

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y DESARROLLO
CONVOCATORIA 2005-2007**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN DESARROLLO LOCAL Y TERRITORIO**

COMERCIO JUSTO. DE LA ASISTENCIA A LA COMPETENCIA

PABLO ROBERTO LOACHAMÍN HUERTAS

SEPTIEMBRE 2009

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y DESARROLLO
CONVOCATORIA 2005-2007**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN DESARROLLO LOCAL Y TERRITORIO**

COMERCIO JUSTO. DE LA ASISTENCIA A LA COMPETENCIA

PABLO ROBERTO LOACHAMÍN HUERTAS

ASESORA DE TESIS: BETTY ESPINOSA

LECTORES/AS: FRANK BRASSEL

IVONNE MOROCHZ

SEPTIEMBRE 2009

DEDICATORIA

A Dios el dueño de toda sabiduría.

A Rafael y a Susana por su constante paciencia y amor
durante una vida entera de aprendizaje.

A los agricultores que lo arriesgan todo,
con un puñado de semilla en las manos.

A FLACSO y a sus docentes por sembrar en mi
curiosidad por la verdad.

A todos los que soportaron mi cansancio
mientras se realizó esta investigación.

En especial a Mónica

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a quienes contribuyeron en la culminación de este reto de vida. En especial a mi profesora Betty Espinosa por el apoyo de sus valiosos conocimientos. A Erasmo León, Carlos Inga, Joaquín Vásquez y a los campesinos productores asociados a UROCAL, que me abrieron las puertas de sus hogares y me confiaron sus historias personales. Agradezco a mi familia, a mi padre Rafael a mi madre Susana, a mi hermano Germán por el apoyo brindado con tanto cariño y amor. A FLACSO por la grata experiencia de participar en sus aulas.

INDICE

RESUMEN	8
CAPÍTULO I: APROXIMACIÓN TEÓRICA.....	10
<i>Objeto de Estudio</i>	<i>10</i>
<i>Problemática.</i>	<i>11</i>
<i>Actores del Comercio Justo.....</i>	<i>13</i>
<i>Marco Teórico.....</i>	<i>16</i>
CAPITULO II: DESARROLLO ANALÍTICO. LO ASISTENCIAL EN EL COMERCIO JUSTO.	28
<i>La Primera Generación del Comercio Justo.....</i>	<i>28</i>
<i>La Segunda Generación del Comercio Justo.</i>	<i>36</i>
<i>Primera Generación y Segunda Generación. Diferencias y controversias.</i>	<i>45</i>
CAPITULO III: ANÁLISIS DE CASO	49
<i>El Mercado y Producción del Banano convencional.</i>	<i>49</i>
<i>Presentación del Caso UROCAL- ACPAO.</i>	<i>54</i>
<i>El mercado solidario.</i>	<i>63</i>
<i>La crítica a la certificación del Comercio Justo.</i>	<i>66</i>
<i>Intervención para ‘‘incluir’’.</i>	<i>71</i>
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA	91

INDICE DE ILUSTRACIONES

Grafico 1: Modelo de transferencia de valor de mercado lucrativo	31
Gráfico 2.- Tamaño de la propiedad Bananera.	52
Grafico 3.- Clasificación de los Productores por área sembrada.....	53
Imagen 1 y 2.- (1) Caja del Banano con sellos FLO y de la certificadora orgánica BCS de exportación a USA, (2) Caja Banafair con certificación orgánica y FLO para Europa.....	65
Imagen 3 , 4 y 5.- Pequeño productor haciendo muestreo de la ``avellana`` de la fruta y medición de calibre de banano.	72
Imagen 6 y 7.- Técnico de UROCAL revisando proceso de lavado y el uso de insumos permitidos. Producto con sello orgánico para lavado de fruta	73
Imagen 8 y 9.- Fruta marcada con sellos FLO fair trade y fruta empacada para venta directa en supermercados. Ambos con sellos FLO fair trade.....	73
Imagen 10 y 11.- Inspección de calidad, previo embarque en el contenedor. Inspectores de SGS, el inspector del SESA de sanidad agropecuaria, el inspector de calidad de UROCAL y el pequeño productor juzgan la calidad del empaque de la caja de banano.....	74
Imagen 12 y 13.- Camión que recoge la producción de varias fincas hace un solo viaje al embarque permitiendo mejores precios de transporte.	75
Imagen 14.- Productores dialogando sobre los problemas técnicos de la plantación....	76
Imagen 15.- Productor mostrando las adecuaciones de su empacadora nueva.	77
Imagen 16.- Policultivo de banano y cacao. Los pájaros anidan dentro de la plantación de banano, imposible de encontrar en una plantación convencional.....	79
Imagen 17 y 18.- Productor y su esposa indicando los registros de producción obligatorios de las certificaciones USDA NOP, CEE209291, FLO y Global GAP...	82
Imagen 19 y 20.- La construcción de bodegas para el almacenamiento seguro de agroquímicos según criterios Global GAP. También la construcción de zonas específicas para la preparación de agroquímicos y evitar riesgos de derrame.	83
Imagen 21 y 22.- Empacadora de Banano rodeada con cerca de protección para mantener los animales fuera de la empacadora. (2) Instalaciones sanitarias para los trabajadores de la empacadora.....	83

Imagen 23.- Letrero con teléfonos de emergencia para pedir auxilio. Parte del requerimiento de los procedimientos de emergencia para la seguridad laboral en FLO.....	84
Imagen 24 y 25: Pequeño productor mostrando los sellos de calidad que posee su producto.....	85
Imagen 26 y 27.- Pequeño productor mostrando los sellos de calidad como emblemas pintados en su empacadora.....	85
Tabla 1.- Esquema y Secciones de la normativa FLO.....	40
Tabla 2. Secciones de la normativa FLO Trabajo contratado	47
Tabla 3.- Demanda Mundial de banano 1985 - 2005 en toneladas métricas.....	50
Tabla 4.- Oferta mundial 1985 - 2005 en miles de toneladas métricas	50
Tabla 5.- Estructura de la Producción de Banano en Ecuador	52
Tabla 6.- Precios de venta de la caja de banano (42 lb) en dólares FOB	64
Tabla 7.- Producción de cajas de banano según tecnología usada	65
Tabla 8.- Diferencias referenciales de ingresos correspondientes a diferentes segmentos	66

RESUMEN

El sistema de cooperación Comercio Justo, promueve una práctica solidaria – comercial que busca mediante la compra de productos, apoyar a los productores del Sur en situación de precariedad económica, con el objetivo de incluirlos o reinsertarlos en los beneficios del circuito de intercambio comercial. Este estudio se enfoca en el proceso de especialización e institucionalización del sistema de compras solidarias, promovida por la red de comercio justo, con el objetivo de analizar las causas de las contradicciones ideológicas y metodológicas encontradas en sus formas de intervención.

La red de comercio justo y sus prácticas pueden ser entendidas desde una lógica asistencial, en el sentido de que su gestión se enfoca en solucionar los problemas de una población careciente. Partiendo del supuesto de que, la práctica de compra solidaria es una expresión de tipo asistencial que se canaliza por las relaciones comerciales, se busca señalar los procesos coincidentes entre el desarrollo institucional de la red de comercio justo y el desarrollo de cualquier sistema dedicado a la asistencia social.

El sistema de compras solidarias a través de la red de comercio justo, configura formas específicas de organización, especialización, profesionalización, institucionalización y discriminación sistematizada de la población a ayudar, esquemas propios de una configuración asistencial. La construcción de esta forma organizativa explica las variadas contradicciones en el sistema, como el conflicto entre las llamadas Primera y Segunda generación del Comercio Justo, a partir de la intervención de corporaciones transnacionales en el sistema asistencial.

La aparición de los procesos de certificación Fair Trade y de las comercializadoras transnacionales, como característica de la Segunda generación, también generan reacciones en los pequeños productores que ven en peligro su espacio. El análisis del caso muestra la visión de los productores respecto a esta situación.

El caso de estudio confirma una lógica de comportamiento, también propia de un proceso de tipo asistencial. La población beneficiaria de la asistencia, una vez adquiere

las capacidades necesarias para independizarse, se separa de sus instituciones y busca un desarrollo independiente. El Comercio Justo sea cual fuere su forma de organización o esquema de intervención cumple con la función asistencial, de compensación y rehabilitación de carencias en las capacidades del pequeño productor para integrarse al sistema comercial. El límite de esta intervención viene dado por la propia habilidad y deseo del productor para adquirir capacidades que le permitan salir de la asistencia y competir por si mismo en el mercado.

CAPÍTULO I APROXIMACIÓN TEÓRICA

Objeto de Estudio

Este estudio se plantea como un aporte al entendimiento del fenómeno solidario conocido como Comercio Justo (CJ). El objeto de estudio son los procesos de especialización e institucionalización generados en este sistema de cooperación internacional y la relación entre sus formas de institucionalización y la función “asistencial” que cumple, respecto a los pequeños productores del Sur.

El enfoque sobre la función “asistencial” del Comercio Justo, es decir sobre las acciones solidarias, encaminadas a conseguir la reinserción o inclusión de los productores del sur, en el circuito de intercambio comercial, se debe a que en el afán por cumplir este objetivo, el sistema de comercio justo ha ido modificando estrategias y modalidades de intervención. La evolución de dichas estrategias, ha ocasionado variados conflictos, debido a la presencia de “contradicciones” ideológicas en las que aparentemente incurre el sistema, poniendo en riesgo la estabilidad y el apoyo a la iniciativa.

En el objetivo general de proveer un acercamiento teórico diferente a la práctica de comercio justo y con el objetivo específico de explicar las contradicciones ideológicas y metodológicas de su práctica, mediante el entendimiento de dichas contradicciones, en un proceso de evolución lógico de la estructuración asistencial. Este estudio parte del supuesto de que la práctica de comercio justo es una “expresión” de lo asistencial en el escenario del comercio. El marco teórico está basado en las propuestas de Robert Castel, sobre lo “asistencial” y lo “social asistencial”.

El estudio se limita a la encontrar la manifestación de los “elementos formales” de lo social asistencial en la práctica de comercio justo. Por tal razón se busca exponer la lógica del origen y desarrollo de dichos elementos formales, desde el aspecto teórico y se busca confrontar su expresión en el análisis del caso. La metodología en el análisis de campo tiene por objetivo situar los elementos formales de lo “social asistencial”

dentro de una organización dedicada al comercio justo, por lo que se utiliza únicamente el testimonio de los socios del sistema.

Problemática.

El sistema de cooperación internacional Comercio Justo, promueve una práctica asistencial – comercial que busca mediante variadas actividades de cooperación¹, apoyar a productores del Sur en situación de precariedad económica, con el objetivo de reinsertarlos en los beneficios del comercio internacional. Esta práctica en la actualidad es de gran importancia, porque se ha constituido una alternativa de sostenibilidad, para programas de desarrollo rural cuyo objetivo es promocionar el emprendimiento empresarial y comercial de la población.

El Comercio justo obedece a la idea de que, otorgando a los pequeños productores seguridad en su mercado y en sus ingresos, estos serán capaces de “financiar” su propio desarrollo. El CJ aporta al aseguramiento de los ingresos económicos de la población rural.

El aseguramiento de ingresos implica que el Comercio Justo, está en capacidad de proveer a los productores rurales del Sur, del acceso a tecnología, educación, crédito y facilidades con valor agregado, para el procesamiento, almacenamiento y venta de sus productos. (Fridell, 2006:48)

El CJ aporta a la sostenibilidad de los ingresos de la economía campesina y a los procesos organizativos. Básicamente es un canal comercial, su función es comunicar y relacionar a compradores y vendedores. El canal de comercio justo tiene la particularidad de combinar en la misma transacción, el intercambio de bienes y la solidaridad. Por esta razón ha llegado a ser conocido con variados términos, que para este estudio serán considerados sinónimos, Comercio Justo, Comercio Solidario, Comercio Alternativo, Comercio Equitativo, Comercio Ético y Fair Trade. Términos necesarios para entender el proceso de evolución de su propuesta asistencial.

¹ La forma de apoyo más “reconocida”, la compra solidaria de productos. Aunque también debe mencionarse cuestiones como el activismo social y presión política respecto a temas relacionados con la protección de los productores y trabajadores agrícolas del Sur.

El comercio justo es un concepto alternativo al comercio internacional convencional. Es una sociedad de comercio orientada hacia el desarrollo sostenible de productores excluidos y en desventaja, que se basa en el diálogo, la transparencia, el respeto y tiene por objeto lograr mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en los países del Sur. (GTZ, 2005: 1).

La identidad "alternativa" que promueve el Comercio Justo, puede ser entendida desde muchos puntos de vista. El CJ busca constituirse una "alternativa" de independencia al mercado y a sus leyes, en base a garantizar ingresos justos y volúmenes de compra estables. Tiene por objetivo constituirse la "alternativa" comercial para los pequeños productores desplazados del sistema convencional de intercambio, aunque para algunos productores solo cumple la función de canal de comercio "alterno".

Lo "alternativo" cumple además, con un papel primordial en el mercadeo, este impulsa las ventas de productos Fair Trade, debido a su atractivo comercial. Su popularidad en el mercado ha permitido que se establezca una lucha y debate por "encarnar" la identidad alternativa, entre dos corrientes de la práctica Comercio justo, las denominadas Primera y Segunda generación. Esta división surge con el apareamiento de los sellos de "garantía" Fair Trade para la comercialización de los productos de la red. Más allá de la confrontación comercial entre las distintas generaciones, se debe resaltar la aparente contradicción entre los métodos utilizados, para el cumplimiento del mismo objetivo de "ayuda" al productor. El conflicto entre primera y segunda generación se ve exacerbado por la participación de corporaciones transnacionales como productores y distribuidores de productos comercio justo, hecho que ha ocasionado el repudio tanto de la primera generación como de los pequeños productores participantes.

La protesta de las asociaciones de pequeños productores respecto de la práctica de la segunda generación, merece un análisis sobre las razones del cambio y sobre los impactos que se perciben en la población participante, ya que a pesar de su rechazo la iniciativa de sellos, ha conseguido multiplicar por mucho las ventas de la primera

generación y es percibida como una amenaza para el sistema tradicional de comercio justo.

Actores del Comercio Justo.

Los Pequeños Productores Individuales.

Son productores marginales rurales y pueden responder a una o más de las siguientes características: pequeño tamaño de parcela, volumen de producción reducido, aislamiento geográfico de la unidad productiva, dificultad de acceso al mercado, entre otras. `` Se dedican a la producción agrícola para exportación, pero con escaso conocimiento y acceso a información sobre estos mercados y sobre los requerimientos para la exportación`` (Vizcarra, 2002: 10).

Para la organización FLO² se entiende por pequeños productores a ``aquellos que no dependen estructuralmente de trabajo contratado permanente, administrando su plantación principalmente con su propio trabajo y el de su familia`` (FLO a, 2007:3).

Las Organizaciones de productores.

Son grupos de productores relacionados por su proximidad territorial y su especialización en la labor productiva. El objetivo de la organización puede o no ser, la comercialización de los productos. Las organizaciones permiten la entrada de los pequeños productores al Comercio Justo ya que son un requisito del sistema. El sistema de CJ necesita articular grupos de productores para alcanzar volúmenes de producción y venta que justifiquen el proceso de exportación.

Para el CJ es importante que las organizaciones de productores reúnan algunas condiciones, para lograr articularse al mercado internacional, por ejemplo`` alcanzar niveles de oferta, capacidad administrativa y financiera, conocimientos de regulaciones y normativas internacionales, capacidad de adecuarse a las exigencias del mercado``. (Vizcarra, 2002:10)

² Fair Trade Labeling Organizations (FLO)

ATO³ Sur.

Son organizaciones comerciales creadas específicamente para cumplir un rol de intermediario dentro de la cadena del comercio alternativo. Son el nexo entre los productores y los importadores. Sin la participación de las ATO Sur no se podría concretar las operaciones de comercio internacional de los pequeños productores. 'Estas organizaciones desempeñan un papel complejo, debido a su posición intermedia entre las ATOs del Norte y los grupos de productores. Responden a exigencias y estrategias diferentes a las de los intermediarios convencionales'`. (Cícero, 2003:177)

Las ATO Sur cumplen acciones como canalizar pedidos de importadores haciéndose responsables de la calidad, estándares, cantidad y envío oportuno de los pedidos. Realizan funciones de apoyo financiero, ofrecen nuevos productos y/o diseños a los clientes potenciales, estimulan el desarrollo de nuevos productos y el desarrollo tecnológico de los procesos, generan información de mercado y promueven procesos de capacitación. Son responsables de la logística y papeleo de las exportaciones, y generan e implementan oportunidades de fortalecimiento organizacional. Como función complementaria las ATO Sur realizan una gama de actividades de mercadeo fuera del ámbito del Fair Trade a fin de colocar volúmenes excedentes de oferta de los productores, que el mercado alternativo no está en capacidad de comercializar. (Vizcarra, 2002: 11)

ATO del Norte.

'Las ATO del Norte se constituyen empresas de importación de productos para el mercado Occidental, donde existe movilización activa alrededor de los asuntos del comercio justo'` (Cícero, 2002: 178).

Adicionalmente algunas actúan como vendedores minoristas a través de redes de tiendas propias y/o venta a través de catálogo. La acción primordial es comprar y colocar en el mercado de su país, los productos provenientes de sus contrapartes. Esta práctica busca respetar un precio justo acordado con los productores, usualmente la transacción CJ incluye adelantos de dinero para facilitar la producción de los bienes, Promueven un nivel de acompañamiento y comunicación adecuados entre las partes. (Vizcarra, 2002: 12)

Tiendas minoristas de Comercio Justo. 'Tiendas del Mundo'`.

Son redes de tiendas conocidas como 'World Shops' o 'tiendas del mundo'` que están distribuidas en 13 países de Europa. Es el canal de comercio alternativo por

³ Alternative Trade Organizations. ATO. Organización Alternativa de Comercio.

excelencia. Representa a la primera generación del Comercio Justo y busca reemplazar al sistema de comercio convencional. “ Existen ATO que tienen como estrategia comercial contar con tiendas propias. Otros han desarrollado la estrategia de las franquicias donde las tiendas usan el nombre y la reputación del importador, a cambio de vender un porcentaje establecido de sus productos”. (Vizcarra, 2002: 13)

El Consumidor Responsable

Son aquellos consumidores que incluyen en su decisión de compra elementos éticos, además de la marca, calidad y/o el precio de un producto. Según Vizcarra en EEUU estos consumidores están dispersos a lo largo y ancho del país y pertenecen a varios niveles de ingresos, (pero hay muy pocos muy ricos y muy pocos muy pobres) son alrededor de 50 millones de personas, de las cuales aproximadamente, el 60% son mujeres.

Paul H. Ray y Sherry Anderson creen que este tipo de consumidor, pertenece a una subcultura a la que denominan los “Cultural Creatives”... individuos que han desarrollado un gran sentido de responsabilidad por la ecología y la contaminación ambiental, respeto por las diferentes culturas y la naturaleza; y un tenaz compromiso por salvar el planeta. Valores como la paz, la justicia social, la equidad de género y la espiritualidad son elementos de su vida cotidiana y la base de su activismo social y de autorrealización cuando contribuyen a causas para el bien de la comunidad. (Vizcarra, 2002: 13)

El sistema FLO.

Representa la segunda generación del comercio justo. Es una variante dentro del sistema que hace uso de las estructuras de comercio convencional, para posicionar y gestionar la venta de productos Comercio Justo. El FLO es una organización que certifica, controla y supervisa que los actores de la cadena de comercio cumplan con los requerimientos acordados en la normativa FLO. Al cumplir los requisitos los actores de la cadena pueden comercializar el producto, bajo el apoyo de un “sello” de garantía comercio justo.

FLO mantiene registros oficiales de productores por producto. Existen estándares de comercio justo desarrollados para siete productos: café, té, plátano, cacao, miel, jugo de naranja y azúcar. Dependiendo de la realidad de cada producto, sólo pueden ser miembros de los registros FLO, aquellos grupos de productores organizados a través de una cooperativa/asociación o los trabajadores de una empresa asociados en sindicatos. Estas organizaciones deben cumplir con los criterios y condiciones establecidas por FLO a ser aplicadas a los miembros de sus registros. El productor certificado FLO vende su producto al comerciante que ha solicitado la licencia para el uso del sello. El

comerciante está bajo la supervisión de las organizaciones certificadoras de FLO. Las organizaciones certificadoras otorgan licencias y el sello de comercio justo. Éstas controlan y supervisan el uso del sello. Además asumen una función de promoción del comercio justo. (Vizcarra, 2002: 15)

Marco Teórico.

La teoría del Comercio Justo determina sus orígenes en convenios de fijación de precios para productos primarios como cobre, estaño, caucho, café, trigo, azúcar y algodón, entre las potencias coloniales y sus colonias a principios del siglo XX. El término "Comercio Justo" nació para indicar una forma de enfrentar las injustas relaciones comerciales entre Norte y Sur. (Montagut, 2006: 164). La reivindicación de "justicia" en el mercado, llevó a que bajo el "calificativo" de Comercio Justo, se agrupen muy variadas iniciativas⁴, con multiplicidad de objetivos y orígenes.

