

Asociaciones de pequeños productores y exportaciones de banano orgánico en el valle del Chira*

Alan Fairlie Reinoso – PUCP**

El banano orgánico es un producto diferenciado (en relación a los productos convencionales) que se dirige a un nicho específico de mercado. En el Perú, la producción y la exportación de este producto es una actividad reciente.

La producción se localiza en la zona norte del país, en las regiones de Tumbes, Piura y Lambayeque, donde existen 3.414 hectáreas certificadas (80% concentradas en Piura). La principal zona de agroexportación de banano orgánico en Piura se ha desarrollado en el valle del Chira.

En esta región existen distintas organizaciones de pequeños productores que, en promedio, tienen propiedades de menos de tres hectáreas y que se vinculan a la actividad exportadora (indirectamente) a través de la cadena de banano orgánico. La exportación propiamente dicha está a cargo de instituciones relacionadas con empresas extranjeras.

Sin embargo, en los últimos años las asociaciones y redes de asociaciones de productores han ido diversificando su participación en el proceso productivo y aumentando su poder de negociación frente a las exportadoras. Ello ha motivado un importante dinamismo económico que ha transformado el entorno de estas asociaciones, constituyéndose en casos de desarrollo rural exitoso.

El objetivo del estudio fue analizar, desde un enfoque multidisciplinario, los principales factores que explican el éxito, así como los problemas que enfrentan para su desarrollo las asociaciones de productores de banano orgánico del valle del Chira¹. Para ello, se visitó estas asociaciones y se realizó encuestas aleatorias a los productores, entrevistas no estructuradas a diferentes agentes involucrados en el tema,

«...existen distintas organizaciones de pequeños productores que, en promedio, tienen propiedades de menos de tres hectáreas y que se vinculan a la actividad exportadora»



Foto CIES

El objetivo del estudio fue analizar los principales factores que explican el éxito, así como los problemas que enfrentan para su desarrollo las asociaciones de productores de banano orgánico del valle del Chira.

así como grupos focales a productores y dirigentes de las asociaciones.

Aunque hay consenso en el objetivo de exportar directamente, esta investigación trata de mostrar cómo algunas asociaciones lo lograron y otras no, así como las limitaciones que deberían ser resueltas para que esta experiencia exportadora exitosa pueda multiplicarse.

* Esta investigación ha sido elaborada en el marco del proyecto "Comercio y Pobreza en Latinoamérica" (COPLA), implementado en el Perú por el Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES). COPLA es financiado por el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido (DFID) a través del Overseas Development Institute (ODI). Para mayor información favor visitar: www.cop-la.net.

** Profesor Principal del Departamento de Economía y miembro del directorio del Cisepa de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Coordinador del Nodo Andino de la Red Latinoamericana de Política Comercial (LATN).

1/ El área de estudio fue la provincia de Sullana, específicamente los distritos de Marcavelica, Querecotillo y Salitral. Para realizar el trabajo de campo se consideró visitar 10 asociaciones: cinco asociaciones de la Red de Productores de Banano Orgánico de Comercio Justo - Perú (Repeban CJ- Perú) y cinco asociaciones de la Central de Pequeños Productores Piuranos de Banano Orgánico (Cepibo).



Las tierras de Sullana son adecuadas para la siembra de banano debido al clima tropical y húmedo.

Ámbito de estudio

En cuanto al nivel de desarrollo, Sullana ocupa el puesto 46 de las 195 provincias peruanas. Haciendo un análisis a nivel distrital, se observa que las asociaciones objeto de este estudio se ubican en distritos que poseen indicadores de desarrollo menores al nivel provincial.

Sullana es la segunda ciudad más importante de la región Piura y aunque goza de un importante movimiento comercial e industrial, su principal actividad es la agrícola. Sullana posee una gran zona agrícola gracias a la presencia del río Chira. Además, la ejecución de la primera etapa del Proyecto Chira-Piura permitió ampliar la frontera agrícola debido al mejor manejo del recurso hídrico.

