

# EL COMERCIO JUSTO Y SOLIDARIO,

basado en las experiencias de  
Cooperativa Sin Fronteras, Brasil



Organização:

**FUNARBE**  
FUNDAÇÃO ARTHUR BERNARDES

**UFV**  
Universidade Federal  
de Viçosa

 **IPPDS**  
Instituto de Políticas Públicas e  
Desenvolvimento Sustentável

**AKSAAM**

  
**CSFBrazil**

Financiamento:

 **FIDA**  
Investindo nas populações rurais



# Presentación

El **Comercio Justo y solidario** está determinado por **prácticas comerciales diferenciadas**, que se basan en la **justicia**, en el **diálogo**, en la **transparencia** y en el **respeto**. Promueve la **equidad social**, la **protección del medio ambiente** y la **seguridad económica** a través de **relaciones directas, transparentes y justas**.

Con el propósito de **apoyar** la organización de la producción y comercialización de **productos saludables**, limpios y de **calidad**, **orgánicos, agroflorestales**

**biodinámicos** de producción, la **Cooperativa Sin Fronteras Brasil** (CSFBrasil), en sociedad con el **Proyecto AKSAAM**, sistematiza con este material, **conocimientos utilizados** por cooperativas y asociaciones en América Latina y el Caribe.

Las cartillas aquí presentadas, están organizadas en **5 módulos:**

1. El Comercio Justo Internacional y el Mercado de Productos Orgánicos como oportunidades para familias agricultoras;

2. El Mercado de Productos Orgánicos y el Comercio Justo Internacional;

3. La Certificación de Productos Orgánicos y de la producción y organización para el mercado justo y/o orgánico;

4. Aspectos básicos para la comercialización en mercados diferenciados;

5. Planificación de la producción y organización para el mercado justo y/o orgánico.

Este material está basado en la **experiencia de la**

**Cooperativa Sin Fronteras** y viabilizado a partir del **Proyecto: Apoyo a las Relaciones Comerciales de Cooperativas y Asociaciones del Nordeste de Brasil** junto al **Comercio Justo y Solidario**, desarrollado junto con la **Universidad** Federal de Viçosa/UFV y el **Instituto** de Políticas Públicas y Desarrollo Sostenible/IPPDS, la **Fundación** Arthur Bernardes/FUNARBE y el AKSAAM/Adaptando Conocimiento para **Agricultura Sostanible** y Acceso a Mercados.

**Sitio:** [www.csfbrasil.org.br](http://www.csfbrasil.org.br)

**Instagram:** [@csf\\_brasil](https://www.instagram.com/csf_brasil)

**E-mail:** [cooperarsemfronteiras@gmail.com](mailto:cooperarsemfronteiras@gmail.com)

**Facebook:** [CSF Brasil](https://www.facebook.com/CSF.Brasil)



**Cartilla 3**

# **La Certificación de Productos Orgánicos y Mercado Justo**

Organização:

**FUNARBE**  
FUNDAÇÃO ARTHUR BERNARDES

**UFV**  
Universidade Federal  
de Viçosa

  
**IPPDS**  
Instituto de Políticas Públicas  
(Desenvolvimento Sustentável)

**AKSAAM**

  
**CSF Brasil**

Financiamento:

  
**FIDA**  
Investindo nas populações rurais

# RESUMEN

Introducción	7
¿Qué es la Certificación?	9
La Certificación de Productos Orgánicos	12
¿Cómo certificar un producto en Brasil?	16
La Certificación para el Comercio Justo	21
¿Y cómo Certificar?	26
¿Apenas la FLO certifica productos del “Comercio Justo”?	29
Experiencia en el tema: Red Xique-Xique	32



# Introducción

En las cartillas 1 y 2 aprendimos qué es un Producto **Orgánico** y qué es un Producto de **Comercio Justo**. Vimos, también, cómo se comportan estos **mercados**, cómo son definidos y cuántos recursos

mueven a **nivel mundial**. Para acceder, es necesario buscar las **certificaciones** adecuadas. Y en esta cartilla veremos los pasos para tener **nuestros productos certificados** para uno u otro mercado.