En general el Comercio Justo está determinado por tres ámbitos de actuación, primero la articulación de un discurso crítico al mercado, al consumo y a las relaciones de intercambio desigual entre Norte y Sur, en segundo lugar la generación de movilización social en torno a estos temas promoviendo una voluntad de transformación y en tercer lugar el desarrollo de prácticas comerciales "alternativas" en productos de origen artesanal y agrícola de amplio consumo en el mercado

⁴ Empezó como un esfuerzo de los poderes coloniales, que buscaba combatir la caída de los precios de las materias primas restringiendo su producción. Estos acuerdos de control de mercancías efectuados entre 1918 a 1939 se enfocaban en productos básicos como, cobre, estaño, caucho, café, trigo, azúcar y algodón. La Segunda Guerra Mundial, provocó la suspensión de estos acuerdos.

Luego de la creación del FMI y el GATT y a pesar de que prima una política internacional de reducción a las barreras de comercio, se adoptaron algunos mecanismos para regular el comercio protegiendo a las naciones del sur, como la Carta de la Habana en 1947. A diferencia del esquema pre guerra, estos acuerdos se enfocaron en el uso interventor de "stocks de regulación" para la producción, que pueden acumularse cuando hay excedentes o reducirse en tiempos de escasez. Pero este esquema fracasó por razones político económicas.

En 1964 el fracaso de los esquemas de regulación de los productos básicos resultó en la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), que aprobó resoluciones a favor de una mayor transferencia de la riqueza del Norte al Sur. Las naciones del sur demandaron a los estados del norte que debiliten sus políticas proteccionistas hacia los productos agrícolas y reemplacen la provisión de ayudas financieras por un sistema de subsidios para productores del sur, apoyándose en la concepción de "comercio no ayuda".

En numerosos foros las naciones del sur demandaron precios más seguros para la agricultura y otros productos primarios, llegando en 1976 a una propuesta para un fondo común que financie un Programa Integrado para Productos Básicos. La UNCTAD también promovió esquemas compensatorios de financiamiento para productores rurales cuando los precios de los productos básicos bajan de los niveles acordados como el acuerdo STABEX. (Fridell, 2006: 45)

internacional , como café, cacao, te y frutas, siendo este ámbito de acción el que lo identifica en la actualidad .

Las prácticas comerciales “alternativas”, no siempre caracterizaron al comercio justo, estas fueron consideradas iniciativas aisladas hasta mediados de los ochenta. Gavin Fridell (2006) establece una necesaria distinción entre la “red” de comercio justo y el “movimiento” de comercio justo, en la búsqueda de evaluar la situación de la iniciativa después de la aplicación de la política neoliberal en los países del Sur desde finales de los 80.

La categoría de red se usa para referirse a una red formal de organizaciones no gubernamentales, que conecta a campesinos y trabajadores del sur con socios del norte, a través de un sistema de reglas de comercio justo.

En contraste, el movimiento de comercio justo, se usará para referirse a un movimiento más general, e informal, que ha tenido una influencia significativa en los círculos internacionales del desarrollo desde finales de la segunda guerra mundial. Este movimiento no tiene existencia oficial, pero es usado para englobar una variedad de iniciativas dirigidas por los gobiernos del sur, organizaciones internacionales y ONGs, con el propósito de usar la regulación del mercado, para proteger a los agricultores pobres y trabajadores del sur, de los caprichos del mercado internacional y del descontrolado poder de las naciones ricas y grandes corporaciones transnacionales del norte CTN. (Fridell, 2006:44)

El Movimiento Comercio Justo fue un proceso reivindicatorio en favor del desarrollo e independencia económica de los países del Sur. Su discurso considera al comercio internacional de la actualidad, heredero de una división internacional de la producción decidida en la época colonial, en la cual “el Sur participa en desventaja con productos básicos, materias primas y manufacturas poco tecnificadas y en donde el Norte participa con algunos productos agrícolas transformados, bienes y mercancías altamente tecnificadas, productos finales y servicios comerciales” (Montagut, 2006:17). El movimiento, critica el modelo de especialización en materias primas de los países del Sur, desarrollado bajo la idea de las “ventajas comparativas”. Sus propuestas reivindican el establecimiento de acuerdos y políticas comerciales impulsadas a través del estado para revertir la situación. Muchas de sus ponencias pueden ser entendidas en el contexto de prácticas políticas y económicas desarrolladas bajo el esquema de la teoría de la dependencia. El Movimiento de Comercio Justo estructuró sus propuestas,

alrededor de una visión "regulatoria" del mercado con el apoyo del poder estatal, lo que significó su debilitamiento y eventual desaparición en la época neoliberal.

La red de comercio justo, impulsora de las prácticas "alternativas" de comercio, por el contrario, adquiere importancia y consigue su consolidación con la globalización de los mercados. Esta contradicción aparente, se explica en las diferencias entre movimiento y red de comercio justo, tanto en su origen como en su función. El movimiento nace bajo la forma de acuerdos comerciales en materias primas industriales que datan de inicios del siglo XX. La red empieza a integrarse en las décadas del 1940 y 1950 a partir de esfuerzos de grupos cristianos, en la aplicación de prácticas solidarias para con los "pobres" de los países del Sur. (Fridell, 2006:47).

El movimiento pierde su lucha por el manejo de las políticas comerciales, cuando el estado es obligado a ceder espacio en la época neoliberal. La red por el contrario, se ve beneficiada porque llena un espacio en el campo social que es también abandonado por el estado, en su proceso de retirada. La prevalencia de la red de CJ coincide con el posicionamiento de las ONG, como substitutos del estado, en un rol asistencial y de promoción del desarrollo. La red tiene su origen en la "ayuda" a los pequeños productores y se ha consolidado en la lógica de la cooperación internacional durante los últimos años. En la actualidad los objetivos de la práctica del comercio alternativo (la red de comercio justo), han asumido una función respecto a la solución del subdesarrollo, pobreza y exclusión de los pequeños productores de los países del Sur (Cicero, 2003:178).

Existe una desvinculación entre la práctica de la red y los que fueron postulados del movimiento. La red trabaja con sistemas de sobreprecio, es decir paga más a los productores por los bienes, e inclusive garantiza un precio superior al del mercado en caso de caídas de precio (Bastos, 2007:146), por lo que no existe la necesidad de intervención del estado, en una potencial función de regulación o administración de "justicia" del acto comercial, la relación directa de consumidor y productor, es donde se determinan los referentes de justicia de la transacción. El productor no está inmerso

en un reclamo por la "justicia" de los precios, es el consumidor quien lo "otorga", respondiendo a un objetivo de cooperación, solidaridad o simplemente "justicia".

La lógica distinta en la que funciona la red, le ha ocasionado fuertes críticas por parte del movimiento por su aparente "renuncia" a la construcción de un nuevo orden económico internacional. Las adjetivaciones de "pro mercado" que pesan sobre la red, se sostienen en el supuesto de que el canal de comercio alternativo ha optado por participar, en una lógica de solución "emergente" a los problemas económicos de la población rural, dejando de lado la solución a los problemas estructurales, ubicados en las leyes económicas, relaciones políticas y estructuras de dominación (Orduna, 2005: 29).

Los problemas estructurales a los que se alude desde el movimiento de comercio justo, están relacionados con temas como la liberalización de los mercados agrícolas, la situación alimentaria en el mundo, (en la cual cerca de tres cuartas partes de los "subalimentados" pertenecen a la población rural), la desigualdad en equipamiento y productividad agrícola entre productores del Norte y del Sur. La poca expansión de la revolución agrícola en los países del Sur, la concentración de las tierras, la caída de los precios de los productos agrícolas, la descapitalización de la economía campesina, la crisis ecológica y sanitaria, todos estos factores causantes de una crisis masiva de la agricultura campesina en los países en desarrollo. (Mazoyer, 2004: 14-21)

Se señala que la práctica de la red de comercio justo tiene un enfoque incompleto del problema ocasionado por el intercambio desigual y que su actividad permite darle un membrete "ético" a estructuras y prácticas que globalmente no tienen nada de alternativo, sino que por el contrario son aquellas que se desea substituir (Montagut, 2006: 165). La respuesta de la red frente a la crítica ha sido promover la idea de que su práctica sobrepasa la intención "regulatoria". Se ha buscado establecer a la red de CJ como representante de una movilización social "transformadora" del sistema de mercado, que mediante la introducción de prácticas de comportamiento "ético" en el sistema comercial busca su transformación.

El estudio del comercio justo usualmente viene determinado por la contradicción entre variadas categorías, como se ha podido apreciar en las descripciones previas, el comercio justo puede ser estudiado desde límites y ventajas de lo “alternativo” frente a lo “convencional”. También desde sus visiones con respecto a cómo cambiar las inequidades en el ámbito del comercio sea mediante la regulación o la transformación, es decir un cambio impulsado por las políticas de estado o un cambio desde la movilización social, en cuya discusión se enmarca la actuación de movimiento y red de CJ respectivamente. Ya en lo correspondiente a la práctica de compra solidaria también encontramos la contradicción entre métodos y conceptos como el que se presenta entre las llamadas, primera y segunda generación. Básicamente el comercio justo se mantiene en un debate sobre lo justo e injusto en el comercio. Probablemente existen pocos acercamientos que eviten caer en la contradicción de posiciones y esto debido a la importancia que en la práctica del comercio justo asumen los aspectos éticos, que ubican el debate a un nivel de buenos contra malos.

En este estudio solo se contempla el análisis de la práctica de la red de comercio justo, es decir de la cooperación proveniente de la compra solidaria de productos ofertados por asociaciones de productores del Sur, ya que como se ha señalado, se considera al movimiento de comercio justo, una iniciativa desaparecida o desarticulada.

En el análisis de las prácticas alternativas de comercio, efectuadas por la red de comercio justo, en especial las relacionadas a la compra solidaria de productos, tiene mucha importancia el sentido “ético” de la acción. Posiblemente esta característica puede considerarse una herencia de los principios religiosos cristianos que le dieron origen y cuyo objetivo primario fue la ayuda a los pobres. Es la función solidaria, de ayuda o cooperación la que permitirá entender a esta práctica desde un contexto “asistencial”. Este estudio opta por profundizar su enfoque en los procesos que desarrolla la red de comercio justo con el fin de gestionar la ayuda a los pequeños productores.

La característica distintiva de la red de comercio justo es la acción de compra "solidaria" de productos agrícolas o artesanales a campesinos del Sur y es también característica la paradoja de esta acción. La práctica simultánea de dos acciones lógicamente opuestas, el comercio y la solidaridad. La acción coloca a los actores en papeles opuestos, consumidor y productor que son al mismo tiempo benefactor y asistido respectivamente. Esta situación impide un acercamiento directo a la acción desde una teoría sobre lo utilitario comercial o desde una teoría sobre la solidaridad, ya que en la acción se puede argumentar que el consumidor se presenta en el escenario del mercado, con la intención de defender el interés de su contraparte y por tanto incoherente. Por el otro lado se puede argumentar que se efectúa el acto solidario pero sin embargo, el benefactor también recibe una "retribución" material por su compra, lo que desvirtúa el sentido "solidario" de la acción.

Este estudio contempla, la explicación de esta relación dual, desde un enfoque unificador de la lógica comercial y solidaria. Se especula haber conseguido este abordaje a través del acercamiento a la acción de "compra solidaria" desde la teoría y conceptos de la "asistencia". Este estudio se basa en los preceptos teóricos de Robert Castel (1997) sobre lo "asistencial" y "lo social asistencial", se utiliza este marco conceptual primeramente para explicar la paradoja de la compra solidaria y luego de una manera más extensa para entender la influencia de la lógica asistencial sobre la estructuración de la red de comercio justo.

El término "asistencia" envuelve a un conjunto diversificado de prácticas que se inscriben en una estructura común, determinada por la existencia de poblaciones carecientes y por la necesidad, de hacerse cargo de ellas. (Castel, 1997: 33). La práctica de la "asistencia" se presenta en un escenario grupal, la asistencia es parte de las variadas interrelaciones entre los miembros de un colectivo y puede encuadrarse en el concepto de sociabilidad primaria. "La sociabilidad primaria puede entenderse, como el sistema de reglas que vinculan directamente a los miembros de un grupo, sobre la base de pertenencia familiar, vecindario, trabajo, y en donde se tejen redes de intermediación sin la utilización de instituciones específicas". (Castel, 1997: 34). La sociabilidad primaria de cualquier colectivo genera relaciones limitadas en

interdependencias con la comunidad. Estas interdependencias colocan al individuo en un sistema de intercambio, que lo somete a obligaciones y le otorga protección.

En este contexto se parte del supuesto de que el comercio, es una actividad social circunscrita al espacio de interrelaciones de un colectivo cualquiera. Se considera a la participación de cualquier actor en el sistema de comercio en general, como la inscripción voluntaria en una red de interdependencias y coacciones propias de un colectivo social que responde a los esquemas de la sociabilidad primaria. Se supone además que el comercio como parte de las interrelaciones permite la expresión de coacciones y protecciones en el colectivo.

De esta forma se puede encontrar colectivos en donde se den relaciones de comercio desiguales y bajo condiciones desventajosas (coacciones) entre sus miembros y también existirán colectivos en donde se efectúen relaciones comerciales “justas” e inclusive “solidarias” (protecciones). La noción de que el canal de comercio funciona en base a la cercanía social entre los actores, es ampliamente aceptada desde las teorías del marketing. Pelton (2005) destaca conceptos de “sociedad” entre clientes y productores, afirma que “las relaciones estrechas enfatizan una relación de intercambio en que todos ganan a largo plazo, basados en la confianza mutua” (Pelton 2005, 8). En tal razón es factible pensar que las relaciones comerciales al depender de la interacción social también respondan en parte a las características de sociabilidad primaria.

En cualquier colectivo este tejido de relaciones puede verse afectado por la aparición de individuos “incapaces” (careciente de capacidades) para responder a la interdependencia social. Un individuo careciente de capacidades, cambia el esquema de interdependencia a dependencia y obliga al colectivo a una respuesta “asistencial” para mantenerlo integrado. La situación de un individuo incapacitado físicamente por ejemplo, implica que este deja de cumplir interdependencias relacionales varias, como el trabajo, que a su vez le permiten participar de otro tipo de interrelaciones sociales, el individuo corre el riesgo de desvinculación social. La asistencia se manifiesta como un acto solidario por parte del propio colectivo. Usualmente esta función será absorbida por la pertenencia familiar, o por la comunidad territorial si el careciente se encontrare

sólo. “En este tipo de colectividad ⁵ la atención del careciente no es una opción librada a la iniciativa personal, sino el efecto obligado del lugar que se ocupa en la sociedad” (Castel, 1997: 34). La lógica detrás de la solidaridad con el careciente corresponde a las interrelaciones de protección características de la sociabilidad primaria.

La intervención “asistencial” logra mantenerlo dentro de la integración colectiva, pero bajo un esquema de “dependencia”. De no existir esta intervención asistencial el individuo carente de capacidades corre el riesgo de ser “excluido” del colectivo. La situación de “inclusión” dependiente, es común en un colectivo de sociabilidad primaria. El careciente “depende” del benefactor para mantenerse integrado. Sin embargo el acto de soporte “asistencial” siempre está relacionado con los “vectores fundamentales” o “líneas de fuerza” que determinan si se efectúa o no esta práctica (Castel, 1997: 62). Estos son la relación de proximidad entre quien asiste y quien es asistido y en segundo lugar la incapacidad de trabajar como condición que justifica la acción de ayuda.

En este sentido se plantea considerar a la compra solidaria una expresión de tipo “asistencial” a través de la relación comercial. Asumiendo el supuesto de que mediante dicha relación se pueden canalizar las expresiones de coacción y protección características de la sociabilidad primaria. Es necesario determinar cómo se entiende las “líneas de fuerza” en el contexto de la práctica asistencial de comercio justo. La noción de “proximidad” obliga a que en este caso, se pueda configurar un “colectivo” basado en un sentido de proximidad⁶ diferente al de la cercanía física, uno que responda a criterios simbólicos de proximidad. Y por otro lado las nociones de “incapacidad para el trabajo” como forma de justificar la asistencia, también deben ser objeto de una ampliación del concepto, para el caso del comercio justo, al no intervenir nociones específicas sobre el trabajo, este concepto debe ser asumido como “carencia” de capacidades relacionadas con la actividad comercial.

⁵ Cualquier colectivo cuyas interacciones sociales respondan a la sociabilidad primaria.

⁶ En un concepto que se refiere a la cercanía con un prójimo.

El comercio justo entonces se convierte en un canal, donde se expresa la práctica asistencial para con poblaciones carecientes que forman o formaban parte de un colectivo social y que han perdido o corren el riesgo de perder su vinculación social. Estas nociones conceptuales se reconocen usualmente en los conceptos del CJ "el comercio justo es... una sociedad de comercio orientada hacia el desarrollo sostenible de productores excluidos y en desventaja". (GTZ, 2005: 1).

La asistencia se configura como la gestión de los problemas de una población "careciente". Se debe recordar que el sentido de "carencia" está relacionado con las capacidades de intervenir en las interrelaciones del colectivo. Las prácticas asistenciales usualmente van encaminadas a la compensación de la incapacidad (en caso de que el individuo no pueda recuperar capacidades) o a la rehabilitación de capacidades. En el caso del pequeño productor (población careciente) las "carencias" son variadas y afectan de manera diferente en las capacidades de interrelación con el colectivo de comercio es decir afectan de manera diferente las formas de vinculación.

Los vínculos de la sociabilidad primaria, pueden sostener amplios niveles de asistencia sin embargo tienen debilidades y no necesariamente son permanentes, además pueden ser "sobrecargados" por la práctica asistencial, en caso de significar un esfuerzo demasiado grande, para quienes soportan la dependencia. Existe un riesgo de ruptura forzada de la vinculación social del careciente. Se puede considerar como el objetivo de la asistencia en general el mantener la integración, sin embargo ante la posibilidad de que el colectivo pueda fallar en esta función, la permanencia de los vínculos sociales deben ser encargadas a la mediación de instituciones. Surge así lo "social asistencial" (sociabilidad secundaria). Lo "social asistencial" puede ser entendido, como una configuración específica o especializada de prácticas, destinada a la atención y gestión especializada de los problemas de las poblaciones carecientes. (Castel, 1997: 34).

El sentido de "social asistencial" se presenta en el caso de un discapacitado cuya "carencia" de capacidades requieran de atención especializada, para mantenerlo integrado al colectivo, por ejemplo un enfermo con insuficiencia renal cuya carencia

de capacidad física (que eventualmente terminara por impedirle trabajar y formar parte de las interacciones sociales) no puede ser objeto de una atención de tipo "asistencial" otorgada por su familia, ya que su necesidad requiere de atención especializada. Esta atención especializada, en la cual participa personal especializado, equipo médico para el tratamiento de la enfermedad, tiene procedimiento específico, se realizan en un lugar determinado, etc. Se define como "social asistencial" por la presencia de dichos aspectos de especialización en el trato asistencial.

La estructuración de lo "social asistencial" sin embargo no responde a un desarrollo "libre" de sus términos formales. Se realiza sobre los "vectores fundamentales" o "líneas de fuerza". Este esquema de ejes en los que se ubica la práctica asistencial, es reforzado mediante la estructuración de los llamados "términos formales" de lo social asistencial. El proceso de especialización de lo asistencial puede ser identificado por estos "términos formales" en el sentido de que pueden ser encontrados como condición general de posibilidad en un campo asistencial cualquiera" (Castel, 1997: 34).

Los términos formales se expresan de la siguiente manera. Primero se presentan como una "construcción" de prácticas de función protectora, integradora y preventiva, que responden a "sistemas relacionales" independientes de los grupos de pertenencia familiar, de vecindario o trabajo. Segundo el proceso bosqueja niveles de especialización y profesionalización, además de la delimitación de una esfera de intervención social, juntamente con la emergencia de un "personal específico" para instrumentarla. Tercero obedecen a una tecnificación mínima y junto con ello se ejercita la función de evaluar la situación de intervención y la selección de quienes merecen auxilio. Cuarto se da una "localización" de la práctica asistencial, junto a la evaluación de donde se debe hacer cargo del careciente. Quinto respecto de la aceptación o rechazo del careciente, se formalizan los criterios de acceso al sistema. Prevalecen los criterios de "proximidad comunitaria" y de "incapacidad" como requisitos de acceso. De esta forma la estructuración de cualquier campo "social asistencial" incluido la especialización del comercio justo se basa en "términos formales" de estructuración

como, especialización, profesionalización, institucionalización y discriminación sistematizada de la población a ayudar.

Los llamados "términos formales" definen la estructura de la especialización, esta puede asumir formas diferentes en cuanto son influenciadas o dependen de la naturaleza de las carencias que se busca solucionar. Un diferente problema de carencia implica un diferente sentido de exclusión del colectivo comercial y también un manejo diferente de la carencia del sujeto de asistencia. Este estudio contempla el análisis a varios problemas de "carencia" del pequeño productor respecto de sus capacidades para sostener las interrelaciones con el "colectivo" comercial y también de sus efectos de desvinculación o exclusión, por tal razón se revisa algunos conceptos relativos al tema.