Las tierras de Sullana son adecuadas para la siembra de banano debido al clima tropical y húmedo, así como a la ausencia de Sigatoka Negra (lo que permite la producción con técnicas orgánicas), plaga que afecta a este cultivo en otras partes del mundo. Hace más de 30 años se produce banano en el valle del Chira. Sin embargo, es solo a finales de la década de 1990 que empezó la conversión hacia el cultivo del banano orgánico.

«Hace más de 30 años se produce banano en el valle del Chira. Sin embargo, es solo a finales de la década de 1990 que empezó la conversión hacia el cultivo del banano orgánico»

Las exportaciones de banano orgánico crecieron significativamente entre 2000 y 2007, tanto en términos de valor (de US\$ 264 mil a US\$ 31 millones), como de volumen (de 856 toneladas a 64.586 toneladas). Los principales destinos de exportación son la Unión Europea (Holanda y Alemania), EE.UU. y Japón.

Es importante resaltar que el aumento de exportaciones de este producto involucra las zonas de menor desarrollo relativo de la provincia y que de manera creciente participan en el sistema de Comercio Justo (CJ). Este sistema busca la equidad en el comercio internacional, ofreciendo a los productores y trabajadores de productos agrícolas mejores condiciones comerciales.

Bajo el sistema de CJ, existen criterios respecto a la forma de comercialización del banano orgánico (descripción del producto, relación contractual estable y a largo plazo, fijación del precio y prima, requisitos de calidad, condiciones de embarque, entre otros). Los principales beneficios que reciben las asociaciones de pequeños productores al entrar al sistema son dos: 1) precio mínimo destinado a cubrir los costes medios de producción y 2) las asociaciones reciben un premio de US\$ 1 por cada caja de plátanos.

El impacto directo de los beneficios del sistema de CJ se evidencia con el acceso al crédito (por parte de las asociaciones que reciben la prima) en condiciones más favorables y al acceso a capacitación técnica (financiado con el dinero del premio). También existe un impacto indirecto que se refiere al beneficio que obtienen los productores a medida que sus asociaciones van desarrollando poder de negociación ante los intermediarios, mejoran su capacidad organizativa, logran el avance en la cadena de valor, así como la mejora de la infraestructura productiva y de los servicios locales.

Las asociaciones y conversión al banano orgánico

Se observa heterogeneidad entre las asociaciones en relación a las hectáreas promedio por agricultor, la tenencia de la certificación de CJ y la central de asociaciones a la que pertenecían. Del conjunto de las 10 asociaciones seleccionadas, hubo seis con CJ.

La edad promedio del agricultor es de 50 años, siendo la mayoría de sexo masculino. Las mujeres generalmente no ocupan cargos directivos dentro de la asociación. Respecto a la carga familiar de los agricultores, se observa que en promedio tienen dos familiares dependientes (esposa y/o hijos menores de edad) a su cargo.

«Se aprecia que existe un alto número de agricultores con educación primaria (41%), siendo los porcentajes con educación secundaria (29%) y superior (17%) menores. Los agricultores sin ningún tipo de educación representan el 13%. Se aprecia que en aquellas asociaciones con Comercio Justo la tasa de educación superior es mayor al promedio (30%)»

En cuanto al grado de instrucción, se aprecia que existe un alto número de agricultores con educación primaria (41%), siendo los porcentajes con educación secundaria (29%) y superior (17%) menores. Los agricultores sin ningún tipo de educación representan el 13%. Se aprecia que en aquellas asociaciones con CJ la tasa de educación superior es mayor al promedio (30%).

En el acceso a servicios básicos se observa que aquellas con CJ tienen un alto nivel de acceso, mientras que en las que no cuentan con CJ es bajo. Esto se debería a que en este último caso se trata de asociaciones alejadas de las capitales distritales y de los centros poblados más importantes.