**¿Que és la Certificación?**

En el sitio web de la Asociación Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) encontramos la siguiente definición:

Certificación es un proceso en el cual una **entidad** independiente (3ª parte) evalúa si determinado producto atiende a las **normas técnicas**. Esta evaluación se centra en **auditorias** en el proceso productivo, en la colecta y en ensayos de muestras.



Podemos igualmente entender la **certificación** como un proceso que quiere **garantizar** que un **producto** es aquello que él afirma ser. Así, si digo que mi producto es **orgánico** o atiende las **normas** de Comercio Justo Internacional, es **necesario** que algún proceso **evalúe** la conformidad de ese producto a las **reglas** que definen esas características. Vamos a ver quién define esas reglas, y cuáles **camino**s son posibles para esas certificaciones.





# **La Certificación de Productos Orgánicos**



¿Cuándo **surgió** la **certificación orgánica**? Inicialmente, de manera casi natural, a través de **declaraciones** de quien producía y después a través de **normas** privadas, voluntarias. ¿Cómo ocurre uno y otro proceso?

**Declaraciones** del productor es cuando **quien produce afirma** y certifica la calidad de su producto. O sea, una familia **produce** orgánico, lleva su producto a la feria y **comunica** al comprador: **mi producto es orgánico**.

**Norma privada** de adhesión voluntaria es un poco diferente. Una determinada **empresa**, o un grupo **define las normas**. En el caso que estamos tratando, **define qué es orgánico** Quien produce, **dice**, de manera voluntaria: **yo quiero seguir esas normas**, acepto que ustedes evalúen si lo estoy haciendo de acuerdo. Esa evaluación **puede tener un costo**, normalmente tiene, siendo más o menos caro dependiendo de la situación. En la **Agricultura Orgánica**, en los años 1970/1980 surgieron

varias normas de **adhesión voluntarias**, en muchos países. Las más conocidas eran las **normas** propuestas y avaladas por la **Ifoam** – en aquella época sigla en inglés para Federación **Internacional** de los Movimientos de Agricultura Orgánica.



El paso siguiente, posterior al crecimiento de las normas voluntarias, fue el **surgimiento** de las **legislaciones** sobre el asunto. Diferentes países comenzaron a proponer **leyes** que definieran qué es agricultura orgánica. Cuando un país promulga una legislación, quien **actúa** en ese país **debe seguir esa regla**, incluyendo a los que ya poseen una norma voluntaria para ese tema. Decenas de países del mundo poseen algún tipo de **marco legal** para **regular la comercialización** de productos adjetivados como **orgánicos**.



En **Brasil**, la legislación sobre **agricultura orgánica** es capitaneada por la **Ley 18.831** y entró en vigor después de las debidas reglamentaciones de la Ley, en diciembre de 2010.



**¿Cómo certificar  
un producto  
en Brasil?**

La **legislación brasilera prohíbe** que un **producto** llegue al mercado con la denominación de **orgánico sin pasar** por uno de los tres **procesos previstos** para **legitimar** esa producción como tal.  
**¿Cuáles son estos tres procesos?**

### 1) CERTIFICACIÓN POR AUDITORIA (TERCERA-PARTE)



En este caso, **la familia** productora, o su grupo, formal o informal, **contrata una empresa**, conocida como **Certificadora**. Esa relación será debidamente regulada por un **contrato**, donde los costos y obligaciones de ambas partes estarán definidos. **Una vez certificado**, ese producto **puede circular** por **cualquier mercado**, **nacional o internacional**.