Amartya Sen señala al concepto de exclusión como una "forma de privación" (Sen, 2007:27), en el caso del comercio justo, la privación de oportunidades para comerciar. El autor también resalta la versatilidad de este concepto ya que permite el tratamiento especializado de diversos tipos de "exclusión", aunque este enfoque tiene algunos matices.

Los conceptos clásicos de injusticia se refieren realmente a situaciones de "inclusión en condiciones de desigualdad" más que a exclusión, en el cual el problema consiste en que al trabajador se le incluye, de manera tajante en una relación de producción en la cual recibe menos de lo que le corresponde. La adaptabilidad del lenguaje de la exclusión permite ajustar la retórica de la "exclusión" para hacerla abarcar igualmente la "inclusión desfavorable". (Sen, 2007:28 - 29)

Otra variante en el tratamiento de la exclusión, es el relativo a la "acumulación de desventajas", en donde el concepto se relaciona con la dualidad de inclusión-exclusión, y cuyo sentido viene dado en la "posesión" de algo que implica inclusión, entendiendo el "algo" como "una enorme diversidad de situaciones o posesiones materiales y no materiales, como trabajo, familia, educación, vivienda, pertenencia comunitaria, etc." (Perona 2001: 45). La práctica del comercio justo busca gestionar la

exclusión del pequeño productor a través de proporcionarle o devolverle la “posesión” de competencias comerciales”.

Castel advierte del peligro de percibir a la exclusión como un “estado” que se trataría entonces de subsanar en sí mismo, cuando en realidad la exclusión es la expresión extrema de un proceso” (Castel, 1992: 1). La idea propuesta por este autor, refiere a la exclusión como producto de un proceso de ruptura de los vínculos sociales, según el cual el individuo puede pasar de una zona de integración a una de exclusión, atravesando por una zona de vulnerabilidad.

El enfoque “sistémico” que propone Castel abre el espacio para un entendimiento diferente de la gestión del problema de la exclusión. Se debe enfrentar la situación de vulnerabilidad y exclusión con estrategias distintas. Por un lado la reinserción de los excluidos y por otro la intervención sobre la vulnerabilidad de poblaciones bajo situaciones diversas de precariedad y fragilidad social. Esta variante conceptual sobre la exclusión, es tomada en cuenta en los procesos de especialización de la gestión asistencial, en donde se abre espacio a poblaciones “vulnerables” antes dejadas de lado como categorías aptas para la asistencia.

Sobre cómo se ha desarrollado el proceso asistencial, en la práctica de la red de comercio justo y su especialización en los problemas de “carencia” de los pequeños productores trata el siguiente capítulo.

CAPITULO II

DESARROLLO ANALÍTICO. LO ASISTENCIAL EN EL COMERCIO JUSTO.

La Primera Generación del Comercio Justo.

El escenario en el que interviene la red de Comercio justo está caracterizado por un fenómeno de exclusión. El pequeño productor puede ser considerado un actor "excluido" de la red de interrelaciones del colectivo (el sistema comercial) y de los beneficios de estar incluido. Sea por que ha sido expulsado o que se encuentre en una situación donde su inclusión es vulnerable o desfavorable. Las causas de la exclusión pueden explicarse bajo la premisa de "carencias" en la capacidad del productor, para mantenerse incluido en el circuito comercial. La intervención "asistencial" de la red de comercio justo consiste en buscar una solución a dichas carencias para conseguir una inclusión plena del productor en el sistema de comercio.

Los múltiples orígenes de la red de comercio justo pueden ser rastreados entre los años 1940 y 1950, cuando ONGs cristianas de Europa y Norteamérica empezaron a vender, en proyectos de adquisición directa, artesanías producidas por artesanos del Sur en desventaja. En las décadas del 50 y 60 estas ONGs desarrollaron organizaciones alternativas de comercio (ATO), e iniciaron la importación y venta de artesanías de comercio justo a través de pedidos por correo, grupos solidarios de iglesias y tiendas de comercio justo. En las décadas de los 1970 y 1980, el café y otros productos básicos agrícolas fueron introducidos en los mercados de comercio justo y su facturación pronto excedió la de artesanías y desató el crecimiento de la red. (Fridell, 2006:47).

Desde sus orígenes la red de CJ ha considerado a la inserción de los pequeños productores en el sistema comercial, como la solución a los problemas económicos de esta población. Las primeras intervenciones en busca de la inclusión de los pequeños productores, son esfuerzos de grupos religiosos en la compra de productos con fines solidarios. Se consigue conformar un "colectivo" al cual se integra el pequeño productor, en donde puede generar relaciones variadas y especialmente las comerciales por donde se canaliza la ayuda. En este colectivo el pequeño productor es considerado miembro, sin embargo su vinculación es una relación de dependencia, no de interdependencia.

El consumidor sostiene “artificialmente” si se quiere “voluntariamente” la vinculación del productor al colectivo, en base a la compra “solidaria” de productos. Es importante señalar que el consumidor no depende de los productos ofrecidos por el productor del Sur, y por el contrario el productor si depende de su benefactor como única alternativa comercial. El consumidor probablemente puede conseguir un producto similar y en mejores condiciones estableciendo otra relación comercial, sin embargo accede a participar de la relación de dependencia con el pequeño productor con el fin de mantenerlo integrado al colectivo comercial.

La compra solidaria implica el cumplimiento del objetivo asistencial, de mantener al pequeño productor integrado al colectivo comercial y a sus beneficios, aunque esta sea una vinculación dependiente. Los grupos solidarios religiosos que crearon las vinculaciones a través de la compra solidaria no conformaron estructuras especializadas para gestionar la carencia de los pequeños productores. La compra “solidaria” se gestó como una expresión asistencial característica de la sociabilidad primaria. Los vínculos creados en la práctica de compra solidaria son muy importantes, estas nociones aún son defendidas por promotores tradicionales del comercio justo, como resalta Reijes (2001) “el comercio justo no adquiere productos, adquiere relaciones”. (Reijes, 2001: 39)

El consumidor en este caso responde, con un sentido solidario, a la carencia de oportunidades comerciales del pequeño productor. La asistencia a esta población careciente, no es “una opción librada a la iniciativa personal, sino el efecto obligado del lugar que se ocupa en la sociedad” (Castel, 2004: 34). El consumidor solidario de las iglesias asume una posición de “responsabilidad” sobre la situación de los pequeños productores y responde a través de la compra solidaria. Este consumidor solidario asume su papel en la asistencia, en cuanto reconoce de su propia importancia en el sostenimiento de esta vinculación con el careciente. El alcance de esta intervención es la solución a la carencia de oportunidades comerciales del productor.

Una labor primordial del comercio justo ha sido siempre tratar de motivar al consumidor a establecer estas relaciones con el pequeño productor. La estrategia del

comercio justo ha sido usualmente apelar al sentido de solidaridad del consumidor. La conducta solidaria, es impulsada por una motivación basada en las "líneas de fuerza" de la asistencia. En sus inicios el sentido de "proximidad" en el comercio justo viene dado por un entendimiento "religioso" de la proximidad con el pequeño productor. Se es solidario por la comprensión del pequeño productor, en una categoría de "semejante" relacionada con nociones religiosas de la ayuda al pobre. A lo largo del proceso de especialización de la labor de la red estas motivaciones de apoyo cambiarán.

Las motivaciones en la intervención de la red de comercio justo en favor del pequeño productor se enfocarán en el tratamiento de las "carencias", aunque derivadas siempre en el sentido "asistencial" de fomentar la inclusión de los pequeños productores al colectivo comercial. Un ejemplo de esto es la intervención de la red sobre un problema de "inclusión desfavorable". (Sen, 2007: 28).

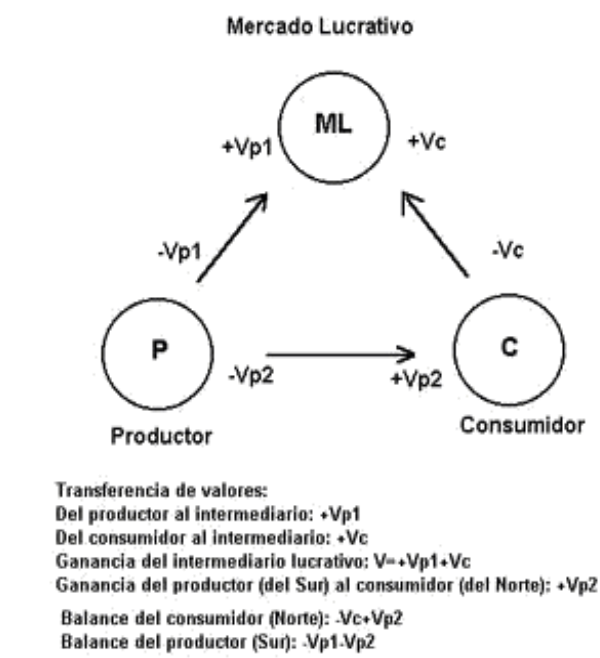
En este caso se interviene sobre el problema de carencia económica de los pequeños productores, que se presenta como el resultado de un trato "injusto" hacia el productor por parte de las estructuras de intermediación comercial. La práctica de la red adquiere un sentido de intervención ética, cuanto se ve obligada a denunciar e intervenir sobre esquemas de explotación a la que son sometidos los pequeños productores por parte de "intermediarios" y transnacionales del comercio. La denominación de "comercio justo" se otorga a la práctica, a partir de este posicionamiento de denuncia y movilización en pro del trato justo a productores y consumidores.

Desde esta perspectiva se considera responsables del proceso de exclusión y del estado de deterioro económico del productor del sur, a los intermediarios y empresas transnacionales, ya que se suponen gestoras de un proceso de "explotación". Esta idea tiene una base teórica que puede ser explicada de la siguiente manera:

En este modelo el pequeño productor (**P**) de la periferia es el que transfiere el valor y la riqueza al sistema controlado por el mercado lucrativo (**MI**) que compra siempre por debajo de su valor (y vende, tecnología y dinero, por encima de su valor). El valor V_{PI} es el valor (añadido por el trabajo), que pierde el Productor (trabajador) en el mercado por efecto de la manipulación de los precios. El valor V_C representa al valor que entrega el consumidor al mercado,

como saldo resultante entre el movimiento tendencial de los salarios y el otro movimiento tendencial de los precios al consumidor que suben como consecuencia de la inflación o por pérdida de la calidad del producto, así como la variable Medio Ambiente. Por último, el valor V_{p2} que representa el valor que se transfiere al consumidor de la metrópoli como consecuencia de la presión a la baja de los salarios en el Sur, con relación al Norte a lo que hay que añadir la falta de un salario social (asistencia pública) en estos países de la periferia. (ESPANICA, 2002: 2)

Grafico 1: Modelo de transferencia de valor de mercado lucrativo



Autor: ESPANICA. Fuente (ESPANICA 2002:3)

El resultado es que “ el modelo de mercado actual empobrece a productores y consumidores en favor de la acumulación y crecimiento de quienes detentan el mercado, pero empobrece mucho más al productor, cuando éste, es del Sur”. (ESPANICA, 2002:3). El sentido “ ético religioso” que origina la práctica de comercio justo, influencia sobre el entendimiento de este problema de “inclusión desfavorable”, estableciendo a la “avaricia” del intermediario comercial, como la causa de los problemas del pequeño productor.

El sentido que asume la práctica asistencial de la red de CJ en la prevención de la exclusión, impulsa la expresión de los primeros "términos formales" de la práctica asistencial de comercio justo. Estos se presentan en torno a la "construcción" de prácticas de función protectora, integradora y preventiva, para evitar la exclusión de los pequeños productores del colectivo comercial.

La primera función especializada de la red CJ tiene por objetivo "proteger" al pequeño productor de las prácticas de explotación. Se busca proporcionar al productor, la conexión a un colectivo comercial "protegido" (Cícero, 2003:178), de las leyes del mercado y de prácticas desleales de intermediarios y corporaciones transnacionales de comercio. Se considera en esta intervención el riesgo de la integración directa de los pequeños productores al sistema de comercio convencional y se opta por la conformación de un canal de comercio "alternativo".

Se estructura a mediados de la década del 60 el llamado canal de comercio "alternativo". Conformado por las Alternative Trade Organization y las "World Shops", ambas organizaciones de tipo comercial diseñadas para proteger la vinculación comercial del pequeño productor. La función "protectora" que asume este canal comercial se cumple, en cuanto impide la participación de actores "convencionales" en este colectivo comercial. Las ATO, son organizaciones encargadas de la labor de intermediarios, pero que funcionan bajo un esquema "sin fines de lucro", lo que les consigue la categorización de intermediarios "buenos" (Cicero, 2003:178). Teóricamente el funcionamiento de las ATO permite una "justa" repartición del valor proveniente del comercio, disminuyendo los efectos causados por la explotación y el abuso de los intermediarios. El canal es complementado por las "Tiendas del Mundo", una cadena de comercialización al detalle, conformada por sitios especializados en productos CJ.

La aparición del canal alternativo se debe contextualizar bajo el supuesto de que, grandes corporaciones transnacionales de intermediación comercial (CTN) controlan el sistema de mercado para su beneficio. Se supone que mientras el factor de control de mercados, se mantenga en manos de las CTN de intermediación, el efecto generador de

desigualdad se mantiene y también el problema de exclusión y carencia de los pequeños productores, ya que es un efecto orgánico de la explotación comercial. En la búsqueda de "proteger" al productor, se concibe un ambicioso plan, de "sustitución" forzada del canal de comercio convencional, a través del fortalecimiento del canal "alternativo". La red de comercio justo coincide entonces con determinados postulados del movimiento de CJ y asume una identidad política "anti" sistema.

El financiamiento de este esquema asistencial, se obtiene gracias al crecimiento de la colectividad comercial, que apoya las compras solidarias. El consumidor mantiene el esquema inicial de "asistencia", la compra solidaria sirve para mantener "incluido" al pequeño productor a la colectividad comercial. La motivación con la que se le invita al consumidor a participar tiene también un sentido "ético", la protesta frente a la explotación de productores y consumidores. Se busca despertar otro sentido de "proximidad" colectiva en este grupo comercial, la noción de que consumidor y productor son explotados por las CTN.

La participación del consumidor se concreta en la compra periódica de productos comercio justo en las tiendas especializadas, en las que el consumidor admite pagar "sobrepuestos" como una forma de reconocimiento a otros costos no reconocidos por los precios del mercado. Nuevamente la participación del consumidor implica un esquema de dependencia con el benefactor. El consumidor puede adquirir productos equivalentes a costos más bajos, sin embargo mantiene su compromiso para la sustentación del vínculo comercial con el productor.

Es obligación de las ATO y de las "World Shops" disminuir los costos de su labor de intermediación, a fin de que se pueda reconocer al pequeño productor, precios que permitan la sostenibilidad de la actividad productiva. El único requisito para acceder a la asistencia es el de "ser" pequeño productor y operativamente pertenecer a una asociación. Este enfoque de la intervención asistencial, sobre problemas de "inclusión desfavorable", colocan a la red de CJ en un esquema de confrontación contra las estructuras convencionales de comercialización y en una lucha por la reivindicación de los derechos de los productores. La organización y especialización de

la red en esta fase, están influenciadas por el objetivo de reemplazar al sistema de comercio convencional y en la polarización entre lo alternativo y lo convencional.

Sin embargo se dibujan los límites de esta forma de inclusión asistencial en el colectivo comercial. Con la integración del productor en el sistema comercial "protegido" su situación va cambiando, el pequeño productor empieza a participar del sistema de acumulación capitalista y también mejora su productividad. Es necesaria la gestión de mayores volúmenes de oferta de productos de comercio justo.

Esta situación es percibida y gestionada desde las ATO Sur. La necesidad de expansión de la actividad comercial obliga la intervención asistencial sobre otro tipo de "carencias" propias del pequeño productor. Estas carencias pueden ser entendidas desde nociones relativas a "acumulación de desventajas" (Perona 2001: 45), en donde la intervención puede ser explicada sobre la dualidad de inclusión- exclusión, entendiendo a la inclusión como la posesión de "algo" que le otorga al productor la capacidad de mantenerse vinculado al colectivo comercial. Las ATO Sur gestionan la "posesión" de competencias técnicas y comerciales a los productores con el fin de satisfacer de mejor manera al mercado solidario.

Desde esta lógica de intervención asistencial, el pequeño productor es considerado en una situación de "carencia de capacidades" para mantener por sí mismo la vinculación al colectivo comercial. Esta condición de "incapacidad" debe ser entendida en un contexto de competencia empresarial y comercial. En un entorno competitivo como el sistema de comercio existen capacidades que pueden tener una connotación de herramienta "natural" para la supervivencia y aunque exista la posibilidad de adquirirlas, son simplemente indispensables para mantenerse en la actividad.

En la cadena de comercio convencional es necesario mantener ciertos principios, que la técnica de comercialización, propone como la clave para continuar integrado y expandirse en la cadena de comercio.

Aquél que desea vender, ganar dinero y mantenerse en el sistema comercial ... debe estar suficientemente focalizado en el mercado, orientado hacia el consumidor, debe conocer a sus clientes objetivo, definir y controlar mejor a sus competidores, debe gestionar bien las relaciones con sus proveedores y nuevas oportunidades, planificar su mercadeo, tener políticas de productos y servicios, debe tener capacidades de creación de marca y comunicación y debe hacer un máximo empleo de la tecnología. (Kotler, 2004:20).

En el sistema comercial se tiende a expulsar o excluir del circuito de intercambio, a quienes no reúnen estas capacidades. La expulsión se realiza automáticamente debido al resultado negativo continuo, sobre las utilidades en el comercio de un producto. La consecuencia final es la quiebra financiera. En el sistema capitalista, la quiebra es la forma en que se "castiga" a los incapaces e ineficientes. Las características de "carencia" acumuladas por el pequeño productor, le impiden responder a los requerimientos de la técnica comercial, simplemente no posee estas capacidades, de tal forma que no puede sostenerse integrado a la cadena de comercio, es inevitable su expulsión.

El pequeño productor acumula una sucesión de desventajas, tiene un escaso volumen de ventas, y en consecuencia sus ingresos son muy limitados. La localización geográfica de su predio dificulta su acceso al mercado, lo que impide consiga un enfoque en el consumidor, también debe hacer uso de intermediarios que generalmente se aprovechan de su fragilidad de negociación para arrebatarle ganancias. El aislamiento geográfico le pone en desventaja por falta de información, lo que le impide desde elegir un cliente objetivo, hasta reconocer a sus competidores. Tiene dificultades para aprovechar oportunidades, por la escasa flexibilidad que le otorga la producción agrícola como medio de subsistencia. La producción agrícola ofrece pocas posibilidades de desarrollo mercadotécnico y en caso de ser posible, este proceso requiere de capital, que el pequeño productor no puede costear por estar excluido de los programas de crédito. Tampoco es partícipe de los avances tecnológicos en su producción, sea por imposibilidad económica o por su desconexión de los sistemas de capacitación.

La acumulación de estas desventajas, obligan a la intervención de las ATO Sur, se traza el objetivo de dotar de "competencias" al pequeño productor para que pueda

mantener su vinculación al colectivo comercial. Esta forma de intervención, expone sin embargo un "vacío" en la explicación teórica sobre la responsabilidad de las CTN en el proceso de empobrecimiento del productor. El enfoque de intervención determina la posibilidad de que el pequeño productor consiga la inclusión no solamente al canal de comercio alternativo sino al convencional en base al desarrollo de sus competencias propias, esta situación será analizada en el caso de estudio.

La conformación característica de esta etapa de la red, basada en la consolidación de organizaciones de función protectora, una visión integradora basada en nociones religiosas, la articulación a un discurso "anti" mercado, el desarrollo de un carácter "sin fines de lucro", una visión de confrontación con las estructuras del comercio convencional, y la misión de reemplazar al sistema comercial, identifican a la práctica denominada "Primera Generación".

En esta etapa de conformación de la red, la intervención asistencial expresa especialización en cuanto a una "construcción" de prácticas de función protectora, como la formación del canal de comercio alternativo. Y se consolidan las ATO sur, como especialistas en la intervención sobre las "carencias" de competencia comercial. La asistencia provista por el consumidor se basa en la dependencia de la relación benefactor - asistido.

La Segunda Generación del Comercio Justo.

El canal "alternativo" ha conseguido poco éxito en su objetivo de reemplazar al sistema de comercio convencional. La venta "solidaria" a través de las tiendas del mundo llegó a alcanzar cifras de 103 millones de euros para el año 2004 (Puente Europa: 2006:15). Su capacidad de gestión de oferta aunque creciente, es limitada, y como consecuencia, su capacidad de asistencia también. El objetivo de reemplazar al sistema de comercio convencional es aún lejano.