En relación a la extensión de tierras, se aprecia que aquellas asociaciones más organizadas, con mayor avance en la cadena productiva y que cuentan con CJ poseen un mayor número de hectáreas por productor.

Sobre la conversión al banano orgánico, la mayoría de los productores y de los dirigentes resalta la importancia de un programa estatal y de las empresas exportadoras para la conversión a este cultivo orgánico.

Las redes del Estado facilitaron el acceso a insumos como el abono orgánico a través del crédito y de capacitaciones sobre su utilización a los primeros agricultores que se cambiaron a la producción orgánica. Sin embargo, existieron limitaciones, como su ruptura al fracasar los intentos de exportación a través de una empresa estatal.

La actual ausencia de las redes de apoyo estatales deja como única alternativa para el agricultor establecer

redes con las empresas, las que no siempre resultan beneficiosas. En muchas oportunidades, las estrategias de conversión asumen la forma de una iniciativa individual de los agricultores, pero con desventajas frente a las que cuentan con un mayor número de redes de apoyo.

El desarrollo de estrategias de conversión comprende diferentes resultados para los agricultores al aprovechar oportunidades y negociar limitaciones. La mayoría de agricultores utiliza las posibilidades de acceso al mercado orgánico internacional como respuesta a las malas condiciones del mercado nacional. Las formas de conversión movilizan redes con el Estado, con las empresas y entre los agricultores, y desarrollan estrategias de conversión por fracciones de hectáreas y con cultivos múltiples, por ser las más adecuadas, ya que exigen menos inversión de dinero y de tiempo y ofrecen una mejor productividad.

El momento de la conversión influye en la cantidad y en la calidad de redes de apoyo que movilizan los agricultores para la conversión. Las influencias se pueden expresar en dos posiciones con mejores y peores resultados. Las posiciones menos favorables comprenden la falta de redes de apoyo de agentes externos, y la mayor importancia de estrategias individuales de los agricultores para conseguir abono, certificaciones y capacitaciones. Las posiciones más favorables contienen varias redes de apoyo con el Estado y con las empresas para la conversión, pero también expresan la influencia negativa de la ruptura de estas redes para mantener el cultivo orgánico.



Foto CIES

El desarrollo de estrategias de conversión comprende diferentes resultados para los agricultores al aprovechar oportunidades y negociar limitaciones.

Ingresos y costos

En cuanto a la estructura de ingresos, se observa que la cuenta más importante es aquella correspondiente a la venta de la producción destinada al mercado exterior y, en segundo lugar, a la venta de la fruta de descarte en el mercado local.

Por el lado de los costos, los principales rubros son los correspondientes a insumos y a mano de obra. Los principales insumos son los abonos y otros fertilizantes orgánicos permitidos (guano de isla, sulfomag y sulfato de potasio). Por ello, la subida de los precios de los abonos y de los fertilizantes es la principal preocupación de los productores en las encuestas realizadas. Estos tres insumos representan el 43% del total de costos de un productor en un año. Las asociaciones están haciendo los esfuerzos necesarios para abaratar los costos de los fertilizantes haciendo compras conjuntas. Por su parte, el costo de mano de obra representa el 23% de los costos totales.

Haciendo los descuentos correspondientes, se obtiene que el total de ingreso neto que recibe un productor de banano orgánico en una hectárea es de S/. 8.489 anuales, por lo que el ingreso neto mensual es de S/. 707,42.

Al comparar los costos de producción del banano convencional y del banano orgánico se observa que este último tiene costos de producción mucho más altos. Sin embargo, este costo se ve compensado con los altos precios que pagan los mercados de exportación. Así, resulta que el ingreso neto anual de los productores de banano orgánico es 50% superior al de los productores de banano convencional.