## 2) SISTEMA PARTICIPATIVO DE GARANTÍA (SPG)

Definido en la legislación Brasileira como: **conjunto de actividades** desarrolladas en determinada estructura organizativa, con el propósito de **asegurar** la garantía de que un **producto, proceso o servicio atiende** a reglamentos o **normas** específicas y que fue sometido a una **evaluación de la conformidad** de forma participativa. En la práctica, funciona así: Un **grupo de productores se reúne** y, a través de una asociación o cooperativa, en la legislación

denominada de **OPAC** (siglas en portugués para Organismos Participativos de Evaluación de la Conformidad). Ese grupo **establece**, basado en la ley, como irán a garantizar la calidad orgánica de sus productos. Una vez habiendo cumplido con las etapas previstas, y tras haber sido acreditado por el Ministerio de la Agricultura, podrán certificar los productos de sus miembros, que podrán circular, sin restricciones por todo el territorio nacional. Podrá ser exportado o no, dependiendo de las restricciones del país importador.

### 3) ORGANIZACIONES DE CONTROL SOCIAL (OCS)

Definido de la siguiente forma en la legislación brasilera: **grupo**, asociación, cooperativa o consorcio a que está **vinculado el agricultor familiar** en venta directa, previamente registrado en el Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento, con proceso organizado de generación de **credibilidad** a partir de la **interacción** de personas o organizaciones, sustentado en la participación, **compromiso**, transparencia y confianza,

reconocido por la **sociedad**. En otras palabras: un grupo de **familias productoras**, reunidas en grupo formal o informal, **establece** como irá, de forma conjunta, a **garantizar la calidad orgánica** de su producción. Es semejante al SPG, **menos burocrático** en su proceso, pero tiene una condicionante: no es permitido el uso del

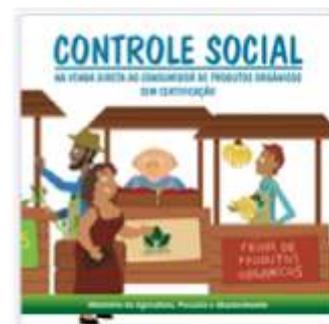


sello brasileiro de producto orgánico y los productos pueden ser comercializados apenas en lo que se denomina comercialización directa, o sea: ferias, tiendas de los propios productores y mercados institucionales.

En cualquiera de estos tres procesos, el inicio de la búsqueda por la certificación orgánica debe ocurrir después que la familia o la organización en la cual ella participa ya está practicando la agricultura orgánica. O sea, ya haya leído sobre el asunto, se haya informado, se haya capacitado y colocado en práctica lo que

aprendió, de acuerdo con las reglas, o normas, nacionales. La norma de producción orgánica a ser utilizada será siempre la misma, regida por la Instrucción Normativa que rige el tema<sup>6</sup>.

¿Quieres saber más sobre estos dos últimos procesos? En caso de que sea de tu interés, sugerimos el sitio web [www.gov.br/agricultura](http://www.gov.br/agricultura), donde están disponibles los siguientes materiales, con las orientaciones necesarias sobre este tema:





# La Certificación para el Comercio Justo

La Certificación para el **Comercio Justo** es diferente de la certificación para productos orgánicos no apenas en las normas, pero también en el hecho del Comercio Justo no ser **regulado** por una legislación **específica** en la inmensa mayoría de los países. Son **sellos privados**, con normas propias que avalan si un **producto** tiene o no los atributos que

los definen como de Comercio Justo. Vamos a hablar de algunos de estos sellos, pero antes es conveniente saber algunos de los **principios** que son comúnmente observados a la hora de **certificar** esa producción. Para eso, nos basamos en los que son propuestos por la **WFTO** – sigla en inglés para Organización Mundial del Comercio Justo<sup>7</sup>.