En 1988 con el objetivo de ganar espacio en el mercado convencional, la Fundación Max Havelaar, implementó la primera iniciativa de "sellos" Fair Trade. La idea tuvo gran éxito y se difundió rápidamente. En el año 2004 las ventas registradas

de productos con sello Fair Trade ascendieron a 597 millones de dólares (Puente Europa: 2006:15) una venta mucho mayor a la conseguida por las "tiendas del mundo". Algunos autores coinciden en distinguir el apareamiento de los sellos de garantía, como el hito divisor en la historia de la red de comercio justo. Se le reconoce como la "Segunda Generación" debido a la evolución, en el comportamiento y el crecimiento del segmento de consumidores "responsables". (Lorenzo, 2004: 6).

El escenario en el que se desarrolla la comercialización de productos certificados es totalmente diferente al que impulsó la formación del canal alternativo. Ha desaparecido el movimiento Comercio Justo, se ha consagrado la "libertad" de mercado y la sociedad se adapta a una vida de consumo. El producto Comercio Justo compite en las grandes tiendas al detalle para ampliar su mercado y se acoge a estrategias muy propias del sistema de comercio "convencional". Se ejecuta una técnica de comercialización denominada "desarrollo de marca" en base a una "identidad" de consumidor. El Comercio Justo atrae a un segmento de mercado especial, a una subcultura, denominada "cultural creatives".

Cultural Creatives ... individuos que han desarrollado un gran sentido de responsabilidad por la ecología y la contaminación ambiental, respeto por las diferentes culturas y la naturaleza; y un tenaz compromiso por salvar el planeta. Valores como la paz, la justicia social, la equidad de género y la espiritualidad son elementos de su vida cotidiana y la base de su activismo social y de autorrealización, cuando contribuyen a causas para el bien de la comunidad. (Vizcarra, 2002: 11)

En base a éste segmento de mercado, se desarrolla una "identidad" de consumidor, al que se le otorga la categoría de "responsable".

¿Qué es un consumidor responsable? : Un consumidor responsable regula su consumo a partir de valores humanos, realiza sus compras de manera consciente (se pregunta de dónde viene y en dónde terminará lo que compra), es equilibrado: se complace pero al mismo tiempo sabe auto limitarse, busca, al satisfacer sus propias necesidades, ser solidario con los productores; intenta que su consumo ayude a preservar los recursos naturales, para el disfrute de las siguientes generaciones, se da cuenta de que comprar es un acto político con sentido humano. (GREEN PEACE, 2005: 1)

Las características solidarias de la transacción de comercio justo, en el sistema de venta con sellos de garantía, es promocionada como “valor agregado” es decir son parte de los componentes de “calidad” del producto. Este “valor agregado” justifica el mayor precio del producto CJ, frente a los equivalentes convencionales.

El producto certificado como Fair Trade tiene un valor de mercado, compuesto por dos elementos, el Precio Mínimo de Comercio Justo y la Prima de Comercio Justo.

Precio Mínimo Comercio Justo PMCJ (cuando existe) es el precio más bajo posible que puede ser pagado por los compradores a los productores por un producto que será certificado de acuerdo a los criterios de Comercio Justo FAIRTRADE. (FLO a 2009:3)

El PMCJ es un precio convenido entre los actores y publicado en un documento de FLO en la cual se fija éstos valores. Éste valor intenta cubrir los costes de una producción sostenible y también debe cubrir el costo de acceso al mercado. Si el precio negociado entre comprador y vendedor es más alto que el Precio Mínimo de Comercio Justo, prevalece el primero. En ninguna circunstancia el precio debe bajar del PMCJ

Prima de Comercio Justo es una cantidad pagada a los productores adicional al pago por sus productos. Se prevé que la Prima de Comercio Justo FAIRTRADE sea invertida en los negocios y la comunidad de los productores (para proyectos de las Organizaciones de Pequeños Productores o de Producción por Contrato) o en el desarrollo socio-económico de los trabajadores y sus comunidades (en Situaciones de Trabajo Contratado). (FLO a 2009:3)

La modalidad de comercialización con sellos de garantía sin embargo mantiene su naturaleza asistencial. Su objetivo sigue siendo la inclusión del pequeño productor en el colectivo comercial. Sin embargo se debe resaltar que el colectivo comercial en el que se busca integrar al pequeño productor, ya no es el canal de comercio alternativo. Las estructuras de este nuevo colectivo comercial califican como estructuras convencionales, en este caso el productor no está protegido ni de la competencia ni de las leyes del mercado. Esta modalidad de la práctica de comercio justo aprovecha, las “capacidades” comerciales adquiridas por los productores que participan del comercio

justo. La producción que se comercializa en este canal comercial, es procedente de productores integrados en la "posesión" de capacidades productivas "certificables".

Sin embargo la participación del consumidor en la compra solidaria, mantiene su característica asistencial, la motivación de compra mantiene en el objetivo de incluir al productor en el colectivo comercial. La relación es dependiente, el consumidor puede optar por productos equivalentes o inclusive de mejor calidad (en las grandes tiendas detallistas donde se coloca productos Fair Trade se puede encontrar, productos certificados orgánicos y de agricultura bioenergética, de protección ambiental, amigables con las aves, con el bosque, etc.) Sin embargo opta por un compromiso frente a su responsabilidad en el sostenimiento del vínculo comercial con el pequeño productor. El consumidor admite pagar el sobreprecio para sostener la vinculación con el productor del sur.

Ante el riesgo real de que el consumidor pueda renunciar a su compromiso de compra solidaria, y opte por adquirir un nuevo compromiso "ético" con otras marcas, el sistema de sellos Fair Trade, ha optado por reforzar la "proximidad" social existente entre el productor y el consumidor. El consumidor "cultural creative" o "responsable" es invitado a apoyar a su "prójimo" es decir a aquel que converge en ideales respecto a ecología, cultura, naturaleza, paz, justicia social, equidad de género, espiritualidad, etc.

Se implementa un sistema que busca demostrar la "proximidad" del productor con los ideales "cultural creatives" a partir de la "certificación" de un comportamiento convergente con los ideales del consumidor - benefactor. En base a estos "valores" se establecen "reglas" de comportamiento para el productor. La "proximidad" social se demuestra con el apego al comportamiento solicitado en los reglamentos.

En este estudio se analiza el reglamento de la iniciativa FLO por ser en la actualidad, la más reconocida y representar a las mayores y más tradicionales marcas de la red de Comercio Justo, en el segmento de ATO Norte, es decir Max Havelar, Fair

Trade Market, y Trans Fair. Suponemos a la normativa FLO como un consenso sobre los valores que representan al consumidor responsable, por tanto sirve como norma para la evaluación del comportamiento individual de quienes participan de la asistencia proveniente de las ventas de productos Fair Trade.

La siguiente descripción se basa en el documento Criterios Genéricos del Comercio Justo Fair Trade de FLO, (FLO, 2007:1-27) utilizado como reglamento para la calificación y certificación de cualquier Asociación de Productores para formar parte del Comercio Justo Certificado. Esta forma de afiliación, permite acceder a la membrecía del movimiento, y a la asistencia. La normativa del Fair Trade Labelling Organization basa sus criterios en cuatro pilares fundamentales, el Desarrollo Social, Desarrollo Económico, Desarrollo Ambiental y las Condiciones de Trabajo.

Tabla 1.- Esquema y Secciones de la normativa FLO

Temas de la Normativa	Cantidad de Requisitos Mínimos (RM) y Requisitos de Progreso (RP)
1. DESARROLLO SOCIAL	
1.1 El Comercio Justo aporta capacidad para el Desarrollo	1 (RM) 1 (RP)
1.2 Los miembros son pequeños productores.	2 (RM) 1 (RP)
1.3 Democracia, Participación y Transparencia.	4 (RM) 6 (RP)
1.4 Contra la Discriminación	1 (RM) 1 (RP)
2. DESARROLLO ECONOMICO	
2.1 Prima De Comercio Justo	2 (RM) 1 (RP)
2.2. Capacidad de Exportación	4 (RM) 1 (RP)
2.3. Fortalecimiento Económico de la Organización.	0 (RM) 2 (RP)
3. DESARROLLO MEDIOAMBIENTAL	

3.1 Evaluación del impacto , planificación y Monitoreo	2 (RM) 11 (RP)
3.2 Agroquímicos	7 (RM) 10 (RP)
3.3 Residuos	0 (RM) 6 (RP)
3.4 Suelo y Agua	2 (RM) 6 (RP)
3.5 Fuego	0 (RM) 3 (RP)
3.6 Organismos Genéticamente Modificados	1 (RM) 3 (RP)
4. CONDICIONES DE TRABAJO	
4.1. Trabajo forzoso y trabajo infantil	5 (RM) 0 (RP)
4.2. Libertad de Asociación y negociación colectiva.	3 (RM) 4 (RP)
4.3. Condiciones de empleo.	2 (RM) 7 (RP)
4.4. Salud y seguridad Laborales.	2 (RM) 6 (RP)

Elaboración Autor

Fuente Criterios Genéricos de normativa FLO 2007

El tema correspondiente al Desarrollo Social de los Productores, se trata en cuatro puntos con ocho requisitos mínimos y nueve requisitos de progreso. El desarrollo de esta idea sobre lo Social ocupa dos páginas de un documento de veinte y seis páginas.

En lo correspondiente a capacidad de desarrollo, el criterio propone que:

El Comercio Justo debe significar una diferencia para el desarrollo de los productores certificados. Para esto la organización de productores puede demostrar que los ingresos del Comercio Justo promocionará el desarrollo social y económico de los pequeños agricultores. Para lo cual debe desarrollarse un plan supervisado bajo el cual los beneficios del Comercio Justo se comparten basándose en una decisión tomada democráticamente por los beneficiarios. (FLO a, 2007:4)

El reglamento obliga a que los miembros de la asociación sean pequeños productores. Se entiende por pequeños productores a aquellos que no dependen estructuralmente de trabajo contratado permanente, administrando su plantación principalmente con su propio trabajo y el de su familia. FLO garantiza beneficios para ellos por ejemplo: De cada producto de Comercio Justo vendido por la organización, más de 50% del volumen debe ser producido por pequeños productores. Se debe asegurar especialmente que los

pequeños productores siempre reciban un precio que cubra los costos por producto. La organización de productores debe establecer un sistema adecuado para esto.

La organización debe ser un instrumento para el desarrollo social y económico de los miembros, y en particular los beneficios del Comercio Justo deben llegar a ellos. La organización debe por lo tanto, tener una estructura democrática y una administración transparente, que permita a los miembros tener un control efectivo sobre los temas de la dirección, incluyendo las decisiones sobre cómo se comparten los beneficios. Además, no podrá existir discriminación en lo referente a la participación y afiliación. El FLO sigue el Convenio número 111 de la OIT sobre la discriminación de los trabajadores. Dicho Convenio rechaza “cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación”. (FLO b, 2007:5) En la medida en que sea aplicable, FLO extenderá estos principios a todos los miembros de las organizaciones.

El segundo pilar se constituye en El Desarrollo Económico del productor, está compuesto de tres temas con un total de seis requisitos mínimos y cuatro requisitos de progreso. El desarrollo de estos principios ocupa una página del mismo documento de veinte y seis. La organización debe estar comprometida y capacitada para administrar los recursos provenientes de Comercio Justo de tal forma que sea transparente para los beneficiarios y para FLO. Las decisiones sobre el uso de recursos son tomadas de forma democrática por los miembros. Además los productores deben tener acceso a los medios logísticos, administrativos y técnicos pertinentes, para poder ofrecer al mercado un producto de calidad, esto debe ser asumido como una función de la organización para garantizar el desarrollo económico.

El tercer pilar corresponde al Desarrollo Medioambiental, esta compuesto por seis temas con doce requisitos mínimos y treinta y nueve requisitos de progreso. Ocupa quince páginas del documento de veinte y seis. Los seis temas medioambientales pueden resumirse en los siguientes principios. Se procura la creación de un organismo de control, formado por miembros de la asociación de productores, que efectúan esta

función sobre preceptos de la normativa. Se controla principios de prevención frente al impacto ambiental de la producción agrícola, entendido esto como protección de zonas de reserva, vida animal, fuentes y cuerpos de agua o la búsqueda de su regeneración, en caso de que ésta haya desaparecido. Todas estas prácticas deberán ser registradas.

Se busca en la normativa que los productores disminuyan la utilización de agroquímicos. El FLO maneja una lista de prohibición de insumos, obliga la capacitación y control sobre la utilización, almacenamiento y gestión de residuos. Se trata ampliamente el tema de riesgos de contaminación por uso de plaguicidas y exige su debido control. Además del tema de los residuos de agroquímicos, que son mencionados en el tema correspondiente, se busca una gestión adecuada sobre basura inorgánica y su posible reciclaje, así como el uso de residuos orgánicos para la fabricación de abono.

La erosión del suelo es tomada como un problema a combatir con mejores técnicas de labranza, y la utilización racional del agua, teniendo en cuenta el eventual desperdicio y su mal uso. Como una forma de ampliar la frontera agrícola, el fuego ha sido utilizado para ganar espacio al bosque, con esta normativa se busca su uso responsable. El uso de organismos genéticamente modificados como semillas, o derivados de insumos, están prohibidos para quienes desean participar en el Comercio Justo.

El Cuarto pilar se refiere a las Condiciones de Trabajo, compuesto por cuatro temas doce requisitos mínimos y diecisiete requisitos de progreso, ocupa tres páginas del texto de veinte y seis. FLO considera las Convenciones de la OIT como la autoridad en materia de condiciones laborales, y espera que todos los productores registrados cumplan los requisitos tanto como sea posible. En los casos en que un número significativo de trabajadores sea contratado por una organización de pequeños productores, hay criterios específicos que cumplir. En los casos en los que se contrate a un número menor de trabajadores y en los casos en los que los agricultores, eventualmente contraten trabajadores, la organización deberá tomar medidas hacia el mejoramiento de las condiciones de trabajo y para asegurarse de que esos trabajadores

compartan los beneficios del Comercio Justo. Esto debe formar parte del plan de desarrollo y deberá ser comunicado a FLO.

En todo el reglamento FLO se busca sistematizar un comportamiento acorde a lo que se podría calificar como "conducta aceptable" por parte del consumidor responsable. Sin embargo lo que se debe destacar es la aparición de otros "términos formales" de lo "social asistencial" a partir de la aparición del reglamento.

Se presenta el Fairtrade Labelling Organization (FLO) como la institución encargada de la "formalización" de los criterios de aceptación del careciente en el sistema asistencial y cuyos requisitos se plasman en el reglamento FLO. La función "preventiva", se expresa en las estrategias de operación técnica que buscan mejorar el manejo de la producción, buscando proporcionar sostenibilidad al manejo productivo del agricultor y se "previene" la dependencia en tecnología externa a la finca del productor. El reglamento obliga a la participación de profesionales especializados en la función de control y evaluación de las actividades asistenciales. Los Inspectores de FLO, encargados de auditar el cumplimiento de los reglamentos, cumplen procedimientos estandarizados para otorgar a las asociaciones la certificación FLO de sus productos. El criterio de "proximidad" es traducido en un procedimiento formal, de afiliación. El productor debe ser "certificado" para acceder al colectivo comercial.

Se presenta tecnicidad en el manejo de los recursos de la asistencia. En la segunda generación el aporte caritativo asistencial ha sido diferenciado del aspecto de precio justo del producto. Se hace una separación del aspecto comercial y del asistencial, una característica que no se encuentra en la primera generación. El aspecto caritativo en la modalidad de sellos, tiene el nombre de Prima de Comercio Justo, tiene un valor determinado y cumple una función específica.

El discurso respecto a la prima de comercio justo, refuerza la intervención asistencial sobre la posesión de competencias comerciales, en búsqueda de reforzar la capacidad de integración del pequeño productor al colectivo comercial. Los intermediarios deben ser vistos como "aliados" ya que son parte de este nuevo

colectivo. En este colectivo comercial no se responsabiliza a intermediarios y transnacionales, de la situación de exclusión del pequeño productor, sino al contrario se busca acuerdos y alianzas comerciales. Es característico de esta segunda generación, la participación en el canal convencional sus alianzas para transporte y comercialización de productos Fair Trade con grandes multinacionales además de la mercadotecnia como principal medio de ampliar el mercado.

Primera Generación y Segunda Generación. Diferencias y controversias.

Existen muchas críticas desde el sector "tradicional" de la red de Comercio Justo (Primera Generación) hacia el sector de "vanguardia" (Segunda generación). Todas se explican en las formas que asume el proceso asistencial en su especialización.

Para quienes representan al sentido de la primera generación, un reglamento de comercio justo no se justifica ya existe la dificultad práctica de establecer un reglamento "justo". La primera generación además recuerda que si el Comercio Justo impone un reglamento, puede contradecir aspectos importantes de su discurso, como la equidad y democracia en la relación de los actores. La posición de quienes se oponen al reglamento, se recoge en las siguientes expresiones.

Para algunos partidarios del Comercio Justo del Norte sería fácil dejarnos llevar por la necesidad de agregar o imponer los estándares comunes en la red FT. Pero se debe tener cuidado. Si los productores del Sur no se implican en el proceso desde el principio, el comercio justo será solamente otra forma de control de consumidores sobre los productos. (Ranson, 2002: 22).

Esta crítica no toma en cuenta la necesidad que tiene la modalidad de segunda generación (venta con sellos Fair Trade) de que el compromiso de compra sea "reforzado" por la demostración de la "proximidad" social entre el consumidor responsable y el productor. Esta controversia también ha sido utilizada para crear unas categorías de comercio justo que buscan ubicar al reglamento FLO dentro de las contradicciones conceptuales de "regulación" y de "transformación" del mercado. El sistema de reglas usado por Fair Trade dista mucho de ser buscar una regulación de mercado, se limita a sugerir una forma de comportamiento al productor.

La crítica más importante desde la primera generación hacia la segunda, es respecto a la participación de los grandes productores y CTN de intermediación en el sistema de certificación FLO. La participación de las CTN en el sistema de Comercio Justo Certificado, afecta de manera significativa, el sentido teórico de la propuesta de la primera generación sobre el problema de explotación de los productores y además invalida el objetivo de constituir a la red de CJ en la "alternativa" al sistema de comercio convencional.

Las ATO Norte, advierten un debilitamiento de su posición comercial producto de la apertura:

Existe el riesgo de que los procesos de certificación terminen por volver al consumidor responsable un actor pasivo, y este se limite a comprar productos que llevan una etiqueta o sello de garantía y a que las organizaciones de comercio justo renuncien a hacer la comercialización dejando esta función a empresas del sector lucrativo que se legitiman como tales, al comprar un sello de garantía de comercio justo. (ESPANICA, 2002: 12)

Frente a este riesgo, es necesario puntualizar algunos aspectos respecto al tema de la participación de estas empresas del sector "lucrativo" en la red de comercio justo. En primer lugar esta crítica nace de la suposición de que las CTN están entrando al canal de comercio alternativo y por ende le quitan el espacio comercial a las ATO y world shops. Sin embargo es comprobable que la expansión del mercado de productos Fair Trade se ha dado en el espacio del canal "convencional". Es el producto Fair Trade el que se comercializa en tiendas convencionales. La primera generación pasa por alto, que el segmento de mercado que atiende su canal de comercio puede considerarse un colectivo comercial diferente y por tanto no participa de las consignas anti sistema que propone.

Por otro lado la participación de las CTN puede ser entendida desde una visión más amplia del problema de la pobreza rural. La participación de las CTN y grandes empresas productoras en el segmento de mercado con sellos Fair Trade se ha realizado bajo un esquema normativo diferente al de los pequeños productores. El FLO ha permitido su participación bajo la modalidad "trabajo contratado".

La solidaridad del Comercio Justo, enfocada en la ayuda al pequeño productor, perdía de vista la situación de “otros” desfavorecidos del sistema de agro exportación, los trabajadores rurales. El trabajador asalariado del sector rural posiblemente está en una situación aún más crítica, que la de los propios pequeños productores. Este grupo laboral, de origen campesino, generalmente proveniente de la migración, debida al abandono de zonas agrícolas con escasa rentabilidad. Caracterizados como campesinos “sin tierra”, sujetos a ejercer labores agrícolas de tipo temporal, como trabajo de siembras, deshierbas o cosechas, pocas veces acceden a trabajo estable. No poseen beneficios sociales y generalmente no acceden a seguridad laboral. El reglamento FLO para trabajo contratado tiene por objetivo, tomar en cuenta éste segmento de la población rural. El sentido de las reglas difiere y los enfoques de control son diferentes.

Tabla 2. Secciones de la normativa FLO Trabajo contratado

Temas de la Normativa	Cantidad de Requisitos Mínimos(RM) y Requisitos de Progreso (RP)
1. DESARROLLO SOCIAL	
1.1 Potencial de Desarrollo y Creación de Capacidades	7 (RM) 5 (RP)
1.2 Derecho a No Discriminación	4 (RM) 3 (RP)
1.3 Libertad de Trabajo	5 (RM)
1.4 Libertad de Asociación Colectiva	8 (RM) 5 (RP)
1.5 Condiciones de Empleo	13 (RM) 7 (RP)
1.6 Salud y Seguridad Laboral	18 (RM) 11 (RP)
2. DESARROLLO ECONOMICO	16(RM) 3 (RP)
3. DESARROLLO MEDIOAMBIENTAL	
3.1 Evaluación del impacto , planificación y Monitoreo	4 (RM) 11 (RP)
3.2 Agroquímicos	12 (RM) 4 (RP)
3.3 Residuos	3 (RM) 4 (RP)
3.4 Suelo y Agua	4 (RM) 4 (RP)
3.5 Fuego	0 (RM) 3 (RP)
3.6 Organismos Genéticamente Modificados	1 (RM) 3 (RP)

Elaboración Autor: Fuente Criterios Genéricos de normativa

FLO trabajo Contratado (FLO b, 2007).