Para el productor el margen de utilidad neto calculado fue de S/. 5,53 por caja de banano orgánico producido, mientras que en el caso del exportador este asciende a S/. 12. Debido a esto, existe un creciente interés de las asociaciones de productores por avanzar en la cadena de valor y por exportar ellos mismos.

En cuanto al financiamiento de los costos de producción, existe un importante sector (58%) de productores encuestados que tiene acceso a créditos privados. Estos créditos son principalmente provistos por la Caja Municipal de Sullana (42%) o por algunos bancos comerciales con presencia en la ciudad de Sullana (8%). El resto de estos productores generalmente adquiere préstamos

«En cuanto a la estructura de ingresos, se observa que la cuenta más importante es aquella correspondiente a la venta de la producción destinada al mercado exterior y, en segundo lugar, a la venta de la fruta de descarte en el mercado local»

por parte de la exportadora que hace el descuento respectivo en la cosecha siguiente.

Cabe mencionar que la certificación orgánica es un aspecto muy importante a ser tomado en cuenta por los productores debido a que garantiza que se pueda exportar a mercados internacionales con los precios vigentes de este tipo de producto a nivel del sistema de CJ. Que una asociación maneje su propio certificado muestra que posee un alto desarrollo como para asumir los costos y las gestiones que esto implica. Además, la posesión de la certificación otorga poder de negociación a las asociaciones al momento de vender sus productos. La propiedad de los certificados varía según los tipos de asociaciones. Aquellas con CJ manejan los certificados, mientras que las que no poseen CJ la certificación es manejada en su mayoría por la central a la que pertenecen.

Cadena de producción y comercialización

Se observa que en la cadena productiva de banano orgánico intervienen distintos actores desde la



Foto: Flickr.com

Haciendo los descuentos correspondientes, se obtiene que el total de ingreso neto que recibe un productor de banano orgánico en una hectárea es de S/. 8.489 anuales.

2/ En relación a los ingresos, la fruta que no cumple con los estándares de exportación es vendida al mercado local y representa solo el 5,85% del total de ingresos recibidos en un año.

producción hasta que el producto llega a manos de los consumidores. A modo de síntesis, se puede señalar que en la etapa de producción intervienen las empresas certificadoras, los proveedores de insumos y las instituciones de apoyo del sector público, mientras que en la etapa de exportación intervienen empresas navieras e instituciones de servicios. Previo a la exportación, la producción pasa por el empaque, donde participan empresas de la industria plástica. Por último, una vez el producto es importado, interviene el mayorista madurador, quien destina los productos hacia los supermercados o hacia las tiendas de productos orgánicos.

Cabe precisar que la producción de banano orgánico se orienta básicamente al mercado internacional, donde los estándares establecidos en torno a la calidad y a la presentación (incluido el tamaño) son altos. Aquella fruta que no cumple con los estándares establecidos es descartada y devuelta a los productores para que sea distribuida al mercado nacional (Sullana, Piura y Lima) y/o para el autoconsumo. El descarte puede llegar a 19 cajas mensuales por hectárea, en promedio, según los cuidados y las técnicas de cultivo que el productor aplique.

En el caso de las asociaciones con CJ se observa que el principal flujo de relaciones económicas ocurre entre el productor y la asociación. La asociación proporciona la certificación orgánica, provee asistencia técnica, compra insumos en conjunto, ofrece préstamos sin interés u otorga las garantías necesarias para acceder al financiamiento, así como asume las labores de cosecha y de empaque. Todas estas actividades son financiadas con la prima de CJ. Los productores se encargan de contratar mano de obra para las labores agrícolas, siendo el agua provista por la Junta de Usuarios de Riego de la localidad.