## PRINCIPIOS:

1: Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas;

2: Transparencia y Responsabilidad (rendición de cuentas);

3: Prácticas comerciales justas;

4: Pagamentos justos (precios y/o salarios);

5: Garantizar que no exista trabajo infantil o trabalho forzado;

6: Compromiso con la no discriminación, con la igualdad de género y con el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación;

7:Garantizar las buenas condiciones de trabajo;

8: Proporcionar el desarrollo de capacidades;

9:La promoción del Comercio Justo;

10: Respeto por el medio ambiente.

Estos principios son simples de entender, casi **autoexplicativos**. Lo importante es comprender que, si una determinada **cooperativa** de agricultores y agricultoras familiares pretende buscar una **certificación** de Comercio Justo, debe estar

atenta a ellos, buscando que la organización los cumpla. Podemos dar ejemplos. En caso de que la cooperativa tenga interés en contratar una **empresa certificadora**, ella irá a mirar la composición de los socios/as y de la directoria. ¿Ninguna mujer presente en la

directoria? Eso abre un diálogo sobre el **principio** número seis. En caso de que se emplee mucho **veneno** (agrotóxicos), por ejemplo, en el **café**, y este se encuentre plantado **ladera abajo** sin curva de nivel, puede ser abierto un **diálogo** sobre

el principio diez. Esos diálogos pueden llevar a **cambios** en la organización o simplemente llegar a la **conclusión** que esa cooperativa **no cumple** los principios y por lo tanto **no puede ser certificada**.



A hand with pink-tipped fingers holds a rectangular wooden sign. The sign has a light brown wood grain texture and a black border. The text on the sign is in a bold, black, sans-serif font. Below the text is a green ribbon seal with a white checkmark in the center. The background is a dark red pattern of various fruits and vegetables like tomatoes, carrots, and grapes.

**¿Y cómo  
Certificar?**



La respuesta concreta a esta pregunta es: **contratando** una **empresa** certificadora. A la hora de certificar otra pregunta es importante: ¿Cuál **mercado** pretendo alcanzar? Si fuese el mercado internacional, la tendencia, pero no la única opción, es buscar el **sello más reconocido** por los consumidores de países donde ese mercado es más desarrollado – la certificación de la FLO.



## FAIRTRADE



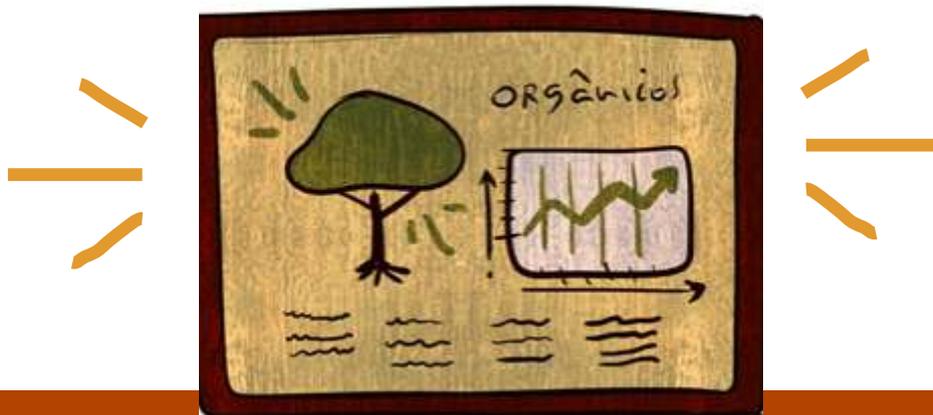
**FLO** quiere decir “Fairtrade Labelling Organizations International”, o Organización Internacional para Certificación de Comercio Justo. La FLO se autodefine como “una organización internacional de Comercio Justo, cuyo **objetivo** es el de **mejorar las condiciones** de vida de los **pequeños productores** y trabajadores agrícolas, ofreciéndoles una forma más justa de comercio”.