La normativa FLO que se aplica a las empresas y CTN, establece controles sobre aspectos relacionados con los derechos de los trabajadores agrícolas. A diferencia del otro reglamento de FLO diseñado para organizaciones de pequeños productores, que se enfoca en la protección ambiental, el énfasis del reglamento “trabajo contratado” se encuentra en el desarrollo social, enfatizando la defensa de los derechos laborales.

La intervención asistencial del comercio justo sobre este segmento de la población, obedece a otros conceptos sobre la exclusión. En esta ocasión se mira a la situación de exclusión como un proceso de desvinculación social, según el cual no sólo existen poblaciones excluidas, como podría considerarse al pequeño productor sino, también existen poblaciones en estado de vulnerabilidad, sobre las que es necesario intervenir. Se considera población vulnerable y en riesgo de exclusión a los trabajadores de las grandes plantaciones agrícolas.

Por primera vez se considera en el comercio justo a los trabajadores rurales como objeto de intervención asistencial, el objetivo de esta intervención es la disminución de las condiciones de precariedad del trabajo agrícola. Por esta razón el reglamento pone énfasis en la defensa de los derechos laborales. El mejoramiento de las condiciones laborales debe ser financiado con el sobreprecio proveniente de la participación de las empresas en el mercado solidario certificado. El consumidor solidario no puede conocer a ciencia cierta si el producto adquirido proviene de productores pequeños o de una productora transnacional.

En la visión del Fair Trade reglamentado se busca enfrentar la situación de vulnerabilidad y exclusión, aunque con la única herramienta posible para el comercio justo, la “compra solidaria”. La integración de los productores grandes y pequeños al colectivo comercial solidario es lo que ha causado protestas entre los pequeños productores, tema que será abordado en el caso de estudio.

CAPITULO III ANÁLISIS DE CASO

La acción de cooperación que impulsa la red de Comercio Justo, en favor del pequeño productor del Sur, supone al proceso de deterioro de la economía campesina, como el resultado de variadas formas de desvinculación del circuito de intercambios comerciales. A su vez esta desvinculación es producto de formas de "carencia" en las capacidades del pequeño productor para mantenerse integrado al colectivo. La intervención de Comercio Justo para conseguir la integración de los pequeños productores supone un proceso de compensación o arreglo de las carencias.

El Comercio Justo es una de muchas experiencias en la que los pequeños productores han emprendido en búsqueda de mejorar su situación económica. En la actualidad para gran cantidad de productores, comercio justo significa acceso seguro a mercados de exportación, con los consiguientes beneficios de seguridad y bienestar económico. Sin embargo la estabilidad comercial que los pequeños productores habían conseguido mediante su participación en el canal alternativo, se ve amenazada ante la apertura de este espacio de mercado, a la oferta de grandes empresas agroexportadoras.

La implementación de la Certificación Fair Trade como medio de acceso al comercio justo es vista con malestar y desconfianza entre los productores. Sobre las impresiones de la participación campesina en el canal alternativo y de las perspectivas ante la posible competencia por el mercado solidario trata el análisis del caso.

El Mercado y Producción del Banano convencional.

El sistema agro exportador de banano convencional en Ecuador puede ser considerado un espacio de negocios altamente competitivo. Existe competencia productiva y comercial a nivel de multinacionales, países y productores, y entre ellos la competencia entre grandes y pequeños, la consecuencia de esto es una sobreoferta de producción mundial. Según un estudio publicado, por el Ministerio de Agricultura del Ecuador, en el cual se puede confrontar la tendencia histórica de demanda y oferta a nivel mundial, se puede apreciar el usual problema de sobreoferta de banano.

Tabla 3.- Demanda Mundial de banano 1985 - 2005 en toneladas métricas

PAISES	1983-1985	1993-1995	1996	2005	Crec. Anual 93-95/2005
TOTAL	5,986	10,337	10,870	12,768	1.94%
CE (15)	1,875	3,108	3,158	3,411	0.85%
EUROPA. OR.	80	724	753	858	1.55%
USA	2,468	3,237	3,368	4,051	2.06%
JAPON	646	905	819	1,009	0.99%
OTROS	917	2,363	2,772	1,313	-5.85%

Fuente: FAO (MAGAP b, 2005:1) Elaboración Autor

Tabla 4.- Oferta mundial 1985 - 2005 en miles de toneladas métricas

PAISES	1983-1985	1993-1995	1996	2005	Crec. Anual 93-95/2005
TOTAL	5,858	10,754	11,478	13,720.00	2.24%
ECUADOR	993	3,209	3,842	4,814.00	3.76%
COSTA RICA	896	1,914	1,933	2,304.00	1.70%
COLOMBIA	834	1,470	1,407	1,629.00	0.94%
PANAMA	663	723	643	798.00	0.89%
OTROS	2,472	3,438	3,653	4,175.00	1.59%

Fuente FAO (MAGAP b, 2005:1) Elaboración Autor.

En situaciones de sobreoferta de banano en el mercado, se producen ajustes vía decrecimiento de los precios de la fruta. Quienes usualmente reciben el mayor impacto del proceso de ajuste, son los productores, y dentro del grupo de productores, los más pequeños son los más afectados.

En el proceso de ajuste de precio, la competencia impulsa una carrera hacia la reducción del costo de producción. La estrategia generalizada entre los actores que compiten por el mercado bananero es la de “proveedor de bajos costos”, es decir se busca atraer a un

amplio espectro de clientes, con el objetivo de ser el proveedor global por menor costo de venta del producto. (Thompson et al, 2004: 93).

El bajo costo final del producto, se consigue con un eficiente manejo de la economía de escala y el aprovechamiento de los avances tecnológicos, en los cuales las empresas transnacionales “gozan de ventaja competitiva gracias a la transferencia puntual de know - how (tecnología) desde sus sedes centrales a los distintos países extranjeros”. (Porter, 2006: 36). Los avances tecnológicos y administrativos de las multinacionales productoras de fruta asentadas en Centroamérica, llegan a las filiales correspondientes del Ecuador, en caso de que se necesite mejorar su posición competitiva.

Para que la producción masiva de banano sea a bajo costo, las multinacionales deben utilizar toda la gamma de adelantos en la agricultura, desde mecanización de las labores manuales hasta el uso de semilla seleccionada en laboratorio, pasando por riego controlado por micro aspersión, dosificación computarizada de fertilizantes y fumigación contra plagas con avionetas. Las multinacionales tienen la necesidad de innovar sus métodos de producción, para sostener márgenes de ganancia a pesar de los bajos precios de sustentación del producto. Aunque los precios del banano bajen, las empresas deben compensarlo, con su propia capacidad de reducir su costo de producción, sea haciendo uso de métodos innovadores o simplemente, explotando a los trabajadores.

La acumulación ilimitada del capital, obliga a las empresas productoras a crecer siempre, pero en situaciones de sobreoferta de producción, la única manera de seguir creciendo, es quitarle la participación a otra. El espacio de competencia bananero responde a una lucha por participación. El canibalismo entre productores ha determinado una tendencia hacia la concentración de la propiedad bananera. El cultivo de banano se encuentra localizado en diez provincias del país. La provincia de El Oro tiene registrados 3.045 productores, es decir casi la mitad de los productores. En la provincia del Guayas se registran 2002 y en Los Ríos 858, lo que sugiere que este cultivo se halla consolidado básicamente en las tres provincias, que concentran el 91% de los productores del país. (MAGAP a 2005:1). La superficie sembrada de banano en

el Ecuador, ha sido estratificada en cinco grupos como se detalla en los gráficos siguientes.

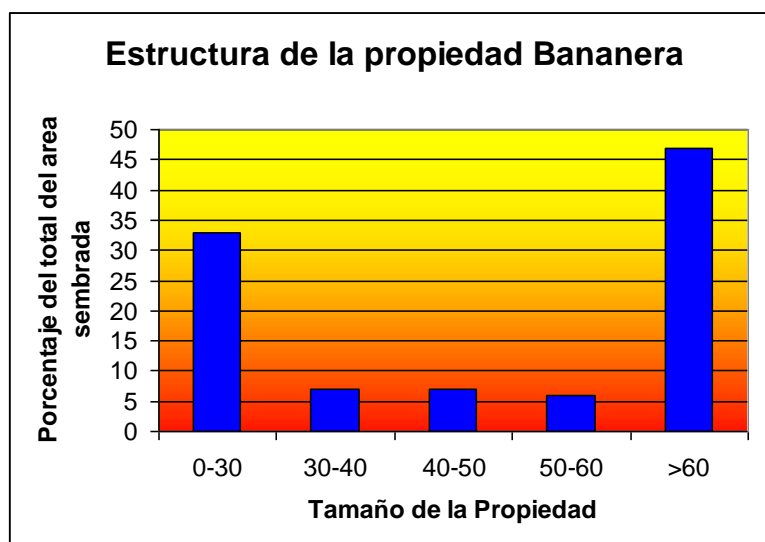
Tabla 5.- Estructura de la Producción de Banano en Ecuador

Grupos	tamaño propiedad (has)	% área total sembrada	% productores
1	0-30	33	81
2	30-40	7	5
3	40-50	7	4
4	50-60	6	2
5	>60	47	8
		100	100

Elaboración Autor.

Fuente (MAGAP a, 2005. 1)

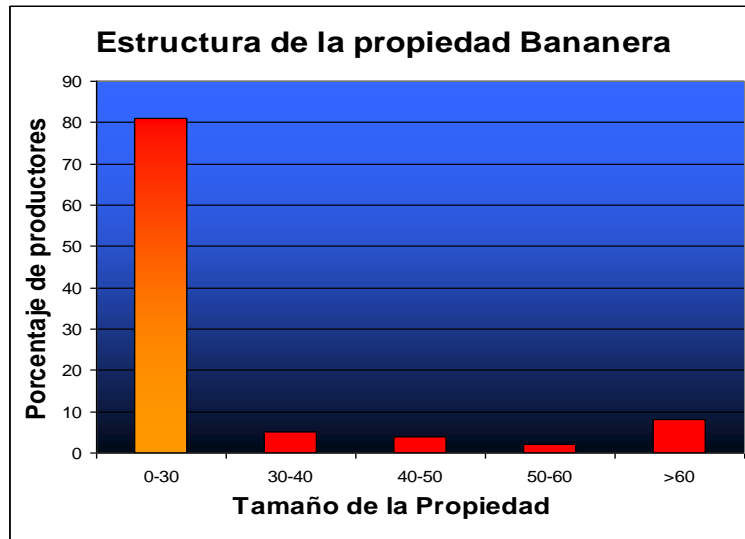
Gráfico 2.- Tamaño de la propiedad Bananera.



Elaboración Autor.

Fuente (MAGAP a, 2005. 1)

Grafico 3.- Clasificación de los Productores por área sembrada.



Elaboración Autor.

Fuente (MAGAP a, 2005. 1)

Las fincas cuya área sembrada está comprendida entre 0 y 30 has constituyen el 33% del total de la superficie destinada al cultivo de banano y representan al 81% de los productores. Los predios comprendidos entre más de 30 y menos de 40 has alcanzan el 7% de la superficie total y representan el 5% de los productores. El rango de entre 40 y 50 has participa del 7% del total de área sembrada y reúne al 4% de los productores. Las fincas entre 50 y 60 has componen el 7% de la superficie y representan al 2% de los productores bananeros. Las plantaciones que superan las 60 has, acumulan el 47% de la superficie sembrada de banano y representan el 8% del total de productores. (MAGAP b 2005:1)

En el sector exportador de banano en Ecuador, el 45 % de área cultivada pertenece a grandes productores con propiedades mayores a 60 has pero éstas pertenecen al 8% del total de productores. La competencia por participación en el mercado, ha determinado el desplazamiento de pequeñas plantaciones, agravando el problema de la concentración de las tierras agrícolas y estimulando el proceso de proletarianización del campesinado y migración rural. El fenómeno de competencia de

mercado en la producción agrícola de exportación puede ser descrito de la siguiente manera:

Las grandes propiedades han conseguido multiplicar su productividad, garantizándose excelentes ingresos y activando el proceso industrial, pero para los pequeños productores se constituye un desastre, no han conseguido invertir en la modernización de sus explotaciones, las pequeñas propiedades antes dedicadas a una estrategia de autoabastecimiento con diversificación de cultivos, cambian a una estrategia de monocultivo intensivo que le resulta perjudicial para el pequeño productor. (Montagut, 2006:42)

En condiciones de competencia técnica de monocultivo, el costo de producción de la propiedad latifundista o de la multinacional, es generalmente mucho menor por unidad producida, que la de los pequeños productores. La posibilidad de conseguir cualquier tipo de ventaja que le permita al pequeño productor salir de ésta lógica de competencia, hace la diferencia entre sobrevivir o abandonar el negocio.

El comercio justo puede ser visto como una práctica que busca proteger al pequeño productor de la competencia "desleal", pero tiene el comercio justo algún tipo de influencia sobre otros procesos de cómo la liberalización de los mercados agrícolas, la situación alimentaria, la desigualdad en equipamiento y productividad agrícola entre productores del Norte y del Sur, la poca expansión de la revolución agrícola en los países del Sur, la concentración de las tierras, la caída de los precios de los productos agrícolas, la descapitalización de la economía campesina, la crisis ecológica y sanitaria. (Mazoyer, 2004: 14-21) de tal manera que aporte frente a estos factores causantes de la crisis de la agricultura campesina en los países en desarrollo. Sobre la función del comercio justo frente a los problemas del sistema se ampliará el énfasis del caso de estudio.

Presentación del Caso UROCAL- ACPAO.

La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL. Es una organización de segundo grado, que se asienta en un área predominantemente productora de cacao y banano. Reúne a 25 organizaciones dispersas en Azuay, Guayas y El Oro. UROCAL tiene entre sus miembros a la Asociación Cantonal de Productores

Agroartesanales Orgánicos ACPAO Nuevo Mundo en la provincia de El Oro. En el testimonio de sus socios está basado este caso de estudio.

El principal producto de esta asociación es el Banano Orgánico, que con su calificación de “ Comercio Justo ” ha conseguido abrirse espacio en los supermercados de Estados Unidos, Alemania y Reino Unido. La Unión en la actualidad promueve la asociación de los pequeños productores para la exportación de productos agrícolas, como una forma de conseguir su inserción en el mercado de exportación. Realiza funciones de organismo de cooperación técnica y de elemento de enlace comercial (ATO Sur) de la ACPAO con los mercados externos. La misión y visión de UROCAL nos presentan sus ideales.

Misión.- Es una organización regional de pequeños y medianos productores rurales, cuyo fin es promover y lograr el desarrollo humano sustentable para sus asociados y las comunidades donde operan. Se moviliza por valores practicando el desarrollo integral del ser humano, la unidad, la cooperación, la justicia, la equidad, la solidaridad.

Busca mercados y rentabilidad para las actividades de la organización, ejecuta proyectos de producción limpia, en armonía con el ambiente; organiza e implementa proyectos de desarrollo social y comunitario; promueve la participación democrática brindando servicios de calidad a sus socios y usuarios, con el propósito de lograr que las personas involucradas en accionar mejoren progresivamente su calidad de vida. (UROCAL, 2006:1).

Visión.- En el año 2012, UROCAL es una sólida institución de carácter corporativa, que opera como empresa social y organización de productores, gestora de un proceso de desarrollo humano sostenible en su entorno territorial. Cuenta con empresas competitivas en producción y comercialización de productos orgánicos destinados al mercado solidario nacional y global, su personal es altamente calificado, planifica y ejecuta su labor, en función de estándares de calidad de gestión, elabora e implementa proyectos de desarrollo en las comunidades de base y promueve el desarrollo integral de sus asociados, asegurándoles mejores niveles de bienestar, equidad y calidad de vida. (UROCAL, 2006:1).

Como puede desprenderse de la misión de UROCAL el principal apoyo que presta a sus asociados se encuentra, en la gestión de búsqueda de mejores mercados. En su visión del futuro se encuentran metas expresadas en términos del mundo empresarial y comercial, por ejemplo el deseo de constituirse en una “ institución corporativa competitiva ” (UROCAL 2006), términos que dan fe, del direccionamiento hacia lo

empresarial de UROCAL. Aunque la búsqueda de mayor rentabilidad y de nuevos mercados, sea en la actualidad la mayor preocupación de UROCAL, su razón de ser, ha sido siempre la lucha campesina contra la pobreza y en contra de los factores que la causan. Este sentido de lucha está determinado por un entendimiento de aquello que la ocasiona y por las herramientas y apoyo de cada época. Para hacer un recuento de sus antecedentes dividiremos el historial de esta organización en tres etapas; la época de la lucha por la tierra, la época de la cooperación y la época de la exportación.

La lucha por la tierra.

La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL es una organización clasista, y miembro activo de la FENOCIN, “ además es una de las cuatro mayores federaciones campesinas de la región Litoral y surgió en el calor de la lucha por la tierra durante la segunda ley de reforma agraria del Ecuador”. (Ponce, 2007: 6).

Los miembros de la Unión son parte de la historia de injusticia y explotación, que ha vivido la población campesina del litoral ecuatoriano, debido a su histórica relación con un icono que representa este proceso, la Hacienda Tenguel. La historia de UROCAL es la historia de Tenguel. Los orígenes de ésta organización deben ser estudiados en el contexto del auge y caída del modelo agroexportador de cacao y de banano en el Ecuador.

Hasta mediados del siglo XX, el área donde se asienta la UROCAL estuvo bajo control terrateniente, con la presencia dominante de una gran propiedad de más de 20,000 Ha la Hacienda Tenguel. Esta propiedad perteneció históricamente a la familia Caamaño, productora y exportadora de cacao, estrechamente vinculada con el poder político del país durante el siglo XIX. Hasta que un día llegó a las huertas de cacao una enfermedad devastadora de la fruta, al mismo tiempo cayeron los mercados internacionales. (Ponce, 2007: 6)

Las plagas y enfermedades del banano en Centro América, también empujan a la empresa United Fruit a establecer una “reserva” para su producción de banano, en el Ecuador. “Durante el declive cacaotero en los años 30 la Hacienda Tenguel es comprada por la United Fruit, donde la compañía establecerá el enclave bananero, hacia los años 50”. (Larrea, 1987:51).

En los años 30 la Sigatoka Amarilla, enfermedad que asolaba las plantaciones de Centroamérica, no era un problema en Ecuador, de tal forma que la siembra de banano se podía efectuar en tierras de fertilidad excepcional, con solo derribar la montaña. Por esta razón el cultivo resultaba a un costo por racimo infinitamente menor al de Centroamérica. (San Andrés. 1961: 8)

Mientras Tenguel se convertía en una inmensa plantación de banano, al mismo tiempo compartía el espacio con los nichos cacaoteros sobrevivientes, en los que se seguía aplicando el viejo sistema de explotación del trabajo campesino denominado "redención de cosechas" o "arrendatarios", sistema por el cual los campesinos se encargaban del mantenimiento de una extensión de tierras durante el proceso de desarrollo de los árboles cacaoteros, que luego eran "redimidos" y recuperados por el terrateniente a cambio de una suma de dinero, una vez descontadas las deudas que el agricultor había asumido con la compañía, para sobrevivir durante el periodo de desarrollo de la huerta. (Ponce, 2007: 8).

En el Ecuador corren los tiempos del industrialismo por sustitución de importaciones y con ello se apuesta en favor a la inducción de la reforma agraria, como pilar de una estrategia general de desarrollo industrialista "hacia adentro". La reforma agraria se constituía un requisito institucional previo a estimular dicha modernización. A través de la reasignación del factor tierra, habrían de mejorar los índices de producción agraria, condición necesaria para acelerar el crecimiento económico. (Breton, 2006: 61). Bajo el ideal de la lucha por la tierra los campesinos arrendatarios de Tenguel, se organizaron en un proceso de lucha, que corría paralelo a la siembra del banano.

De 1948 a 1964 se sucederá en Ecuador el periodo del "auge" exportador del banano, un periodo caracterizado por la baja concentración económica de la exportación. Distintas empresas o grupos participaron en el mercado, sin que existiera predominio de ninguno. La United Fruit, la empresa más importante en esta etapa, no supera el 25 % de las exportaciones. La producción y exportación de banano se constituye en su inicio, un esquema económico de amplia participación.

Para 1950 la United Fruit sufre importantes problemas financieros, laborales, políticos y técnicos. El rendimiento sobre el capital se redujo de un 13% en 1953 a 0,8% en 1960, el gobierno norteamericano ejerce presiones anti monopólicas que afectan a la empresa, a lo que se suman conflictos serios con los campesinos de Tenguel que culminan con la invasión de la propiedad en 1962. También surgieron dificultades con el gobierno ecuatoriano y finalmente un problema recurrente en el modelo agroexportador, el apareamiento de plagas

en las plantaciones. Esto obliga a la empresa a deshacerse de sus propiedades por la venta o entrega a los campesinos. (Larrea, 1987:51).

