Comercio exterior e inversión extranjera

Los pequeños productores dominicanos de café, cacao y banano de Comercio Justo

Marco Coscione*

Entre abril y diciembre de 2010, la Fundación Global condujo la primera investigación nacional sobre las experiencias dominicanas de Comercio Justo (en adelante CJ). Un ámbito de investigación hasta el momento muy poco conocido y que aún no ha logrado captar de manera decisiva la atención ni de las autoridades públicas ni de las universidades o centros de estudio. Fruto de este trabajo de investigación es la puesta en circulación de la publicación "Comercio Justo en la República Dominicana: café, cacao y banano", editada por la misma Funglode en marzo de 2011.

Siendo la primera publicación que introduce, de manera orgánica, las temáticas del movimiento por un comercio con justicia en el panorama institucional, académico y de las organizaciones de la sociedad civil de la República Dominicana, su enfoque es sobre todo cualitativo. Sin embargo, también recoge los principales elementos cuantitativos útiles para proporcionar una idea clara de la dimensión e incidencia de estas experiencias "local-globales".

Al momento de las entrevistas (junio-julio de 2010), en el país existían 15 organizaciones de productores cuyos productos están certificados por la *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO), la organización internacional "paragua" que actualmente propone un sello de CJ, marca identificable por el consumidor, a través de la cual cada se puede reconocer un producto como "producto justo". FLO está integrada por

* En el anterior número de la Revista, el autor delineaba las respuestas del Comercio Justo a las imperfecciones o barreras del mercado tradicional. El presente artículo, el autor resume brevemente los contenidos de su investigación ''Comercio Justo en la República Dominicana: café, cacao y banano''. Para más informaciones y para conseguir el libro: m.coscione@funglode.org.

24 miembros: tres redes de productores (América Latina y el Caribe, Asia y áfrica); 19 iniciativas nacionales de sello que cubren un total de 23 países (18 europeos, más Estados Unidos, Canadá, Japón, Australia y Nueva Zelandia; dos organizaciones de marketing, una en la República Checa y una en Sudáfrica. Y también dos miembros asociados: Comercio Justo México y Fairtrade Label South Africa[1].

Sin embargo, de las 15 organizaciones dominicanas, en el mes de julio de 2010, nueve conformaban la Coordinadora Dominicana de Pequeños Productores de Comercio Justo (COORDOM), creada en enero de 2006 con el objetivo de ofrecer a los pequeños productores un espacio para la discusión y la toma de decisiones a nivel nacional. En este sentido, la investigación concentró su atención en los nueve miembros de la Coordinadora, incluyendo otro caso para el rubro del cacao (Junta Agroecológica Campesina de Salcedo – Junacas).

Organizaciones dominicanas de productores certificadas por FLO (12/2009)		
Café	Cacao	Banano
Miembros de la Coordinadora (julio de 2010)		
Coscafé	Conacado	Aprobano (Finca 6)
Fedecares	Fundopo	Asoarac
Junta Monseñor Romero		Banelino
		Coopprobata
No miembros (julio de 2010)		
	Junacas	La Santa Cruz
	Cooproagro	Asobanu
		Máximo Gómez
		Asexbam

El total de pequeños productores de CJ, que al mes de julio de 2010 conformaban la Coordinadora Dominicana, **alcanza los 18,413.** Sin embargo, si a este número le sumamos los productores de Junacas (72), de Cooproagro (1,700) y de la Asociación "La Santa Cruz" (116), que durante la investigación estaban en proceso de entrar a la Coordinadora, el total (20,301) superaría entonces los 20 mil productores. Considerando los datos de la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo (abril 2008) del Banco Central dominicano y de la Oficina Nacional de Estadísticas, 18,413 pequeños productores corresponderían al 0.43% de la Población Económicamente Activa, al 0.5o% de la Población Económicamente Activa Ocupada, el 1.42% de la Población Económicamente Activa en el medio rural, el 1.61% de los Ocupados en el medio rural y alcanzaría el **3.60% de la Población Empleada en el Sector Agropecuario.** Sin embargo, estas aproximaciones solo se refieren al número de productores y no a toda la población ocupada en las organizaciones de Comercio Justo. Normalmente a un socio o un productor corresponde una finca, sin embarco en esta finca también pueden estar trabajando otros miembros de la familia o amigos, por no hablar de todos los trabajadores jornaleros; además, en las organizaciones de productores también trabajan muchos otros empleados en tareas administrativas, empacadores, transportistas, etcétera.