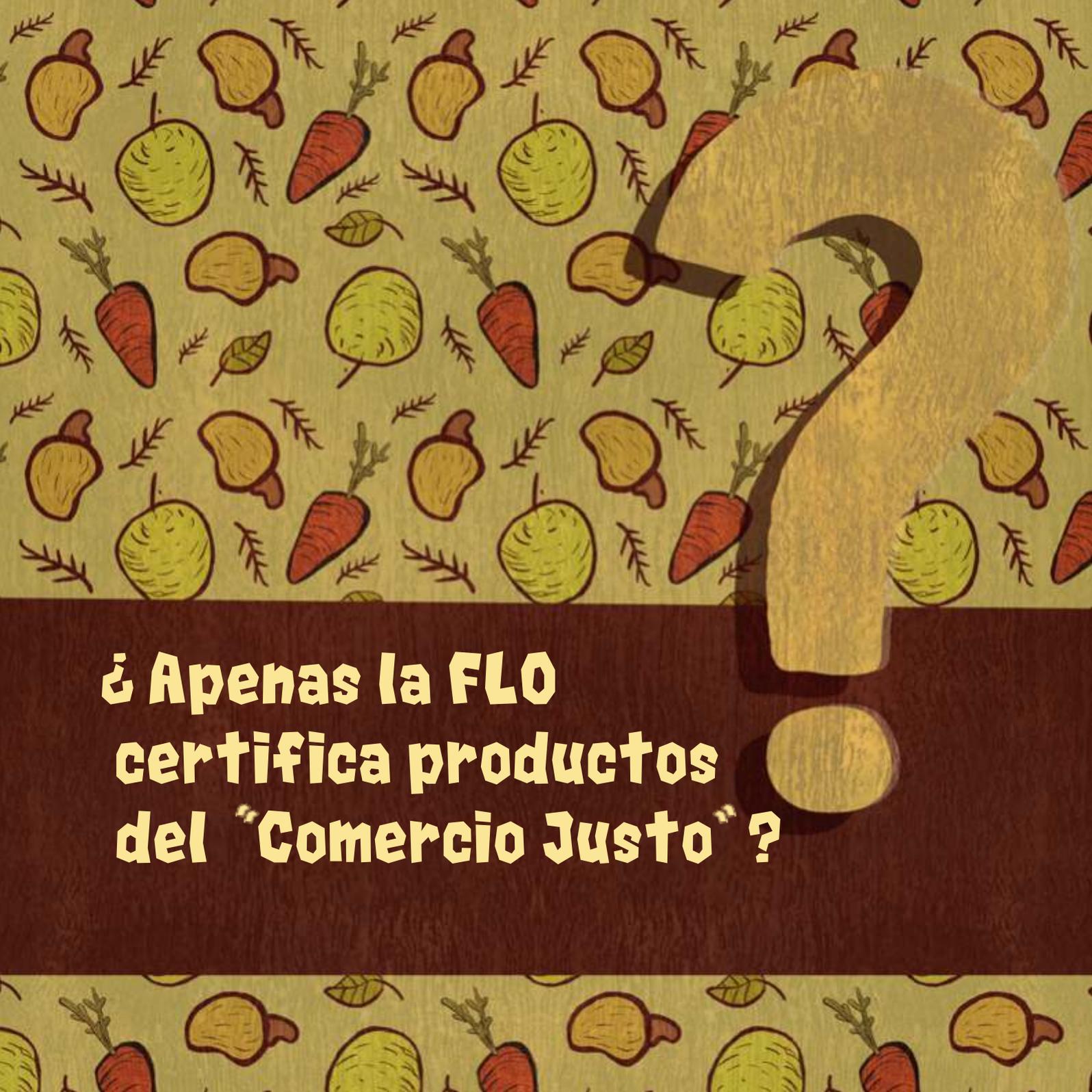
Para FLO pequeños productores “son los que **cultivan** la propia **tierra** sin depender de trabajadores empleados permanentemente”<sup>8</sup>.