Por su parte, en las asociaciones sin CJ el principal flujo de relaciones económicas ocurre entre el pro-

«Al comparar los costos de producción del banano convencional y del banano orgánico se observa que este último tiene costos de producción mucho más altos. Sin embargo, este costo se ve compensado con los altos precios que pagan los mercados de exportación»



Foto: Flickr.com

La producción de banano orgánico se orienta básicamente al mercado internacional, donde los estándares establecidos en torno a la calidad y a la presentación son altos.

ductor individual y la exportadora. El productor realiza las labores de cultivo, mientras que la empresa exportadora le facilita la obtención de abonos y de fertilizantes, asistencia técnica, financiamiento y certificación orgánica. La empresa también contrata mano de obra para que realice las cosechas y la poscosecha. En este contexto, la asociación no desempeña un papel relevante en la cadena productiva.

Redes

La evolución de redes de apoyo a brechas con el Estado define parte de las estrategias de producción orgánica de los agricultores. Incluso, los agricultores con mejor posición pertenecen a las asociaciones más antiguas y desarrolladas con acceso al Comercio Justo (Appbosa, Apoq, APROBOVCHIRA), pues sus estrategias de conversión movilizaron redes de apoyo del Estado, y ahora su respuesta frente al alza de costos cuenta con los recursos de la asociación. Por el otro lado, los agricultores de las asociaciones más jóvenes (Uboic, Apbosa), no contaron con este programa de apoyo para la conversión. Aunque consiguieron la inserción al mercado orgánico, estos agricultores aún no se recuperan de la gran inversión que hicieron de manera individual.

Además, la creación más reciente de sus asociaciones comprende todavía las gestiones para acceder al premio CJ y contar con mejores recursos para responder al problema de productividad de sus socios. Por ello, estos agricultores responden al alza de costos del abono orgánico a través de servicios puntuales de las empresas. La mayoría de estrategias de los agricultores adoptan formas individuales o movilizan redes entre ellos y con las empresas. Por lo tanto, existe una amplia heterogeneidad en las posiciones de los



Las redes de los agricultores que persiguen diversos objetivos para la exportación expresan importantes diferencias en sus posiciones en la cadena productiva.

agricultores y sus asociaciones según sus propios recursos y capacidad de negociación con las empresas. Esta situación influye en la siguiente etapa de la comercialización, donde las redes entre agricultores, sus asociaciones, y las empresas definen su inserción en la cadena de exportación.

Las redes de los agricultores que persiguen diversos objetivos para la exportación expresan importantes diferencias en sus posiciones en la cadena productiva. A través de las etapas de producción y de comercialización se pudo observar las estrategias llevadas a cabo por los agricultores para conseguir objetivos como la conversión, la fertilización, establecer contratos con empresas, tener acceso a certificados, y la cosecha y el empaque.

La etapa de producción se concentró en un primer momento en la conversión y, posteriormente, en las redes de apoyo se clausuraron. Existen importantes problemas de producción para los agricultores

«Se evidencia que lo que mantiene unidos a los productores es un interés económico, aspecto sobre el que se sustenta la organización. Aun en los casos en los que se habla de “incidencia política”, se busca atraer la atención de los Gobiernos Locales y Regionales para la inversión en mejores condiciones para la exportación»

como mejorar la fertilización y la productividad. Sin embargo, las estrategias para el abonamiento cuentan con pocas redes de apoyo por lo que el logro de una fertilización adecuada es poco recurrente entre los agricultores. Igualmente, en esta etapa la mayor productividad parece determinarse principalmente por el aumento de factores individuales como el tamaño, la calidad de la tierra y la dedicación al cultivo. No existe una estrategia más clara de redes de apoyo.

Esto contrasta con una importante participación de la asociación en las estrategias para conseguir mejores posiciones en la cadena de comercialización. De esta manera, el desempeño de la asociación para acceder al premio y a la certificación del Comercio Justo y cambiar los contratos con las empresas son factores importantes que definen el próximo avance a la cosecha y al empaque. Mas aún, la asociatividad es una exigencia para el avance y posee amplias ventajas como la negociación de manera colectiva con las empresas, para enfrentar los mayores costos y exigencias del acceso al Comercio Justo.

