) y Paraguay, construidas a partir de las experiencias y conocimientos de los productores las organizaciones miembros y del apoyo de expertos internacionales;
- para valorizar el rol del pequeño productor y del campesino en la vida económica, política, social y cultural del país;

¿Cómo visualizar, por tanto, este tipo de colaboración? Por un lado tendríamos las familias de desplazados en su proceso de retorno hacia las comunidades desde donde fueron desplazadas. Por otro, las autoridades públicas llamadas a cumplir con la legislación nacional y por tanto a llevar a cabo la restitución de tierras y el acompañamiento para el retorno y el proceso de establecimiento de las familias desplazadas en las comunidades rurales. A estos dos actores clave, añadiríamos las organizaciones de comercio justo representadas, en este caso, por: a) las organizaciones de base de pequeños productores; b) la Coordinadora Nacional Colombiana, con su función de red articuladora entre todas las organizaciones de productores del país (cuyos objetivos principales son, entre otros, articular la comunicación entre la CLAC y las organizaciones de productores, promover el mercadeo de los productos con el Símbolo de Pequeños Productores a nivel nacional, identificar las ofertas de productos provenientes de las organizaciones en el país y recomendarlas a la CLAC, buscar mecanismos para incidir en políticas nacionales y locales que favorezcan a las organizaciones miembros, formular, presentar y coordinar proyectos orientados hacia la sostenibilidad y el fortalecimiento organizacional de las organizaciones de productores); c) la CLAC a nivel regional, con su rol global y sus redes de contacto con las organizaciones de comercio justo del Norte, los importadores, el sistema internacional de certificación *Fairtrade* y otras organizaciones de comercio justo, como la World Fair Trade Organization (que se dedica al comercio justo de las artesanías y los tejidos), o de la sociedad civil en general.

A este esquema, naturalmente, habría que añadir un actor de la sociedad civil colombiana que puede desarrollar la función de acompañante y también de evaluador externo de esta nueva estrategia público-privada para un eficiente proceso de retorno, con posibilidades concretas de apertura de nuevos canales productivos y de comercialización para los campesinos que vuelven a las comunidades rurales.

Es un desafío interesante, sobre todo para devolverle al campesinado su rol protagónico en el desarrollo rural del país, y también en los caminos hacia la seguridad y soberanía alimentaria. Este tipo de colaboraciones desde abajo, podría ser, además, un buen ejemplo para la reinscripción en los tejidos económicos-productivos y político-sociales de los que, esperamos pronto, abandonen las armas para empezar a construir, colectivamente con toda la sociedad, el tanto esperado camino de paz.

Las organizaciones de pequeños productores de comercio justo forman parte del conjunto de experiencias de economía solidaria que ya están construyendo con sus prácticas aquel “desarrollo económico con justicia social y en armonía con el medio ambiente” que se anhela en el preámbulo del “Acuerdo General para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”; asimismo está

proporcionando nuevos impulsos “a la producción agropecuaria y a la economía solidaria y cooperativa. Asistencia técnica. Subsidios. Créditos. Generación de ingresos. Mercadeo. Formalización laboral”, mencionados en el acápite 5 del primer punto de la actual Agenda de Paz.

Bibliografía

Bailey, R. (2011). *Cultivar un futuro mejor*. Reino Unido: Oxfam Internacional. Recuperado el 6 de marzo de 2013 de http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/growing-a-better-future-010611-es_0.pdf.

CODHES (2012). *La restitución de tierras y el modelo de desarrollo rural en un contexto de desplazamiento forzado*. Colombia: Comisión de seguimiento a la política pública sobre desplazamiento forzado.

Coscione, M. (2012). *La CLAC y la defensa del pequeño productor*. República Dominicana: Editorial Funglode.

Coscione, M. (2011). *Comercio Justo en la República Dominicana: café, cacao y banano*. República Dominicana: Fundación Global Democracia y Desarrollo.

Cotera Fretel, A. (2007). Comercio Justo: una visión desde América Latina, en: *Afirmando prácticas democráticas y estrategias solidarias para un desarrollo sustentable. Memoria del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*, Angulo, Nedda y Fernández, Massiel (Compiladoras). Lima: Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESPE) y Universidad de La Habana. Recuperado el 6 de marzo de 2013 de http://www.ripesslac.net/recursos_galeria/20090223_060941_Memoria_Habana.pdf.

Fairtrade Foundation (2009). *Egalité, Fraternité, Sustentabilité. Why the climate revolution must be a Fair Revolution*. Oxford: Fairtrade Foundation. Recuperado el 6 de marzo de 2013 de http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2009/c/climate_report_final.pdf.

Fundeppo (2011). Declaración de principios y valores. México: Fundación de Pequeños Productores Organizados, Asociación Civil. Recuperado el 6 de marzo de 2013 de <http://www.spp.coop>.

Laroche, K. y Guittard, B. (2009). *The impact of Fairtrade labelling on small-scale producers. Conclusions of the first studies. Summary report*. Francia: Max Havelaar France, Recuperado el 6 de marzo de 2013 de www.maxhavelaarfrance.org.

Martins de Carvalho, H. (2010). Desafíos para el campesinado como sujeto social. *América Latina en Movimiento*, 459 (XXXIV), II época, 18-20. Recuperado el 6 de marzo de 2013 de <http://alainet.org/publica/459.phtml>.