Mayores informaciones pueden ser encontradas en el **sitio web** de la FLO, que es muy detallado. ¡Y en portugués! Además de eso, la FLO se dispone a prestar todas las **informaciones** para que los emprendimientos

puedan estar más seguros sobre el camino a transitar.

Sin embargo, podemos afirmar también que, además de **leer y estudiar** todo con detalle, es importante **intercambiar experiencia** con otra cooperativa que ya haya vivenciado ese **proceso** de certificación. En la propia **página web** de la FLO existen esas informaciones.





**¿ Apenas la FLO  
certifica productos  
del "Comercio Justo" ?**

No. Existen **varias certificadoras** que, basándose en mayor o menor grado en esos **mismos principios** listados anteriormente, poseen sus **normas propias** y certifican procesos y productos que buscan esa identificación. Podemos dar el ejemplo de **IBD** certificaciones. Ellos definen así su programa de certificación de Comercio Justo<sup>9</sup>:

La Certificación Fair Trade se aplica a empresas, propiedades y grupos de productores que pretenden desencadenar un proceso interno de desarrollo humano, social y ambiental fomentado por relaciones comerciales fundamentadas en los principios del Comercio Justo. A partir de un diagnóstico inicial que caracteriza la realidad socioambiental de la organización, un Comité Gestor, compuesto por las

partes interesadas en el emprendimiento, identifica y prioriza las principales demandas ambientales y sociales que interfieren negativamente en esta realidad y a partir de ellas son trazados Planes de Acciones visando la mejoría continúa en los aspectos socioambientales (Condiciones de Vida y de Trabajo, Conservación y Recuperación Ambiental).

Otra vez, reforzamos: **antes de buscar una certificación**, es importante **definir el mercado**. ¿Ese cliente que quiere el producto de nuestra cooperativa, reconoce el sello de la FLO? del IBD? O cuál otro? Existen decenas de opciones...

Además de la **certificación** del sistema FLO o de otras certificadoras privadas, existe un **tercer camino**: buscar mostrar el compromiso de mi organización con la **justicia social**, vinculando la marca del emprendimiento con **acciones positivas** en este sentido.

Una organización con familias agricultoras puede resaltar el

**trabajo familiar**, el cuidado con el **medio ambiente**, la justicia en las relaciones entre los miembros de la familia y en la organización a través de **banners**, folletos o redes sociales. Siendo verdadera esa divulgación, más **clientes** pueden buscar estos productos, por comulgar con los mismos valores y principios. O sea, crear una **imagen positiva** en este aspecto para mi marca, pero no buscar exactamente la **certificación** de terceros, caso mi mercado no justifique los **gastos** derivados de esta certificación.



**Experiencia en el tema:  
Red Xique-Xique**



## ¿POR QUÉ SURGIÓ?

La idea inicial era construir una articulación a partir de la realidad de las agricultoras y agricultores, trayendo también a los consumidores y consumidoras para un proceso de autoorganización. Hoy, la Asociación de Comercialización Solidaria Xique Xique está presente en 15 municipios de Rio Grande do Norte. En la región existían varias cooperativas y asociaciones que producían y no tenían como vender sus productos. Así, Xique Xique surge solamente como espacio de comercialización, en un punto fijo en Mossoró, donde productos de otros municipios llegan por medio de un circuito de logística solidaria. Los municipios de São Miguel Gostoso, São Miguel, Mossoró, Apodi y Janduiz tienen ferias agroecológicas.



### **¿QUÉ VENDE ACTUALMENTE?**

Son más de 120 diferentes productos, entre hortalizas, frutas, raíces, miel, mermeladas, dulces, tortas y panes.