En este sentido las organizaciones de pequeños productores de CJ reman contra la corriente: **pagan un precio más justo** a los pequeños productores obligando, como en el caso del café, los intermediarios locales a subir sus precios de compra en las relaciones con los productores no organizados; **crean puestos de trabajos dignos**, en un país donde la tasa de desempleo nacional se mantuvo prácticamente constante en la última década y donde, en las zonas rurales, solo menos del 45% de las personas en edad de trabajar tiene un empleo; **pagan un salario digno**, superior al nivel del salario mínimo, cuando en todos los sectores (a excepción de minería, electricidad, gas y agua, y la administración pública) el salario real ha disminuido en un promedio de 1.5 puntos porcentuales entre 1996 y 2007 , y un 25% de la población aún recibe un sueldo inferior al salario mínimo; garantizan seguridad social en un país donde entre la mitad y dos tercios de la fuerza laboral, trabaja en empleos no protegidos.

Invierten en el desarrollo humano y sostenible de sus comunidades: garantizan seguridad alimentaria y alimentan

[1]En diciembre de 2008, 745 Organizaciones de Pequeños Productores u organizaciones con trabajadores contratados y plantaciones estaban certificadas por FLO-CERT. La muestra de 682 organizaciones (en 53 países) considerada en FLO-I (2010: 16), "The Benefits of Fairtrade – 2nd edition. A Monitoring and Evaluation Report of Fairtrade Certified Producer Organizations for 2008", indica que el 37.8% de las organizaciones de pequeños productores, u organizaciones con trabajadores contratados, certificadas se encuentran en Sur América y un 25.4% en América Central. Para el 2008, un millón de personas era miembro o trabajaba en una de las 682 organizaciones consideradas en la muestra. En promedio, una organización de pequeños productores mantenía alrededor de 1,700 miembros, 40 más que en 2007. Solo en el Caribe, FLO calculó un incremento del 143% de los miembros individuales de organizaciones de productores, por un total de 23,000 miembros. En FLO-I (2010: 21), «Documento de consulta para los grupos de interés de Comercio Justo Fairtrade: Revisión de los Criterios de Comercio Justo Fairtrade para Cacao 2010», versión en inglés, <http://www.fairtrade.net/ fileadmin/user_upload/content/170510_Cocoa_Price_Review_Consultation_Doc.doc>.

Número de productores de las organizaciones que en julio de 2010 formaban parte de la COORDOM	
La Junta Monseñor Romero	146
Coscafé	159
FEDECARES	7,000 (aprox.)
Fundopo	734
CONACADO	9,296
Asoarac	92
Banelino	327
Aprobano (Finca 6)	259
Coopprobata	400
TOTAL	18,413

los mercados locales a través de la diversificación de la producción en las fincas; apoyan proyectos educativos apostando por el acceso de los niños y su permanencia en las escuelas, y por la formación profesional de los jóvenes, achicando así la brecha entre la educación urbana y la rural; garantizan el nivel primario de asistencia sanitaria; implementan políticas de cuidado medioambiental claras y comprometidas, tanto a través de la apuesta por la producción orgánica, como a través de proyectos de sostenibilidad ambiental y ecoturísticos en colaboración con diferentes instituciones como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales o el Despacho de la Primera Dama.

Son organizaciones democráticas, toman las decisiones estratégicas en las asambleas de los socios, **respetan la participación de sus miembros e impulsan el protagonismo de las mujeres**. Las políticas de género de estas organizaciones están bastante desarrolladas; sin embargo, es difícil por medir cuantitativamente sus resultados. En FEDECARES (Federación de Caficultores de la Región Sur) se ha logrado el porcentaje más alto de mujeres productoras socias: el 40% del total de los productores. Le siguen la Asociación de Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste - Banelino con un 18.3% y Fundopo (Fundación Dominicana de Productores Orgánicos) con un 15%.