En el Ecuador el proceso de Reforma Agraria, que empezó tiempo atrás, se refleja como política de estado desde 1964 con la Ley de Reforma Agraria y de Colonización. En este contexto la United Fruit suspende sus operaciones en 1965, toda su participación de mercado se canalizó entonces a través de la Exportadora Bananera Noboa.

La época de la cooperación.

Empieza el periodo de crisis bananera desde 1965 -1976, una de las causas de esta crisis es el desplazamiento del mercado de Estados Unidos con la salida de la United Fruit. El apareamiento de nuevas plagas, obligó al cambio de la variedad de banano sembrada en el país, esto anuló las ventajas comparativas del Ecuador debida a las condiciones naturales frente a Centro América. El cultivo de la variedad Gross Michel es reemplazado por la variedad Cavendish. Esto determinó también cambios en la modalidad del transporte, el banano antes enviado en racimos, con la nueva variedad sería transportado en cajas, por su sensibilidad al estropeo. Durante esta época, la estrategia de industrialización del Ecuador, falla por la disminución de ingresos provenientes de la exportación de banano.

En la antigua Tenguel las luchas campesinas, que han durado cerca de dos décadas, tienen su punto culminante en 1974 con la fundación de la UROCAL, en ese tiempo integrado por cuarenta cooperativas, todas dedicadas a la lucha por la tierra. La Unión pasó a formar parte de la Federación Clasista de Trabajadores del ORO y la Federación Nacional de Campesinos FENOC, hoy FENOCIN. Esta época de cambio impulsó a la UROCAL a un "ensayo de transformación social", con el acompañamiento del CECCA Centro de Educación y Capacitación Campesina del Azuay, fundado por jóvenes sacerdotes que practicaban la teología de la liberación". (Ponce, 2007: 8).

Es con el CECCA Centro de Educación y Capacitación Campesina del Azuay y bajo los ideales de la teología de la liberación, que en UROCAL se adoptarán valores solidarios que impulsarán la organización campesina, en un entendimiento cooperativo de la lucha contra la pobreza. El resultado en la adopción de estos ideales, es la formación de líderes comunitarios, con capacidad de desprendimiento y carisma, aptos para una nueva lucha. Ya no es el terrateniente, sino el intermediario y el exportador en

su afán de lucro, quien despoja al campesino de su trabajo al no pagar el precio justo por el cacao. Recuerda un dirigente y técnico de la organización mientras narra la historia de UROCAL:

El UROCAL se formó con un cura, Hernán Rodas el puntal principal para que nazca UROCAL, nosotros somos sus alumnos, sus discípulos...

Una vez que tuvimos la tierra, se hicieron asentamientos... y empezaron a sembrar la tierra, la mayor parte... pues en cacao... y ahora ¿qué hacemos? , ¿Cómo hacer para vender? Empieza la búsqueda del mercado... el cacao no era tan representativo en el precio. Organizamos el primer paro nacional de cacaoteros, protagonizado por nosotros, paramos tres días la Panamericana... como es de pararla... para conseguir un mejor precio de cacao y logramos conseguirlo, pero también se politizó esa cuestión y lo dejamos... (Entrevista 1).

La etapa de la lucha por la tierra da paso a la época de cooperación y con el apoyo de cooperación alemana y holandesa, se opta por la creación de programas de servicio para mantener la vida organizativa de UROCAL, en ese tiempo simplemente "no se pudo confraternizar la organización política y la organización empresarial" (Ponce, 2007: 14). Se abandona la lucha por la tierra ya que se debe enfrentar problemas más urgentes.

Como organización se buscó el fortalecimiento, a través de capacitación en salud preventiva, nutrición, cuidado del ambiente, alfabetización, comunicación, asistencia técnica agropecuaria y acciones puntuales de acopio y comercialización de cacao. En 1980 la UROCAL recibe reconocimiento jurídico y es el inicio de su experiencia en comercialización comunitaria, al promover la instalación de una secadora de cacao. (Ponce, 2007: 10).

Durante las décadas del setenta y ochenta la UROCAL dependió de las agencias de cooperación y de la presencia del CECCA para cumplir una nueva función social. "Los líderes políticos de la organización se convirtieron en administradores de piladoras, secadoras y molinos, cajas de crédito, empresas comercializadoras de insumos, o pesando las cargas de cacao, en calidad de inspectores de sus compañeros". (Ponce, 2007: 10). La transformación de los líderes en vendedores y jueces de sus compañeros afectó profundamente la representación social de la organización. En 1983 el Fenómeno del Niño ocasiona la destrucción de los emprendimientos campesinos y una grave crisis a UROCAL, que debe recuperar créditos de campesinos que lo habían perdido todo. La organización enfrenta el desastre financiero, la apatía y resentimiento de las bases sociales. Relato acerca de esta época:

Vienen las inundaciones, tremendo perjuicio que hizo la naturaleza. Celebrábamos un día sábado que terminamos el primer congreso de UROCAL, y festejando el primer congreso, por la noche un aguacerón, era en enero, llovía hartísimo, como a las tres de la mañana, vienen a darnos la alerta de que el río se mete al pueblo, cuando nosotros bailábamos en el local nuestro, con el agua casi ya en las rodillas, pero con gusto... Viva UROCAL, viva el primer congreso... después de eso quedamos destruidos.

Luego apareció el oro, como no había donde trabajar y la gente empezó a encontrar oro, todo mundo a lavar oro y a las minas, como Nambija estaba lejísimos, y comienzan a irse, cada uno a buscar el tesoro, se debilitó la organización, solamente quedan dos representando a UROCAL se llaman Joaquín Vázquez y David Romero. El nombre de UROCAL lo mantienen ellos. (Entrevista 1)

Entre las muchas iniciativas que desaparecieron. La experiencia de acopio de cacao, que puede ser entendida en una lógica de `` comercio solidario ``, ya que se basaba en mantener precios de sustentación y estables a favor de los miembros, (buscando dar la categoría de intermediario sin fines de lucro a la organización), también desapareció.

Según los apuntes de una auditoría realizada por Erika Hanekamp del Comité Ecuménico de Proyectos a la UROCAL en 1986 se afirma sobre la secadora de cacao:

En función de una tesis y no de un posicionamiento de mercado, la unión construyó con financiamiento de una agencia de cooperación (Agro Acción Alemana- Deutsche Welthungerhilfe) una secadora para dar valor agregado al producto y negociarlo comunitariamente a través de la Unión. El programa acumuló deudas por efecto de las fluctuaciones de precios versus el mantenimiento de valores de sustentación a los campesinos, a más de que se dificultó su comercialización y más aún la soñada exportación directa. De la misma manera que en el programa de crédito, aquí se va abandonando una contabilidad rigurosa, se acumulan deudas, surgen acusaciones de uso indebido de recursos, hay inconformidad de los campesinos con el sistema de pesaje, no hay control de la dirigencia sobre los técnicos responsables, y finalmente, la secadora no tiene capacidad para absorber la producción de 17 organizaciones que producen cacao al momento. (Ponce, 2007: 24). La secadora se paralizó a finales de los ochenta.

La hipótesis de la avaricia de los intermediarios, como factor determinante en el proceso de empobrecimiento campesino, es puesta en duda en el seno de la organización. A pesar de ello la dirigencia mantendrá los ideales inculcados por Hernán Rodas en el desarrollo de la experiencia exportadora.

La exportación.

Para 1992 en el congreso de la UROCAL a los campesinos que se mantenían en la organización, sólo les quedaba la convicción de unidad para enfrentar los problemas. Todos los años de la cooperación corrían el riesgo de desaparecer. La organización necesitaba de un nuevo impulso y un nuevo motivo de cohesión. Son escasas las oportunidades, para que un pequeño productor pueda mostrar su producto en el exterior, sin embargo UROCAL (en proceso de disolución) recibe una invitación comercial para exponer su producción de cacao en una feria internacional. Relato de cómo se inició la exportación de Comercio Justo.

Y aparece una invitación...nos invitan a Europa...UROCAL delegue a una mujer...en ese tiempo las organizaciones de mujeres tampoco habían, las mujeres todavía patojeaban... y ya nada era representativo... que vamos a hacer si ya nadie quiere reunirse...se dice vistamos a uno de nosotros de mujer pues...y que se vaya, no queda más pues. A la final aceptaron recibir a un delegado... una invitación para una feria de cacao... dijimos se va David, y nos metimos a preparar chocolate, todo manual no... pedazos del liencillo, una barrita y haz un bolsito y ponle nombre... con marcador no más... UROCAL. Con dinero prestado David Romero viaja a la feria en Alemania.

Cuando él estuvo allá nadie le paraba bola, mas de 300 stands de diferentes países con productos de cacao y él era UROCAL Ecuador con su cacao...pero nada... no paraban bola, doce días, quince días y nadie le paraba bola... y el último día de la feria... dice... estoy jodido no voy a llevar nada de aquí. La idea de nosotros era... que esa era la oportunidad, nosotros le decíamos tienes que venir con algo hermano...

En un gesto de desesperación David Romero empieza a declamar en la feria de cacao, sobre la situación del pequeño productor bananero.

Y él se toma el tema del banano, y empieza a difundir (en la feria) el pequeño bananero en el Ecuador... parado encima de la mesa de cacao... como vive y que sacrificios hace el pequeño productor de banano para poder sobrevivir, que cacao ni que nada... los periodistas empiezan a escucharle y uno de ellos le pregunta ¿en qué hotel estas?¿Cuándo te vas?...ya me voy le dice David...y ya estaba arreglando su mochila cuando le caen al hotel, le hacen una entrevista, y les gusta el tema... y le dicen... David Romero, usted no se va hoy día de aquí, le vamos a pagar quince días de gasto por nosotros, pero lo que queremos es que difunda este mismo mensaje para Europa, lo llevaron a conferencias, jardines, escuelas, colegios, universidades, religiones, a todo nivel, solo aguantó diez días porque estaban en la época de frío.

En Europa la tienen grabada... la campaña de David Romero... por primera vez haciendo la campaña de banano comercio justo para Europa. (Entrevista 1).

Los dirigentes de UROCAL con oficina, teléfono y computadoras prestadas por la Federación Clasista de Trabajadores del Oro, con cupos de exportación y espacios en

los contenedores, prestados por bananeras convencionales, y con una mínima producción de banano, empiezan desde cero la exportación de la fruta bajo modalidad comercio justo desde Ecuador , era 1993. En este periodo el apoyo de Rudy Pfeiffer, principal de Banafair, la ATO Norte que apoyó como contacto comercial y quien sostuvo las ventas, durante el proceso de aprendizaje es recordado con gratitud y admiración. Comentario acerca de esta época:

Una vez acá en La Florida(parroquia rural de Machala) , yo hacía calidad (control de empaque de fruta), iba a ayudarles allá, salía de mi casa en mi bote... a ayudarles... a enseñarles como hay que empacar , como hacer eso , llegado el momento ... tres productores completaban una caja , hágame el favor... tres ...y a esos los encuentro discutiendo, porque no sabían cómo sacar la cuenta , a cómo les tocaba (el valor de la venta de la caja de banano) porque el uno tenía 10 libras el otro 15 libras y el otro 20 total las 45 de la caja... así empezamos a exportar... (Entrevista 1)

UROCAL, establece la primera experiencia de modalidad Comercio Justo para banano a través de la asociación de productores de `` El Guabo``, organización formada y capacitada por ellos. Eventos de ingrata recordación para UROCAL terminarían por dividir la asociación y ocasionar la pérdida del mercado, que es cedida a la asociación ahora independiente. La Unión insiste en el proyecto de banano y mantiene el apoyo de Banafair, con aquellos campesinos que deciden quedarse con la UROCAL forman una nueva asociación, ACPAO Asociación Cantonal de Productores Agroartesanales Orgánicos Nuevo Mundo. Su insistencia será recompensada con una nueva oportunidad, el segmento de producción orgánica, en el cual deciden emprender.

Durante la época de la cooperación internacional y del CECCA se insistió sobre la capacitación, con estrategias defensivas frente al mercado, por ejemplo la sustitución de fertilizantes y pesticidas en los cultivos, por alternativas naturales más económicas, también el reemplazo del monocultivo como una estrategia defensiva contra la dependencia del cacao o banano, bajo conceptos de seguridad alimentaria. Ya tiempo atrás se buscó implantar en el productor campesino, un esquema productivo, de huertos frutales con mínima inversión en insumos, esto favoreció en un primer momento a la implementación de los certificados de producción orgánica, ya que la ausencia de agroquímicos, facilitaba el cumplimiento de los requerimientos de las certificadoras. La

confianza renovada en los líderes de UROCAL, permite emprender en este proceso largo e inédito, y con amplio riesgo ya que exigía el cambio en el modelo productivo de las plantaciones. Así el banano de ACPAO - UROCAL se constituye la primera experiencia de certificación orgánica para pequeños productores en el Ecuador.

El mercado solidario.

Las estrategias de promoción productiva, de tipo “defensivo”, adoptadas por los miembros de UROCAL como la promoción de huertos frutales, en reemplazo de los monocultivos, se complementaron con estrategias de mercadeo también de tipo defensivo, como la búsqueda de mercados especializados o “nichos”. La adopción de estas estrategias, se explican en el contexto en el que se desarrolla la lucha por el mercado de banano. En la época de la cooperación, a los miembros de UROCAL se insistió en el cambio del modelo productivo hacia huertas frutales, como una estrategia defensiva de producción, se buscaba evitar la dependencia en el monocultivo de cacao o del banano. Esta estrategia buscaba asegurar la subsistencia de la familia campesina y a diversificar las fuentes de ingreso, en caso de la caída de precios en los productos de exportación, sin embargo la producción de los huertos pudo ser comercializada a través de los “nichos” de mercado. En 1993 cuando UROCAL consigue abrir el mercado de comercio justo, el ser “pequeño” productor se transformó en una ventaja comparativa, ya que este segmento de mercado sólo aceptaba la oferta de pequeños productores en cumplimiento de sus funciones solidarias.

Uno de los principales atractivos del “nicho” de mercado Comercio Justo, es la diferencia en los precios que paga por el producto. Para explicar este punto se puede comparar información sobre tres segmentos de mercado que se menciona en éste estudio. El mercado “convencional”, es decir el mercado general de banano, aquel que presenta las condiciones de mayor desventaja para el pequeño productor. El mercado “orgánico”, al que se puede acceder con el certificado orgánico o “sello verde”, y el mercado de Comercio Justo, al que se puede acceder con la certificación FLO.

Es una práctica común encontrar productos agrícolas como el banano, con varios certificados, así al producto convencional se le puede certificar con el sello FLO y un producto certificado "orgánico" se puede certificar con FLO. UROCAL al inicio de su experiencia con el sistema de comercio justo, no hacía uso de certificación FLO. En la actualidad Banafair (que trabaja según la modalidad de primera generación del CJ) ha debido solicitar el sello FLO para ampliar su base de clientes. El mercado convencional de banano en el país, está regulado por un precio mínimo de sustentación para la caja de banano (42.lb), que en los primeros meses de 2008 fue fijado en 3.75 dólares por caja FOB. Sin embargo es necesario resaltar, que el escaso control, permite el irrespeto del precio oficial.

Los precios para la caja de banano orgánico (42 lb) fluctúan, su precio puede variar entre 5.75 y 6 USD precio FOB y la caja de comercio justo 7.25 USD FOB, a lo que se suma 1 dólar de prima a ser gestionado por la asociación de trabajadores o pequeños productores.

Tabla 6.- Precios de venta de la caja de banano (42 lb) en dólares FOB

Precios de mercado	Convencional	Convencional + FLO	Orgánico	Orgánico + FLO
Precio de caja de banano FOB	3.75	5.50 +1 (PCJ)	5.75 - 6.20	7.25 + 1 (PCJ)

Elaboración Autor.

Fuente: Datos proporcionados por los funcionarios de UROCAL y según documento de Criterios de Comercio Justo para Bananos para Trabajo Contratado versión 15 11 2007

Las obvias razones por la que los nichos son atractivos para el pequeño productor, se presentan, en las diferencias considerables en el precio de venta de la caja de banano. Además es usual que se busque "sumar" certificaciones, como estrategia principal para tener salida de mercado o sumar beneficios como es el caso de los productores de ACPAO Nuevo Mundo que envía su producto orgánico certificado con FLO para recibir mejores precios. ACPAO envía su producto marcado con las dos certificaciones.



Imagen 1 y 2.- (1) Caja del Banano con sellos FLO y de la certificadora orgánica BCS de exportación a USA, (2) Caja Banafair con certificación orgánica y FLO para Europa

Sin embargo, se debe resaltar importantes diferencias respecto a la productividad y costos de producción. La tecnología convencional, aunque contaminante y peligrosa para la salud humana tiene la ventaja de ser más productiva, y el productor no debe gastar en equipamientos de seguridad, ni invertir en mejoras de infraestructura, exigidas para FLO. Según datos de los técnicos de UROCAL el costo de producción por caja de banano de tipo convencional bordea los 3.20 USD y el costo de producción de la caja de tipo orgánico llega a los 4,20 USD como promedio en ACPAO.

La diferencia en el costo de caja se explica por la tecnología usada. Para la producción orgánica se prohíbe insumos peligrosos y dañinos para la salud, pero muy efectivos en el control de plagas y enfermedades que terminan mejorando la producción. Esta prohibición de insumos también obliga la utilización de mayor cantidad de mano de obra para labores de campo a los productores orgánicos.

Tabla 7.- Producción de cajas de banano según tecnología usada

Tipo de Plantación	Producción promedio de 1 ha (semanal)	
	Convencional	Orgánico (ACPAO)
Monocultivo	55 cajas	20-25 cajas
Poli cultivo (banano + cacao)	No existe	12 cajas

Elaboración Autor. Datos (FEB 2008)

Fuente funcionarios de UROCAL.

Sin embargo la diferencia de ingresos entre los tres segmentos de mercado justifica el cambio en la forma de producción y en las inversiones para obtener las certificaciones. Las diferencias en el ingreso, se resumen en el siguiente cuadro.

Tabla 8.- Diferencias referenciales de ingresos correspondientes a diferentes segmentos de mercado.

Segmento de mercado	Producción 1 Ha / Semanal	Costo de Producción	Costo de venta	Diferencia Por caja	Diferencia en ingresos por ha/Semanal
Convencional	55	3.20	3.75	0.55	30.25
Orgánico	25	4.20	5.75	1.55	38.75
Orgánico +FLO	25	4.20	7.25	3.05	76.25

Elaboración Autor. (Datos FEB 2008)

Fuente funcionarios de UROCAL

Hay una característica que hace especialmente deseable el segmento Comercio Justo, la estabilidad en el precio de la caja. En el mercado orgánico existe variación de precios, sin embargo esta variación de precios no es tan pronunciada como en el mercado convencional. Ante el crecimiento de estos segmentos del mercado y ante las diferencias en los precios de venta, es fácil entender el porqué del renovado interés de las empresas multinacionales convencionales en estos "nichos" de mercado en desarrollo.

La crítica a la certificación del Comercio Justo.

La crítica lógica del sector de la primera generación hacia la segunda generación es la participación de los grandes productores y CTN de intermediación en el sistema de certificación FLO. Los pequeños productores beneficiarios también tienen su visión de este problema. Lo explica el presidente de UROCAL.

El comercio justo se creó para favorecer al desfavorecido, por lo tanto es un apoyo a los pequeños productores. Bajo las actuales circunstancias FLO tiene un sistema de certificación abierta, puede certificarse Chiquita o un pequeño

productor. Al establecer este tipo de certificación ´ abierta `` se esta rompiendo, el sistema de preferencia de Comercio Justo con respecto a los pequeños productores. Se necesita redefinir el sistema de certificación, que permita favorecer a los excluidos del mercado internacional, eso implica también que las normativas sean más accesibles al pequeño productor. Cuando el pequeño productor es a veces analfabeto o no tiene terminado primaria, la normativa requiere de una información ágil o rápida, como si cada productor tuviera una computadora en su finca. Las normativas están pensadas en una realidad europea no latinoamericana. Se recomendó que los próximos inspectores de FLO , deben conocer la realidad del pequeño productor , para que se adecuen a las condiciones del pequeño productor , sino una certificación de este tipo favorece a los grandes En Perú esta certificado DOLE(empresa acusada de trabajo infantil y represión a trabajadores en Ecuador) , los pequeños productores están siendo dejados a un lado , el Comercio Justo dejaría de ser justo . (Entrevista 2)

En el desarrollo teórico de este estudio se señaló que la participación de las empresas grandes y de transnacionales, al menos en la actividad productiva obedece a otros reglamentos y criterios de afiliación. ¿Porque el pequeño productor se opone a que los trabajadores de las plantaciones sean partícipes de los beneficios del comercio justo? Muchos pequeños productores que en la actualidad participan como productores independientes, (gracias al apoyo recibido por Comercio Justo), conocen de las situaciones precarias de trabajo de las grandes plantaciones, ya que han formado parte de las cuadrillas de trabajadores de las empresas , e inclusive algunos aún dependen de las grandes plantaciones, como mano de obra contratada. Posiblemente los pequeños productores apoyarían esta iniciativa para con los trabajadores, de no mediar un problema. En la actualidad muchas organizaciones y empresas ya hacen uso del sello FLO para la comercialización de su producto. La llamada segunda generación de comercio justo, ha traído consigo demasiados participantes a un segmento de mercado relativamente pequeño.