Asimismo, otro factor compite en importancia para mejorar posiciones en la exportación: se trata del acceso al premio del Comercio Justo. Este es un factor dinamizador de la asociatividad ya que lo coloca como requisito y permite el acceso a recursos para fortalecerse y cumplir papeles más importantes. Las asociaciones deben tener una buena capacidad de administración de dichos ingresos para que influyan de manera positiva en la exportación. Donde el acceso al certificado o al premio no es directo, las asociaciones se encuentran ejerciendo papeles tímidos y de poca influencia en las posiciones de los agricultores en la exportación.

A manera de conclusión, la etapa de producción muestra condiciones comunes a la mayoría de asociaciones, como la baja productividad y la fertilización. También se expresan los inicios de los procesos de diferenciación entre asociaciones y agricultores, según las condiciones de su conversión al banano orgánico. Sin embargo, la etapa siguiente de la comercialización muestra una mayor diversidad de posiciones entre las asociaciones, según sus estrategias de obtención de certificados, contratos con las empresas y avance en la cadena. Al final, los resultados de ambas etapas interactúan e influyen en la continuidad de posiciones favorables o desfavorables desde el inicio hasta la actualidad.

Características de las asociaciones

Finalmente, se sistematizan algunas características de las asociaciones, tales como objetivos, liderazgo,

«Existe una relación ingreso-costo positiva para el productor de banano orgánico que participa del Comercio Justo y esta supera los rendimientos que alternativamente otorga el banano convencional gracias a una combinación de factores»

toma de decisiones, acción colectiva y su relación con el Estado.

Se evidencia que lo que mantiene unidos a los productores es un interés económico, aspecto sobre el que se sustenta la organización. Aun en los casos en los que se habla de "incidencia política", se busca atraer la atención de los Gobiernos Locales y Regionales para la inversión en mejores condiciones para la exportación como por ejemplo en infraestructura.

Sin embargo, el interés de las asociaciones por asumir (indirectamente) un papel solidario en servicios de agua, salud y educación, implica que los productores posean intereses que van más allá de lo económico, pasando a un nivel de desarrollo social. Esto aseguraría una mayor permanencia de las asociaciones, no solo por nuevos objetivos, sino porque consolida su legitimidad.

Las ventajas en la promoción de una mayor organización y acción colectiva, permitirá la cooperación entre los socios y la visión de que el beneficio de "uno es también el de todos". Para ello plantean pasar a un segundo nivel en la que el agricultor no solo pueda satisfacer sus necesidades básicas, sino también otros intereses, como educación. Esto requiere una mayor capacidad de incidencia en las políticas y, eventualmente, participar en la implementación de las mismas desde la obtención de un cargo en órganos de gobierno del Estado.

Balance

El estudio permitió identificar el consenso que existe entre los productores en el objetivo de avanzar en la cadena productiva, hasta llegar a exportar directamente. Se ha podido documentar la experiencia de asociaciones que han logrado tal condición, hasta aquellas que se encuentran en las primeras fases del cultivo de banano orgánico. Y, en

el medio, una amplia gama institucional que abarca tanto a aquellos que han logrado ingresar al sistema de Comercio Justo, como a los que no.

Existen limitaciones objetivas, materiales. El tamaño de la tierra es muy pequeño, lo que impide el aprovechamiento de economías de escala para volúmenes de producción significativos a nivel internacional. Asimismo, existen deficiencias respecto a las condiciones del cultivo (agua, fertilizantes, etc.) y factores institucionales (certificación orgánica) que parcialmente han sido solucionadas por las asociaciones. Un problema fundamental es el de la educación y la limitada existencia de cuadros técnicos, que impiden el suficiente conocimiento de las técnicas, de la gerencia y del mercado internacional, para que la exportación directa sea algo masivo.