### **¿CUÁL ES LA PRINCIPAL ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN?**

Poseen una tienda propia y participan en varias ferias locales, agroecológicas. Entre 2011 y 2012 las asociadas percibieron la oportunidad de entrar en el mercado institucional. Crearon entonces la Cooper Xique, que atiende escuelas, Marina, Aeronáutica y compras de programas del gobierno federal como las del Programa de Adquisición de Alimentos (PAA) y del Programa Nacional de Alimentación Escolar (Pnae). Hay una articulación comercial muy grande también con redes de otras regiones



de Brasil. El Movimiento de los Trabajadores y Trabajadoras Rurales Sin Tierra (MST) de Santa Catarina, la propia Red de Economía Solidaria (RES) en el Sur. Hay otra articulación con el MST para el café y también otra para el arroz.

### **¿POR QUÉ BUSCAR UNA FORMA PROPIA DE COMERCIALIZAR?**

Para buscar mayor autonomía de las mujeres, a través de esquemas solidarios y justos de comercialización.

### **¿CUÁLES SON LAS MAYORES DIFICULTADES ATRAVESADAS?**

La gran dependencia de la Red de proyectos de apoyo para mantenerse. Después de muchos esfuerzos y planificación,



consiguieron superar esa dificultad y, actualmente es autosustentada por su brazo comercial, en la figura de Cooper Xique.

### **¿LA RED XIQUE-XIQUE POSEE CERTIFICACIÓN?**

Desde el fin de 2019 el Sistema Participativo de Garantía (SPG) de la Rede Xique Xique está acreditado junto al Ministerio da Agricultura, Pecuaria y Abastecimento (Mapa) como Opac (siglas en portugués para Organismo Participativo de Evaluación de Conformidad Orgánica). Esta acreditación la habilita a certificar que los alimentos producidos por sus asociados y asociadas fueron producidos de acuerdo con las normas de la agricultura ecológica.



PARA MAYOR INFORMACIÓN:

[www.redexiquexique.resf.com.br](http://www.redexiquexique.resf.com.br) (sitio web)

[facebook.com/redexiquexique](https://facebook.com/redexiquexique)

[instagram.com/redexiquexique](https://instagram.com/redexiquexique)









<sup>6</sup> INSTRUCCIÓN NORMATIVA DEL MINISTERIO DE LA AGRICULTURA, PECUARIA Y ABASTECIMIENTO, MAPA N° 46, DEL 6 DE OCTUBRE DE 2011, IN MAPA N° 17, DEL 18 DE JUNIO DE 2014, Y IN MAPA N° 35, DEL 8 DE SEPTIEMBRE DE 2017.

<sup>7</sup> Esos principios se encuentran, debidamente explicados, en español, en el sitio web (consultado el 24/11/2020): [https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29\\_Spanish.pdf](https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf)

<sup>8</sup> [http://cirandas.net/articles/0029/9488/AnexoP197\\_Flo\\_O\\_que\\_CJ\\_Port\\_Introd.FTSmallholdersPBU.pdf](http://cirandas.net/articles/0029/9488/AnexoP197_Flo_O_que_CJ_Port_Introd.FTSmallholdersPBU.pdf) - consultada el 23/11/2020

<sup>9</sup> <https://www.ibd.com.br/selo-ibd-fair-trade/> - consultado el 25/11/2020.

## FICHA TÉCNICA

**Coordinación de la publicación:** Andréa Hartmann

**Elaboración del texto:** Laércio Meirelles y Luis Carrazza

**Revisión:** Marco Aurélio Marques Ferreira,  
Dirce Ostroski, Manuel Amador, Valdivan Almeida,  
Cláudia Reis, Patrícia Ribeiro da Costa

**Traducción:** Sofia Leal Batista

**Diagramación/Layout/Arte:** Carol Salles

**Realización:** Cooperativa Sin Fronteras Brasil - CSF Brasil

**Co-realización:** Adaptando Conocimiento para  
Agricultura Sostenible y Acceso a Mercados (AKSAAM),  
Instituto de Políticas Públicas y Desarrollo Sostenible  
(IPPDS), Universidad Federal de Viçosa (UFV)

**Financiamiento:** Fondo Internacional para el Desarrollo  
Agrícola (FIDA).