No son organizaciones estáticas y han ido cambiando sus estructuras a lo largo del tiempo, tanto para responder a dificultades de gestión interna o relacionadas con los criterios FLO, o poder asumir más fácilmente otras tareas comerciales (la exportación directa como fue el caso de la Cooperativa Agrícola Los Taínos - Coopprobata), como para responder a los cambios legislativos que se produjeron a nivel nacional (Ley 122-05 sobre regulación y fomento de las asociaciones sin fines de lucro en República Dominicana). La Confederación Nacional de Cacaocultores Dominicanos – CONACADO, por ejemplo, está viviendo un proceso de reestructuración interna para poder responder más eficientemente a las exigencias del mercado, mantener los niveles de la competencia del mercado tradicional y seguir siendo líder en la exportación de cacao orgánico. Fue justamente gracias a la labor de los pequeños productores de la CONACADO que la República Dominicana se impuso a nivel mundial como el principal exportador de cacao de alta calidad. Actualmente, las exportaciones de la CONACADO representan **entre el 25 y el 30% de las exportaciones nacionales**; en 2003-2004, el 92% de todo el cacao dominicano hacia Europa provenía de los productores asociados a la Confederación. Entre 1998 y 2007 el promedio fue de un 70%.

El cacao de CJ es un sector bastante dinámico, a pesar de la fuerte disminución de la demanda a raíz de la última crisis mundial. La necesidad para la CONACADO de replantearse la estructura interna y de comercialización lo demuestra. Es un gran desafío, tanto puede representar un riesgo como una verdadera apuesta.

El sector del banano de exportación también es muy dinámico: el mayor destino sigue siendo Europa (hasta un 95% de los bananos de exportación), sobre todo por la demanda de banano orgánico que hoy, como indican las estimaciones del CEI-RD, es el primer productor agropecuario no tradicional exportado desde la República Dominicana. La producción orgánica ya supera el 60% del área cultivada (en el sur, como pudimos ver en los casos de Coopprobata y de la Asociación de Productores de Banano Orgánico - Aprobano, la totalidad de la producción es orgánica) y recibe diferentes certificaciones: además de la certificación FLO de Comercio Justo, destacan GlobalG.A.P., Rainforest, TNC, NOP y JAS entre otras. Sin embargo, aún falta mucho por hacer en términos de optimización de la distribución del producto, para mantener volúmenes consistentes, y en términos de independización de los productores en el proceso de exportación. A pesar de ello, según varios investigadores de CJ y por los mismos trabajadores del sector, así como el café siempre representó el producto estrella, el banano podría en los próximos años marcar la diferencia, también gracias al nivel elevado de premio social (uno de los principios clave del CJ) que le corresponden (1 dólar por caja de 18.14 kg). Ojalá este futuro crecimiento no se produzca ni a costa del café, un rubro seguramente menos rentable, ni a costa de los mismos pequeños productores de bananos que podrían verse desplazados por el continuo ingreso en los circuitos del CJ de medianos y grandes productores del sector. Este último es sin duda el tema más criticado por parte de las organizaciones de pequeños productores: el sistema FLO ya permitió tanto el ingreso de multinacionales como Nestlé o Starbucks, como el ingreso de las grandes plantaciones. A seguir esta tendencia, afirman todos los productores entrevistados durante la investigación, se distorsionaría el mandato originario del CJ: trabajar con pequeños productores en desventaja económica.

De todas las entrevistas emerge claramente el desafío clave para todas estas organizaciones: aumentar la productividad de las fincas.

Productividad promedio por tarea (junio-julio de 2010)		
Organizaciones analizadas		Promedio nacional
La Junta Monseñor Romero	Entre 45 (la más baja) y 70 libras (la más alta)	40-45 libras
Coscafé	50-55 libras	
FEDECARES	34-40 libras	
Fundopo	40 libras	45-50 libras
CONACADO	Entre 40 (la más baja) y 100 libras (la más alta)	
Junacas	80 libras	
Asoarac	2-2.5 cajas (de 18.14 kg) semanales	2 cajas (de 18.14 kg) semanales
Banelino	1.5 cajas (de 18.14 kg) semanales 2.5 cajas en las fincas en biodiversidad	
Aprobano (Finca 6)	1.5 cajas (de 18.14 kg) semanales	
Coopprobata	2 cajas (de 18.14 kg) semanales	