Existe una relación ingreso-costo positiva para el productor de banano orgánico que participa del Comercio Justo y esta supera los rendimientos que alternativamente otorga el banano convencional gracias a una combinación de factores. De un lado, la eficiencia individual de los productores. Pero también hay factores exógenos, como el precio del guano, que lo fija el Estado, de los fertilizantes importados, que aumentan de precio, y el retraso cambiario, que merma sus ingresos. Esto hace que sus márgenes de ganancia sean limitados, y que exista un contraste con el margen mucho mayor que tienen el exportador y el comercializador en Europa. En ese sentido, entrar al régimen de Comercio Justo con las condiciones que este establece, constituye un avance importante para los productores. Pero también hay un porcentaje sustancial de ganancia potencial, hoy apropiado por los intermediarios, que los productores-exportadores buscan tener en el futuro.



Foto Mincetur

Entrar al régimen de Comercio Justo con las condiciones que este establece, constituye un avance importante para los productores.

Hay cadenas de articulación que varían según la tipología que se ha presentado, y también es muy diverso el rol de las asociaciones y su participación en redes para el éxito de las experiencias. Tanto en el manejo de la compra y administración de los insumos y la certificación, como en los límites y alternativas que se plantean en torno a la comercialización. Hay factores legales/institucionales que a veces aparecen como una restricción fundamental. En la fase inicial, para las asociaciones menos desarrolladas es muy difícil acceder a las certificaciones. Pero, al mismo tiempo, se convierten en el factor movilizador para pasar a un estado superior. Y, para aquellos más avanzados, también hay un problema en la exportación directa debido a los contratos que los atan a las comercializadoras por un período determinado de tiempo que se renueva (a veces automáticamente).

Las asociaciones han sido muy importantes en las diferentes fases de la cadena productiva y de la experiencia exportadora, lo que se ha tratado de detallar en el trabajo. Pero también cubren vacíos del Estado y se les demanda tareas que van más allá de su función original. Especialmente los temas de educación y de capacitación aparecen como una demanda central, junto con temas de salud y de satisfacción de necesidades básicas. Solo en un segundo momento aparece el tema de la infraestructura como prioridad. Las asociaciones más avanzadas han logrado cumplir con éxito una cartera de actividades que abarca integralmente estos temas. Asimismo, existe una preocupación por la formación de cuadros técnicos, especialmente entre los jóvenes y mujeres que tienen un rol creciente en la parte administrativa y de organización de las asociaciones. Lo que en el proceso productivo puede parecer un rol marginal, o en la misma composición de las directivas de las asociaciones, se convierte en un papel protagónico en la parte administrativa y de gestión de aquellas más avanzadas. Son estas asociaciones las que en mayor proporción han logrado asalariar personal más calificado, a pesar de que este muchas veces sigue siendo familiar.

«Las asociaciones han sido muy importantes en las diferentes fases de la cadena productiva y de la experiencia exportadora, lo que se ha tratado de detallar en el trabajo. Pero también cubren vacíos del Estado y se les demanda tareas que van más allá de su función original»



Foto: Flickr.com

El trabajo de campo y el análisis de redes muestran que el rol de las asociaciones no ha sido tan significativo como en la fase de comercialización.

La dinámica de cada asociación parece responder adecuadamente a sus propias peculiaridades (número de socios, dotación de capital, recursos de sus miembros, etc.), y se ha encontrado una identificación de productores y dirigentes en la percepción y acciones a tomar sobre los principales problemas. Parece plausible un mayor nivel de coordinación entre los gremios de asociaciones, en torno a objetivos y reivindicaciones mínimas, lo que aumentaría su poder de negociación frente al Estado y a las intermediarias.

Frente al Estado, especialmente en lo que se refiere a la compra de insumos, el trabajo de campo y el análisis de redes muestran que el rol de las asociaciones no ha sido tan significativo como en la fase de comercialización. En el caso del guano, basta una decisión política para reducir el precio de un insumo fundamental y no parece tan difícil de conceder. Igualmente, se podría negociar conjuntamente el impulso de obras de infraestructura y mejoras en los servicios y en la provisión de bienes públicos por parte de los Gobiernos Locales y Regionales.