El número de organizaciones de productores ´´certificadas´´ con el FLO ha tenido un crecimiento sostenido, se estima que participan del sistema ´´ un millón y medio de productores y trabajadores. Si se cuenta a los miembros de sus familias, FLO estima que siete millones y medio de personas se benefician directamente del Comercio Justo Fairtrade´´ (FLO, 2008:1). El crecimiento de las ventas del comercio Justo es proporcional al número de organizaciones. El sistema certificado ha registrado crecimientos de hasta el 47 % anual. Sin embargo no se presentan estadísticas con

respecto a incremento en áreas de cultivo certificado con FLO. Si bien las ventas pueden crecer a un ritmo similar al número de organizaciones, no se presenta información en cuanto al crecimiento de áreas de banano certificado y de cuanto se está comercializando como excedentes por otros canales. El Sistema de Certificación FLO, no afronta la posibilidad de una sobreoferta de productos y deja al mercado la responsabilidad de cualquier situación.

El sistema de venta con certificación Comercio Justo “ es un modelo comercial que se rige por el mercado: los productores sólo obtienen los Precios Mínimos y las Primas Fairtrade si encuentran un comprador que quiera pagarlos” (FLO, 2008:1).

UROCAL y ACPAO Nuevo Mundo agrupa a 120 productores certificados con FLO, cada uno de ellos debe recibir capacitación e implementar infraestructura. Sus funciones como ATO sur le exigen capacidad de control y al mismo tiempo democratización en sus políticas. Requiere implementar logística técnica y coordinación organizacional. UROCAL además debe cumplir funciones sociales que sobrepasan la lógica del costo – beneficio del negocio. Las funciones de una ATO son diferentes a las de una empresa, su naturaleza es la función social. Sin embargo debe competir por el mismo segmento de mercado.

Las posibilidades de que el segmento de mercado se sature son reales, a pesar del ritmo de crecimiento del segmento Comercio Justo. UROCAL destina cerca del 15 % de su producción total, al mercado convencional de exportación, con la consiguiente baja en los precios en la venta. Además otro 26 % se vende como banano orgánico (sin FLO) y un 22 % que corresponde a la caja Banafair (comercio justo de primera generación, que no exige el sello). Si bien se tiene un 37 % de uso del sello FLO, los costos que genera la implementación de la certificación corresponden a la totalidad de la producción.

Irónicamente la obtención del certificado, genera un espacio de competencia entre empresas y asociaciones de productores. Quien logra conseguir el sello con mayor celeridad, puede ocupar el espacio de mercado emergente. La competencia por el mercado certificado, es una cuestión de costos de producción. Para las grandes

empresas, la obtención del sello es una inversión, y se maneja a partir de un análisis de costo – beneficio. El permitir, sindicatos en la bananera, el acceso a seguridad social y atención médica para el trabajador, es un “costo”, que sólo se permite si la venta del producto certificado lo justifica. Los productores entienden la lógica competitiva de mercado, saben que el producto Fair Trade, debe “competir” con productos más económicos o con otros que ofrecen “certificaciones” más afines al comprador, como los sellos orgánicos, agricultura bioenergética, sellos de tipo ambiental como protección del bosque o amigables con las aves, etc.

El producto banana “comercio justo” de UROCAL, ha sido reforzado en sus propias características de calidad. El producto CJ de UROCAL está certificado con dos sellos correspondientes a normativas de cultivo orgánico, una de tipo ambiental o “sello verde”⁷ y uno que certifica sobre cuestiones de seguridad alimentaria (alimentos seguros) como Global GAP⁸. El productor invierte en el mejoramiento de su infraestructura, en cambios organizativos o productivos que le permitan agregar calidad a su producto. Pero toda inversión está sujeta a una evaluación.

Los requisitos de afiliación que exige la certificación Comercio Justo, implican inversión en infraestructura y capacitación. Los ámbitos de democratización que exige el CJ significan participación activa de los agricultores en la vida organizacional de UROCAL. El pequeño productor participa en varios comités exigidos para la certificación FLO, desarrollo social, desarrollo económico, asignación de cupos de venta, etc. La decisión de invertir en este proceso, obedece a un análisis de los beneficios que se espera recibir, pero puede suceder que el intercambio termine por no ser “justo” en la percepción de los productores.

Mi opinión de FLO... yo no le veo tan beneficioso, te hace crear demasiada burocracia, te auditan todo, todo. Ellos están pendientes del premio, que... que hacen, en que gastan, las condiciones, una cosa, otra cosa, mucha burocracia en ese sentido. También hay productores que si se han quejado, pierden demasiado tiempo, aquí son pequeños productores y ellos mismos trabajan en sus fincas, entonces el momento que se los llama para una reunión, ya pierden, un día que pierden a la semana es bastante para ellos, se atrasan en los trabajos. Ellos (El

⁷ Certificados de Cultivo Orgánico, CEE 209291, USDA NOP y Naturland de tipo ambiental.

⁸ Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas. GAP.

FLO) están pendiente, ¿pero... y a ellos... quien los controla allá?, porque aquí todo es pagado, El FLO para hacer una cosa... todo es pagado, para que nos den el sello FLO hay que depositar cierta cantidad cada año y se llevan un porcentaje por volumen, ¿A ellos quien les fiscaliza o les audita? (Entrevista 3)

Las obligaciones de participación organizacional, crean molestia y afectan económicamente al pequeño productor, quien debe buscar su propio reemplazo, en el trabajo agrícola de su finca. Si bien no se deja de reconocer los beneficios del CJ, se analiza si estos compensan o no, el esfuerzo de intervenir en la cadena de comercio justo certificado. Ante la posibilidad de que el segmento de mercado solidario, perdiera su atractivo económico, se volviere muy competitivo o desapareciera. La UROCAL estratégicamente, ha ido diversificando su mercado para no depender únicamente del mercado solidario. Existe además una nueva percepción respecto a la competencia.

Yo pienso que la unión hace la fuerza, creo que si se puede... si logramos hacer un núcleo grande de productores pequeños, se puede competir con las transnacionales, es un hecho. Pero hay que asociarse, trabajar en conjunto, el problema aquí siempre ha sido la desunión, el productor es desunido, cada cual por su lado, eso a dado que las transnacionales vayan a todas partes. Recién se están organizando, grupos de productores medianos, para poder competir, asociaciones grandes de unos 50 o 100 productores se hace un volumen más o menos y se puede competir, se puede hasta mejorar el precio. Tú asocias un grupo de productores con 5000 o 10000 cajas , en ese momento ya puedes negociar un mejor precio. Cuando el productor pequeño esta con solo 100 o 120 cajas vas a cualquier empresa y no te paran zona. En cambio con un volumen considerable a cualquier empresa ya le llamas la atención. (Entrevista 3)

La confianza de los técnicos de UROCAL frente a la eventual necesidad de volver al mercado convencional, proviene de los niveles de organización y desarrollo conseguido con los campesinos. En un interesante efecto de participar en el Comercio Justo, el campesino que lleva varios años en UROCAL está mejor preparado para la competencia, sea en el sistema de comercio justo o en el sistema de libre mercado. Posiblemente a quienes hacen el comercio justo, les cuesta darse cuenta de que un sistema asistencial o de protección como el CJ no necesariamente debe ser evaluado

en su capacidad de gestionar la protección. En este punto es importante señalar el funcionamiento de la lógica asistencial que se presenta en el CJ. En su función asistencial trabaja sobre dos líneas, primero la compensación de “carencias” (entendiendo que la condición de carencia no tiene solución) y en segundo lugar en la línea de rehabilitación de las carencias (en caso de que estas sean subsanables). Debe existir una evaluación que tome en cuenta, el efecto compensador y rehabilitador de carencias, que otorga el sistema de comercio justo a los pequeños productores y que determine el incremento de sus capacidades para responder a las interrelaciones del colectivo comercial (capacidad de crear interdependencias para sobrevivir en el mundo del mercado).

Intervención para “incluir”.

En la práctica de primera y segunda generación del comercio justo existen diferencias en el concepto de lo que es justicia y en sus objetivos de solidaridad. Sin embargo sea que la organización participe de la primera o segunda generación, los efectos de la práctica, confluyen en la gestión de las “carencias” de capacidades para permitir la reinserción al mercado.

El ideal de primera generación, aporta con la conformación del canal alternativo, y en el cual es de gran importancia el funcionamiento de las ATO. Las ATO son la base para la gestión de las carencias de competencia comercial del pequeño productor. Su trabajo “asistencial” se sustenta en la compensación de desventajas y la capacitación en competencias.

La participación de los intermediarios “buenos” es decir las ATO Sur, en su necesidad de gestionar el cumplimiento de funciones empresariales para exportación, permiten al pequeño productor, contar con un sistema de servicios profesionales, que compensan las ventajas de una empresa grande o CTN. La función técnica agrícola, que proporciona la ATO, cubre aspectos de competencia productiva, adaptación de tecnología y control de la calidad. En el Caso UROCAL, al proceso de control diseñado para cuidar de la calidad del producto, se han adaptado y sumado sistemas de control que analiza

continuamente los estándares de las normativas USDA NOP, CEE209291 de sellos verdes, FLO y Global GAP.

Así los técnicos de apoyo de los productores que cumplan funciones de inspección de calidad externa de la fruta, se han organizado en el control y revisión de los estándares de las normativas de las certificaciones. En un proceso de control permanente, los técnicos de UROCAL vigilan el cumplimiento de estándares de calidad, que aseguran su especio en el mercado. Son la expresión de personal especializado en la gestión de las carencias del productor. Evalúan formas y métodos de la intervención asistencial.



Imagen 3, 4 y 5.- Pequeño productor haciendo muestreo de la "avellana" de la fruta y medición de calibre de banano.

El control de calidad parte de los mismos productores, entrenados en el proceso y reforzado por los técnicos, que controlan continuamente parámetros que comprenden, desde el aspecto de la fruta al cumplimiento de las normativas.



Imagen 6 y 7.- Técnico de UROCAL revisando proceso de lavado y el uso de insumos permitidos.
Producto con sello orgánico para lavado de fruta

Una fase especialmente importante de control, es el proceso de empaque, en el que se supervisa desde el correcto alineamiento de la fruta hasta el uso correcto de las etiquetas. La forma de empaque dentro de la caja de cartón es un proceso primordial ya que todo el trabajo de producción depende de que la fruta llegue a destino en buen estado.



Imagen 8 y 9.- Fruta marcada con sellos FLO fair trade y fruta empacada para venta directa en supermercados. Ambos con sellos FLO fair trade.

El proceso de calidad tiene una prueba importante, antes del embarque, en el cual se hace un muestreo de calidad especializado por dos partes, el inspector de calidad contratado por UROCAL, en este caso son representantes de la verificadora SGS que buscan garantizar que la fruta llegue en excelentes condiciones a su destino, por

cuestiones de seguro de embarque, y la inspección por parte del funcionario del SESA, que verifica que la fruta esté libre de enfermedades.



Imagen 10 y 11.- Inspección de calidad, previo embarque en el contenedor. Inspectores de SGS, el inspector del SESA de sanidad agropecuaria, el inspector de calidad de UROCAL y el pequeño productor juzgan la calidad del empaque de la caja de banano.

El proceso de control de calidad en ACPAO UROCAL para todos los criterios, sea para la calidad visual, como para los criterios exigidos en la certificadora, es de tipo permanente. En todos los niveles, desde productores hasta inspectores se ha inculcado la cultura de calidad, sólo de esa forma es posible asegurar el mercado. La ATO Sur cumple con la dotación de su personal capacitado para “evitar” que cualquier “carencia” en las capacidades del productor terminen con su desvinculación del colectivo “comercial”.

A pesar de que el control de calidad puede convertirse en un problema para el pequeño agricultor debido a eventuales problemas en el empaque de su producto, se ha inculcado la responsabilidad del productor frente a la organización, la permanencia en el canal de comercio es considerado un bien “colectivo”, que puede ser amenazado por el empaque de producto de baja calidad. Los siguientes comentarios son de un pequeño productor al que se le rechazó parte del embarque porque la mala práctica de empaque ocasionó daños en la fruta:

“ Si me ha pasado a mí, si me han dejado una ruma (rechazado parte del embarque). Ellos son la autoridad aquí, ellos mandan aquí (Se refiere a las

personas que realizan el control antes del embarque)... si la fruta tiene problemas yo creo que están en todo el derecho de dejar lo que esta malo aquí ... si es que envían una fruta mala al exterior no solo va a tener problema el productor sino todas las personas, entonces yo creo que están en todo el derecho... lo que no vale... tienen que dejar.

Es importante que cada productor venga (entrega de las cajas al embarque) algunos solo mandan al chofer... y que vean como sale la fruta para que a sus trabajadores digan...muchachos tuve problemas con la fruta vamos trabajando mejor...y no tener otro problema aquí`. (Entrevista 4)

Estas funciones profesionales especializadas sobre carencias del productor en sus "competencias" comerciales se financian gracias a un aporte acordado por los propios productores y que se cobra a través de cuotas por cajas vendidas. Si bien éstos servicios son cubiertos en parte por el agricultor, las ATO usualmente reducen éstos costos, mediante la gestión de recursos de cooperación externa. De esta forma se concretan los beneficios de la organización, ya que un pequeño productor no podría acceder a estos servicios y beneficios de manera individual.

Mediante la organización y el apoyo de las ATO, se puede hacer uso de la economía de escala. Se ha desarrollado mejores mecanismos para el aprovechamiento de la organización productiva. El transporte del producto desde las fincas al puerto, se realiza mediante el flete de camiones que recogen la producción de varias fincas vecinas, lo que abarata costos.



Imagen 12 y 13.- Camión que recoge la producción de varias fincas hace un solo viaje al embarque permitiendo mejores precios de transporte.

La economía de escala, también es aprovechada en los procesos de capacitación y certificación, ya que el mayor número de participantes permite la reducción de costos a nivel individual de los servicios de capacitación. Los sistemas de certificación contemplan el abaratamiento de costos, en el caso de que el proceso a certificar corresponda a asociaciones de productores.

Los requerimientos de la normativa FLO para que se efectúen capacitaciones y reuniones continuas de productores han generado espacio para la solidaridad y el trabajo de equipo. Los procesos de integración social, han permitido la retroalimentación entre pequeños productores, tanto en experiencias de cultivo como del proceso de empaque.



Imagen 14.- Productores dialogando sobre los problemas técnicos de la plantación.

El sentido de protección en el Comercio Justo es más visible en la seguridad del ingreso económico. A partir de entrevistas a pequeños productores, se puede enfatizar que en la percepción del pequeño productor, el problema principal en la producción de banano, es la falta de mercado o su inestabilidad. Se pone de manifiesto la importancia de la red de CJ como acceso al colectivo comercial.

“ Yo trabajaba para la Banacol pero después se fue la compañía y yo me quedé con el guineo sembradito y ya para cosechar, toditos los cortes, yo perdí el guineo... y ya comencé vendiendo poquito, poquito el guineo, unos me pagaban, otros no me pagaban...y el comprador siempre tiene que ganar.” (Entrevista5)

En las varias entrevistas realizadas para este estudio es recurrente el sentimiento de desprotección en el sistema de comercialización, la inseguridad del precio además

de la poca certeza de la venta del producto. Se marca una diferencia en la percepción actual de los pequeños productores de ACPAO Nuevo Mundo. La estabilidad del precio y la compra segura de las cajas es muy importante para un pequeño productor y para la subsistencia de su familia. La confianza que genera el comercio justo ha devuelto al pequeño productor la esperanza en el futuro de su actividad. Es un reconocimiento tácito a la capacidad de la red para gestionar los problemas de "inclusión desfavorable"

" Yo puedo trabajar con Banafair ⁹y... yo ya puedo financiarme durante el año, porque yo sé que Banafair no me va a fallar... no me va a fallar y yo me puedo financiar durante el año es porque toda la semanas ellos me van a dar el mismo precio de la caja". (Entrevista 6)

El efecto positivo no solamente se basa en la disponibilidad económica sino en que, ésta viene acompañada de certeza en el mercado, lo que permite al agricultor emprender en gestiones para el crecimiento de su emprendimiento productivo. Elementos y factores de competitividad que va adquiriendo el pequeño productor, como infraestructura adecuada para el empaque del banano, le permiten participar de oportunidades de mercado, en los que se requiere de mejor calidad. Este desarrollo no hubiere sido posible sin el impulso y seguridad financiera que ofrece el Fair Trade.



Imagen 15.- Productor mostrando las adecuaciones de su empacadora nueva.

⁹ Banafair es una intermediaria en el canal comercial de Fair Trade , apoya a la ACPAO UROCAL desde sus inicios , es el nombre de la caja con que sale el banano orgánico a Europa.

El pequeño productor comprende que la opción para salir de la pobreza, requiere de su compromiso, frente a la gestión de sus propios recursos y ha optado por invertir en su propia capacidad de producción.

A partir de la organización emprendida para la exportación para el segmento Comercio Justo , se consiguió la capacidad para organizar la producción de tipo "orgánico", un efecto de las capacitaciones respecto a los riesgos para la salud y el ambiente de la producción "convencional" (con químicos) , en las fincas de los asociados de ACPAO UROCAL se mira con desconfianza la tecnología convencional, la seguridad en la forma de producción orgánica se traduce en salud.

La percepción de lo "orgánico" como algo sano o seguro es uno de los resultados de comparar varios años de trabajo como productores convencionales y como productores orgánicos. Los siguientes comentarios son acerca de la percepción de lo "orgánico":

"Seguridad para uno mismo pues porque ya no es toxico, la fumigación es de otra manera ya no me va a hacer daño a mi salud ni a las personas que van a fumigar...Con la orgánica es más seguridad...ya sé que no me va a afectar a mi salud, ya es cosa natural, ya es cosa orgánica, no me daña la piel, no me va a pegar cáncer. Uno ya está más seguro." (Entrevista 7)

El ambiente menos contaminado puede percibirse dentro de las fincas, vuelve a verse como la fauna nativa vuelve a encontrarse en las plantaciones y los animales de granja de los productores, deambulan por la plantación, sin riesgo de intoxicación por químicos. El policultivo ayuda a restablecer grados de equilibrio natural para la plantación y provee de fuentes alternativas de ingreso y autoconsumo al productor.



Imagen 16.- Policultivo de banano y cacao. Los pájaros anidan dentro de la plantación de banano, imposible de encontrar en una plantación convencional.

Uno de los problemas con el uso de la tecnología convencional de monocultivo, era que el pequeño productor, había abandonado la costumbre de cultivar para su propio abastecimiento de alimentos, debido al riesgo de contaminación proveniente del manejo con químicos de su propia bananera.

La compra en el mercado reemplazó a los huertos familiares, aumentando la dependencia del agricultor en los resultados de la producción de banano para su subsistencia. Así cuando el precio del banano desciende, la situación de la familia campesina se vuelve precaria. Sin embargo esta situación tiende a revertirse con la adopción de la tecnología orgánica. Se trabaja con la idea de la seguridad alimentaria.

Queremos institucionalizar la seguridad alimentaria, primero dentro de UROCAL, porque muchas personas aquí dicen... seguridad alimentaria, es asegurar el producto para el consumo, pero en cambio...muchos no saben hay que tener una producción limpia, asegurar el alimento y mejorar la calidad alimentaria de toda la población. Un punto a favor para los productores orgánicos es tener la finca diversificada. Por ejemplo: árboles frutales, gallinas y aves, teniendo en cuenta los parámetros de FLO. Los productores todos se inclinan al consumo de productos orgánicos. (Entrevista 8)

La visión del desarrollo que defiende el Comercio Justo, se transmite a los productores a través del reglamento, y si la justificación del proceso asistencial, viene

determinado en parte por la proximidad que debe existir entre un consumidor responsable y el productor , esto es comprobable , en cuanto el campesino ha asumido en las nuevas formas y prácticas de producción el respeto por ideales de protección ambiental. Existe para los productores una categorización entre los tipos de producción, según la cual la producción convencional acumula todos los defectos desde corrupción, atraso e injusticia. La producción certificada representa, la calidad, solidaridad y salud. Esto se corrobora en relatos e historias sobre lo que sucede en la producción convencional y lo que sucede con la producción certificada. Los siguientes comentarios fueron receptados en una entrevista con un pequeño productor y su esposa.

AC: por eso le decía... Yo más antes hacia las cajas... no pues en la convencional uno hace a la maldita sea.

NN: Hacíamos en una empacadora que era así no más... de cañitas.

AC: afuera en unas tinas a la intemperie no más... No hay exigencia se producía y se va.