A pesar de que en algunos casos se supera el promedio nacional, en general, son **niveles de productividad bajos**: en cacao se podría llegar a 150 libras por tarea, en banano a 3 o 4 cajas por semana, en café fácilmente a 80-100 libras por tareas. Como subrayan todas las organizaciones, es sobre todo en este ámbito que debería concentrarse el **apoyo estatal, actualmente aún muy escaso e ineficiente.** De los tres, el rubro del café es el que más apoyo está recibiendo: a través del Consejo Dominicano del Café (Codocafe), creado en virtud del Decreto N.° 154-00 (3 de abril del año 2000), los pequeños productores reciben, entre otros, asistencia técnica, asesorías y capacitaciones, implementan programas de rehabilitación de fincas y reconstrucción de caminos vecinales, y desarrollan Indicaciones Geográficas Denominación de Origen, como es el caso del café "Barrancolí", una marca colectiva para pequeños productores organizados.

Como resultó claramente de las entrevistas, la búsqueda de nuevos clientes y nuevos mercados también es muy importante. Las organizaciones más pequeñas (como por ejemplo Junta Monseñor Romero, Consorcio de seguimiento al cultivo del café – Coscafé, Junacas o Aprobano) no tienen los volúmenes suficientes para diversificar la cartera de clientes. Normalmente, existe un único gran importador. Sin embargo, este tipo de relación puede generar una dependencia peligrosa. En el momento en el cual viene a faltar este importador la situación se complica muchísimo. Coscafé, por ejemplo, para la cosecha 2009/10 no pudo exportar, simplemente porque en la cosecha anterior, la empresa RIVER (único importador) había importado más café y aún le quedaba una cantidad almacenada. Por un lado, entonces, es necesario mejorar la visibilidad de las organizaciones de productores para que otras organizaciones de CJ del Norte las tengan en cuenta al momento de pedir volúmenes de un determinado producto. Por otro, la creación de un "mercado justo" interno (empezando por los clústeres turísticos, hoteles, bares y restaurantes, por ejemplo) es la tendencia hacia la cual justamente están apostando específicamente los productores de CJ, sobre todo latinoamericanos: en el caso dominicano, con los altos volúmenes de consumo internos tanto de café (3.5 kg/hab/año, cuarto país productor, después de Brasil, México y Honduras, por consumo interno) como de banano (31 kg/hab/año, tercer país productor, después de Ecuador y Filipinas), sería más fácil empezar a desarrollar este tipo de consumo. Sin embargo, sin el conocimiento y el reconocimiento efectivo, por parte de las autoridades, del rol que estas organizaciones cumplen en el desarrollo local humano y sostenible, cualquier intento de mejorar la situación de los pequeños productores puede no resultar exitoso.

En este sentido la COORDOM tiene la posibilidad y el deber de convertirse en un actor social fuerte y visible que sea punto de referencia para todo sector que quiera acercase a las experiencias de CJ. Hasta el momento, sus trabajos aún no han despegado, pero los pequeños productores saben que solamente uniendo sus fuerzas podrán seguir defendiendo sus ideas y su manera de producir, justas y solidarias.

En la actualidad, desde República Dominicana solo tres productos se exportan a través de las redes del CJ mundial: café, cacao y banano. Sin embargo, para el futuro se están ya abriendo posibilidades para la exportación de otras materias primas, siempre alimentos: azúcar, aguacates, piñas, mangos y arroz podrían representar algunos de los próximos renglones.

Los beneficios de este tipo de relación comercial son notables, se recogen a lo largo de toda la investigación: el enfoque multidimensional de los criterios del CJ se reflejan claramente en la estrategia de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas e incluso van más allá y alcanzan objetivos que ni los partidos ni las institucionales, tanto locales como nacionales, logran conseguir.

Aquí, solo quiero recordar las palabras del señor Figuereo, miembro de Aprobano, quien durante la entrevista concluyó diciendo: *"Cuando nos preguntan con respecto a los beneficios del Comercio Justo pienso que en realidad no es que hemos tenido beneficios, es que sin el Comercio Justo no podemos vivir. La sobrevivencia de este proyecto depende exclusivamente del Comercio Justo. Es nuestro padre y la tierra nuestra madre"*