En relación a los intermediarios, la situación es más compleja. Es diferente la situación en la que solo la asociación tiene la certificación y el poder negociador, de aquellas en las que también se ha descentralizado para los productores. Mucho depende del grado de desarrollo y del avance de los productores en la cadena de valor. Lo ideal sería que las asociaciones ayuden a que paulatinamente la provisión de bienes y de servicios que dan los intermediarios sea sustituida por proveedores locales bajo el control de los productores y sus asociaciones. Solo en esa medida se podrá tener la posibilidad de negociar con diferentes intermediarios, tratando de maximizar el premio

por Comercio Justo. Las asociaciones más avanzadas podrían transmitir su experiencia sobre cómo lograron un manejo adecuado de los cultivos, de los costos y de la productividad.

Una de las principales variables que explica la legitimidad de las asociaciones se refiere a que han logrado (en el caso de las más avanzadas) proveer bienes y servicios que trascienden el proceso productivo y de comercialización del banano orgánico. Es fundamental que se sigan haciendo en la medida de lo posible proyectos sobre educación, salud y otros, que mejoran la calidad de vida de los asociados. Esto puede ser utilizado también como un legítimo factor de presión para demandar al Estado en sus distintos niveles que cumpla con su función de provisión de servicios básicos e infraestructura. Además, se podría plantear con la autoridad de la acción eficiente emprendida que las asociaciones participen en diferentes niveles en el proceso de diseño, de implementación y de gestión de proyectos de inversión pública. Lamentablemente, los resultados de gestión con las autoridades no han sido los más satisfactorios, lo que ha llevado al planteamiento por parte de varios productores de las asociaciones entrevistadas a buscar una participación directa en la actividad política, postulando a cargos de representación directa (municipios, parlamento) como un mecanismo para poder cumplir con sus objetivos. Existe, sin embargo, una amplia gama de acciones que si suceden de manera coordinada entre las asociaciones podrían ir logrando mejoras paulatinas en la atención del Estado a sus demandas.

Se considera viable una masificación de la exportación de banano orgánico si se toma en cuenta lo encontrado en el trabajo de campo de esta investigación. A la meta de exportación directa ya comentada, se suma la existencia objetiva de un proceso de diversificación de la cadena productiva por parte de diferentes asociaciones de productores. El mismo camino está comenzando a ser recorrido por otras que se han incorporado más tarde a la producción. Se aprecia, entonces, la coexistencia simultánea de distintos procesos y grados de avance que gradualmente van pasando a etapas superiores. Esto se consigue cuando se logra ingresar a la producción de Comercio Justo. Para que se complete con éxito este proceso, no solo deberían perfeccionarse los mecanismos institucionales de las asociaciones, sino profundizar su coor-

dinación y acción conjunta. También es fundamental que los Gobiernos Locales y Regionales, así como la Administración Central dicten algunas medidas e iniciativas que se han señalado, que pueden impulsar el proceso. Lo que se ha conseguido hasta ahora no ha sido gracias, sino a pesar de las autoridades, lo que sugiere un gran potencial si hubiera una actitud más proactiva desde el Estado.

El Comercio Justo ha jugado y jugará en los próximos años un rol fundamental en este proceso, pero en una situación futura en la que hipotéticamente todos los productores lleguen a la fase superior, el propio éxito puede llevar a un conflicto con los intermediarios por la apropiación del excedente de estos, si se colocara directamente la producción en los mercados de destino. Pero este escenario tomará algunos años, lo concreto es el éxito producido hasta el momento.



Es fundamental que se sigan haciendo en la medida de lo posible proyectos sobre educación, salud y otros, que mejoran la calidad de vida de los asociados.