NN: Orgánico es otro sistema de trabajo, es más higiénico, más seguro porque, no se nos van a caer los palos encima de los trabajadores. (Relatando lo que pasaba en su antigua empacadora)

CI: La gente de la cuadrilla tiene un refrigerio en los convencionales no les dan ni agua...

(Entrevista 9)

Relato sobre cómo se trabaja con los inspectores de calidad en el puerto.

“ En la convencional trabaja a “ lo que sea”... a lo que usted va a puerto soborna a los inspectores... los inspectores se hacen de la vista gorda y se fue(embarque con fruta dañada)... por ejemplo pongamos yo mando una carrada... yo se que en esas mando un poco de fruta que no vale... pero yo sé donde los coloco.... voy a los de la verificadora y digo toma tanto(refiriéndose a dinero)... hay quienes se prestan al juego...y se fue , paso , buena calidad (certificada falsamente en puerto de salida)y se fue , hasta ahí el compromiso del productor ... Eso no puede pasar en orgánico o FLO....aquí hay que ser más honestos para trabajar... porque allá a la descarga de esta fruta orgánica hay un control estricto, allá se va verificando por código y cada producto se codifica a un productor y como no es el volumen de cajas muy grande el que llega se puede controlar`. (Entrevista 3)

El control sobre el comportamiento individual que necesita el proceso de certificación FLO ayuda a la implantación de nuevas formas de trabajo en la producción y comercialización. Una de las características de la producción campesina y con la cual se ha pretendido explicar el escaso éxito económico de sus estrategias, es la falta de planificación y de evaluación de los resultados financieros de los emprendimientos. Esta

particularidad tiene un componente en la falta de información para la toma de decisiones.

Posiblemente por la falta de capacitación y preparación del pequeño productor, el manejo de información se vuelve un proceso difícil y de mucho esfuerzo para el productor como tal. Un cambio interesante que se ha producido en el emprendimiento campesino, es el reparto de papeles en el trabajo de la producción familiar, esto a partir de las exigencias de registros de producción solicitados en las normativas del reglamento FLO, a los que en el caso de UROCAL se suman las normativas de producción Orgánica y Global GAP, que han abierto un espacio para que la familia intervenga en el proceso.

En amplio porcentaje de unidades productivas, quienes manejan el registro de producción y de labores son las mujeres y niños de los productores. Esto también le ha dado al pequeño productor herramientas básicas para el control de sus gastos y de sus ingresos, que le permiten una mejor gestión de su actividad productiva. Los siguientes comentarios son de una entrevista al productor y a su esposa sobre la cuestión de los registros:

AC: A mí más difícil es la cuestión de las carpetas, pero como tengo siquiera la secretaria... si es bueno...

N.N: Yo llevo registros desde 2005 y registro de los talleres... Son fuuu ... algunas carpetas ... Incluso yo llevo hasta un cuaderno donde yo anoto lo de la cuadrilla ... lo que gasta una cuadrilla ...

Por ejemplo aquí ... se ve cuanto se va en gastos ... a quienes no más se les da los trabajos son algunas personas que trabajan ... es como un diario , ahí no se le escapa ... por ejemplo... uno dice ... no pues el enfundador cuántas fundas me puso ... el rozador está rozando o deshijando, que hizo hoy día ... Ahí se ve las cajas que han salido , si reporta ... cuántas cintas se ha puesto... Cuánto cogí y cuanto me dio, cuantas cajas hice, todo eso se da cuenta uno ahí. (Entrevista 9)



Imagen 17 y 18.- Productor y su esposa indicando los registros de producción obligatorios de las certificaciones USDA NOP, CEE209291, FLO y Global GAP.

El respeto a los niños y trabajadores a través de la legalización del trabajo y de seguridad generalmente, es poco común en el trabajo de las plantaciones. Una vez procesado a través de las normativas como obligaciones exigidas por FLO, ya no es visto como una erogación de dinero sino como un derecho el cual podrían desear para ellos mismos o sus personas cercanas.

Para mí la verdad si está bien... el niño tiene que ser para jugar y estudiar lo que es del niño... y lo que es seguridad también porque si mis hijos (mayores) también trabajan... yo quisiera que en otra parte que mis hijos trabajan estén seguros... porque si yo pongo el ejemplo de que mis trabajadores o las personas que aquí trabajan estén seguros yo también quiero que mis hijos estén seguros, todos somos humanos. La gente necesita seguridad`. (Entrevista 7)

Otro cambio importante es que la constante preparación realizada para la obtención de las certificaciones ha conseguido grados importantes en la conciencia de los peligros que representa el uso incorrecto de los agroquímicos. El productor asume una posición de preocupación por la salud del cliente, de los trabajadores y por la suya propia, aunque esta opción pueda resultar más costosa.



Imagen 19 y 20.- La construcción de bodegas para el almacenamiento seguro de agroquímicos según criterios Global GAP. También la construcción de zonas específicas para la preparación de agroquímicos y evitar riesgos de derrame.

También a partir de la implementación de las normativas se ha creado un sentido del riesgo de contaminación del producto y de inocuidad. Puede observarse la construcción de bodegas adecuadas para agroquímicos, las adecuaciones que se han realizado en las empacadoras para evitar el ingreso de animales y también el mejoramiento de la infraestructura sanitaria para el uso de los trabajadores de la finca.



Imagen 21 y 22.- Empacadora de Banano rodeada con cerca de protección para mantener los animales fuera de la empacadora. (2) Instalaciones sanitarias para los trabajadores de la empacadora.

El mejoramiento de las condiciones de trabajo, también se refleja en la capacitación en procedimientos de primeros auxilios y evaluación de riesgos en el

trabajo, para mejorar los criterios de seguridad laboral en las plantaciones Según requerimientos Global GAP y FLO.



Imagen 23.- Letrero con teléfonos de emergencia para pedir auxilio. Parte del requerimiento de los procedimientos de emergencia para la seguridad laboral en FLO.

Después de varios años en el proceso de implementación de certificaciones, los pequeños agricultores de ACPAO – UROCAL están acostumbrados a las inspecciones de calidad. Como el resultado final de la experiencia con el Comercio Justo el campesino exhibe una actitud de orgullo y pasión hacia lo que hace y a los símbolos de su producto. Los siguientes son comentarios de un pequeño productor acerca de los sellos pintados en su empaedora y sobre la caja de banano orgánica ‘Banafair’ nombre de la empresa de comercio justo con que ACPAO UROCAL exporta a Europa:

Banafair para mí significa... que yo voy a trabajar para que Banafair salga adelante y yo salga adelante. Esa caja fue la primera que iniciamos y él(el gerente de Banafair Ruddy Peiffer en Alemania) que maneja allá Banafair nunca le ha dado las espaldas a Urocal, él ha seguido fiel... Yo tengo así unos uniformes (con los sellos de las certificaciones)... así mismo, porque yo digo es como que usted, es hinchado de un equipo... me da trabajo, tiene el alma mía porque me ayuda... Yo siento como que Banafair soy yo y el señor (Ruddy Peiffer)* que esta allá soy yo .(Entrevista 6)

* Se refiere al gerente de Banafair que visita regularmente a los productores



Imagen 24 y 25: Pequeño productor mostrando los sellos de calidad que posee su producto.

El sentimiento de orgullo hacia su producto esta presente en los símbolos pintados en las empacadoras, donde los sellos de calidad se mezclan con apellidos e instituciones de apoyo. Uno de los logros fundamentales es el alto grado de apropiación del producto de ACPAO UROCAL, de tal forma que los símbolos de las cajas tienen similar peso afectivo que el del equipo de fútbol, como expresaba el productor en la entrevista.



Imagen 26 y 27.- Pequeño productor mostrando los sellos de calidad como emblemas pintados en su empacadora.

Después de 35 años de haberse fundado UROCAL, la organización ha atravesado desde la lucha por la tierra a la exportación de productos certificados, ha participado en muchos proyectos bajo diferentes modalidades y creencias sobre el desarrollo, ha sufrido pérdidas y ha conseguido niveles de consolidación, escribiendo

una historia fructífera en la lucha por el bienestar de los pequeños productores. Posiblemente de todas aquellas experiencias, la más difícil de concretar y por tanto la más satisfactoria ha sido la consecución de la exportación directa de productos, este logro no se hubiere podido concretar sin el apoyo del sistema de comercio justo.

En UROCAL aumentan cada año, el número de pequeños productores que necesitan partir de cero en el desarrollo de sus parcelas y que aún deben adaptar sistemas de calidad y conseguir la implementación de certificados, el proceso de competencia en el Comercio Justo puede afectar a este segmento de productores, si el esquema de sellos de garantía no hace salvaguardias al respecto. No se puede desconocer que el Comercio Justo muestra su valor no solamente como un sistema de protección asistencial, sino como herramienta del desarrollo al cumplir efectivamente una función ampliamente buscada, por otras modalidades de cooperación al desarrollo rural, la de permitir al pequeño productor, las herramientas para su propia competitividad e independencia económica.

Pero este proceso tiene un límite, y es justamente el que le otorga la lógica asistencial. El sistema de comercio justo ha ido institucionalizando formas de control que caen en la lógica de los "vectores de influencia" de la asistencia, controles estrictos sobre nociones de "proximidad" y exigencias sobre el comportamiento de los productores, que recuerdan que este proceso se genera gracias a la cooperación externa. Obviamente asociaciones de productores que van consiguiendo solucionar problemas de carencias a un nivel que les permite competir, optarán por abandonar el sistema asistencial, como respuesta a esta "exigencia". El trato "protegido" que reciben en el canal de comercio, una vez recuperadas, lógicamente se vuelve una limitante para su propio desarrollo. Los productores no tienen porque ajustarse a las reglas de sus "tutores" si pueden conseguir mejores oportunidades en el mercado convencional. Es el cumplimiento de un proceso lógico de "rehabilitación". Esto demostraría que el proceso de ayuda a los pequeños productores, solo es necesario en cuanto se necesite de compensación de carencias y no necesariamente debe ser permanente.

El comercio justo, ejerce un efecto protector sobre los procesos de desmantelamiento de la economía campesina efecto de la competencia de los mercados, en el caso de la producción campesina de banano, permite que el emprendimiento productivo pueda sostenerse y junto con el impide el avance del proceso de concentración de tierras. Si el campesino mantiene su actividad, aporta también sobre aspectos como la situación alimentaria de la población, la caída de los precios de los productos agrícolas y la descapitalización de la economía campesina. El Modelo de CJ y su usual asociación con la producción ecológica aporta en el manejo de la crisis ecológica y sanitaria. El modelo de cooperación, comercio justo cumple eficientemente, bajo los límites de su función asistencial.

CONCLUSIONES

La intervención de la red de comercio justo para ser comprendida en entera magnitud debe ser analizada fuera del contexto proporcionado por el Movimiento de Comercio justo ya que este marco de discusión no contempla las diferencias funcionales entre movimiento y red. Tampoco puede ser entendida dentro de un debate sobre lo "alternativo" o lo "convencional" porque la red participa comercialmente de ambas categorías, tampoco puede ser comprendida en el debate sobre la justicia de los precios porque, muchas veces son considerados "injustos" por sus propios beneficiarios. Esquemas referentes a la regulación o transformación del sistema comercial, difícilmente pueden ser aplicados a un proceso como el de la red de comercio justo ya que su incipiente regulación se limita al comportamiento del productor.

El enfoque "asistencial" que se propuso para este estudio, permite concretar a la red de CJ en un campo de acción específico y muestra sus acciones y procedimientos en unidad coherente con su objetivo. La comprensión de la red de comercio justo como un esquema "asistencial", explica además las contradicciones propuestas por los marcos conceptuales referidos anteriormente. En especial la contradicción entre primera y segunda generación, estableciendo su diferencia principal en que, el colectivo "comercial" en el que se insertan los pequeños productores es diferente para cada generación y de allí las diferencias en los requisitos de acceso a la asistencia.

A partir de estas premisas se puede evaluar la intervención de la red sobre las "carencias" de los pequeños productores. Mostrando que el enfoque asistencial permite encerrar en un solo esquema, la intervención de la red sobre variantes como, la carencia de oportunidad comercial, la inclusión desigual, la falta de competencias comerciales y la saturación del mercado solidario.

La eficiencia de la red de CJ como intervención "no gubernamental" en el campo social y de desarrollo, nos permite algunas observaciones basadas en la experiencia del caso. La red de comercio justo permite la participación coordinada de varias entidades (ATO) que funcionan en cuanto compensan o intervienen sobre la

“carencia” de competencias comerciales y técnicas del pequeño productor. Es experiencia de UROCAL, el eventual proceso de separación de las organizaciones de productores y las ATO, como sucedió con su primera organización Fair Trade, “El Guabo”, mostrando algunos aspectos. Primero que las ATO (red de comercio justo) son importantes en cuanto, las organizaciones se mantienen en el proceso de adquisición de competencias para el emprendimiento en el campo comercial (rehabilitación). Una vez conseguidas las ATO no tienen función.

Esto implica la posibilidad de establecer parámetros de evaluación para la intervención de ONGs en el campo asistencial de comercio justo, ya que una buena gestión implica la eventual independencia de las organizaciones de productores. Por el contrario la situación es la permanencia de las ATO como gestores del comercio, lo que demostraría es un escaso trabajo en la dotación de competencias, o un intencional retraso con el fin de justificar la participación de las ATO.

De la misma forma la adquisición de competencias por parte de los pequeños productores implica, la posibilidad de participación tanto en el mercado convencional como en el solidario. UROCAL es un testimonio de que mediante la organización, los productores pueden llegar a “competir” en el mercado convencional en cuanto van adquiriendo competencias. Eventualmente su capacidad de inserción en el mercado será tal, que no necesitarán participar del mercado solidario.

Al mismo tiempo el comercio justo y su canal “alternativo” muestran el valor de la función de “asistencia” que otorga a los pequeños productores, en cuanto les permite una “suspensión” de las hostilidades de la competencia comercial, mientras adquieren capacidades para competir. Es justificable la preocupación de la cada vez menor capacidad del canal de comercio alternativo para “recibir” nuevos productores.

Sin embargo, como todo esquema asistencial la red de CJ tiene un límite en su capacidad de asistencia, ya estos se han expresado en el canal “alternativo” y el sistema de comercialización por sellos, muestra saturación. Las versiones y reclamos de “injusticia” en el trato especialmente en el esquema de segunda generación, está

obligando a que las organizaciones que se consideran fuertes para competir, abandonen el canal asistencial. Demostrando que la función del canal comercial es eficiente en cumplir un ciclo de preparación desde la asistencia al pequeño productor hasta que este consigue capacidades para la competencia.

El límite final del enfoque asistencial de la red de comercio justo es la suposición de que el mercado puede absorber toda la producción de los pequeños productores y que puede permitir niveles de desarrollo sostenibles. El límite de la red es el propio sistema de desarrollo económico de los países del Sur, dependiente de la producción agrícola. Cabe preguntarse si es el modelo que conviene a las poblaciones rurales del Sur.

Es un recuerdo para los fundadores de UROCAL la lucha por la tierra y el quehacer revolucionario como forma de obtener el desarrollo, aunque se mantienen los principios solidarios inculcados por jóvenes sacerdotes defensores de la teología de la liberación, en los actuales líderes de la Unión. Su nueva "liberación" se hace en el contexto del mercado con trabajo eficiente y productivo, fomentando negocios y organizándose para exportar, creando inclusión comercial para combatir la pobreza.

BIBLIOGRAFÍA

- Bastos Miguel. (2007) *La justicia del Comercio Justo. Análisis crítico de los fundamentos del Comercio Justo*. RISP Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas No 002. Santiago de Compostela p 145- 166
- Breton Víctor. (2006) Glocalidad y Reforma Agraria ¿De nuevo el problema irresuelto de la tierra? Revista ICONOS No 24 Enero 2006. 59-69
- Castel Robert. (1997). *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Buenos Aires PAIDOS.
- Castel Robert. (1992) *De la exclusión como estado a la vulnerabilidad como proceso*. Paris Esprit.
- Cicero Tiziana (2003) Los intermediarios buenos, ideales teóricos, sobrevivencia y mercados. Ecuador Debate No 60. 178-190.
- Fridell Gavin (2006). Comercio justo, neoliberalismo, y desarrollo rural: una evaluación histórica. Iconos No 24 Enero 2006. 43- 57
- FLO a. (2007). Criterios Genéricos de Comercio Justo FAIRTRADE para Organizaciones de Pequeños Productores. Versión 01 03 2007.
- FLO b (2007). Criterios Genéricos de Comercio Justo FAIRTRADE para Trabajo Contratado. Versión 01 03 2007
- FLO (2009). Tabla de Precios Mínimos y Prima de Comercio Justo Fair Trade. Versión 22 07 2009.

- Kotler Philip. (2004) Los 10 pecados capitales del Marketing. Indicios y Soluciones. Bogotá Colombia Ediciones Deusto. Traducción Ana García Bertrán.
- Larrea Carlos (1987). El Banano en el Ecuador. Transnacionales Modernización y Subdesarrollo. Quito .Corporación Editora Nacional.
- Lorenzo María. (2004) Una Aproximación Teórica al impacto en el segmento de consumidores responsables de las marcas y su distribución en la segunda generación de comercio Justo. Universidad de Vigo.
- Mazoyer Marcel (2004) ‘‘Mundialización Liberal y Pobreza: ¿Qué alternativa?’’. En Globalización Agricultura y Pobreza. Comp. Francois Houtart. 9-32 Quito Abya Yala.
- Montagut X y Dogliotti F. (2006) Alimentos Globalizados. Soberanía Alimentaria y Comercio Justo. Barcelona .Editorial Icaria Antrazyt.
- Orduna Jorge. (2005) ONG. Las mentiras de la ayuda. Quito Ecuador. Sur Editores.
- Pelton , Strutton , Lumpkin . (2005) Canales de Marketing y Distribución Comercial. Un Enfoque de administración de Relaciones. México DF. Mc Graw Hill Interamericana.
- Ponce Javier. (2007) La Apuesta Campesina por la Agro Ecología. Los productores bananeros están en el Comercio Justo.
- Porter Michael. (2006) Estrategia y ventaja competitiva. Barcelona. Ediciones DEUSTO.
- Perona Nélide. (2001) Desde la Marginalidad a la Exclusión Social una Revisión de los Conceptos. Revista. Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, 2001, vol. 7 n° 2 (mayo-agosto), pp. 35-48

Ranson David (2002) Comercio Justo: Doble Comercio. Barcelona INTERMON OXFAM.

Reijes Carola. (2001). Síntesis de los aportes del foro preparatorio al evento Comercio Justo. Comercio Justo, Consumo Ético Trueque y Moneda Social. Memoria del Encuentro realizado en Lima del 15 a 17 Marzo 2001.

San Andres José. (1961) Recopilación de Leyes, Estudios y Estadísticas del banano Ecuatoriano. Guayaquil Ecuador.

Sen Amartya y Kliksberg B. (2007). Primero la Gente. Una Mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado. Barcelona. Ediciones DEUSTO

Thompson y Strickland (2004) Administración Estratégica Textos y Casos 13ª Edición. Mac Graw Hill. México DF.

Vizcarra Gastón. (2002). El Comercio Justo. Una Alternativa para la Agroindustria Rural de América Latina. FAO Oficina Regional para América Latina y El Caribe.

UROCAL. (2006) Por la Equidad de Género. Área de Proyectos UROCAL. Machala El Oro.

Artículos de Internet

ESPANICA (2002) Comercio Justo. El comercio Justo Origen y Evolución.
PRESS www.nodo50.org/espanica/cjust.html visitado 14 de octubre 2008.

FLO (2008). Definiciones y Políticas. Exceso de Oferta.
PRESS http://www.fairtrade.net/faqs.html?&no_cache=1&L=1
Visitado 15 de mayo de 2009

GREEN PEACE (2006). ¿Qué es el Consumo Responsable? México.

PRESS <http://www.greenpeace.org/mexico/campaigns/consumidores/iquest-qu-eacute-es-el-consu> Visitado 14 de mayo 2008

MAGAP a MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA ACUACULTURA Y PESCA DEL ECUADOR (2005). *Distribución de la superficie cosechada de banano por provincias.*

PRESS <http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/superficie%20provincia.htm>.

Visitado 4 de febrero 2008

MAGAP b MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA ACUACULTURA Y PESCA DEL ECUADOR. (2005) *Estructura Productiva del cultivo de Banano.*

PRESS <http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/estructura.htm>

Visitado 4 de febrero de 2008

Guía de Entrevistas

Entrevista 1: Erasmo León. Técnico de UROCAL

Entrevista 2: Joaquín Vázquez. Presidente de UROCAL.

Entrevista 3: Carlos Inga. Técnico de UROCAL

Entrevista 4: Productor Patricio Ávila

Entrevista 5: Productor Vidal Enrique Sánchez.

Entrevista 6: Productor Johny Rigoberto Caisaguano Paguay.

Entrevista 7: Natividad Nagua Esposa de productor.

Entrevista 8: Geoconda Mendieta. Técnica UROCAL

Entrevista 9: Alfredo Cortés y su esposa Natividad Nagua e intervención de Carlos Inga