

Los beneficios y retos del comercio justo

Los casos de Cosurca (Colombia)
y Banelino (República Dominicana)

MARCO COSCIONE



The Government of
the Republic of Korea



NACIONES UNIDAS

CEPAL

CEPAL

Av. Dag Hammarskjöld 3477

Vitacura, Santiago de Chile

Teléfono: (56-2) 2471 2000 • 2210 2000

publicaciones.cepal@un.org

CLAC

Av. El Boquerón, Calle Ayagualo M-1ª

Ciudad Merliot, Santa Tecla, El Salvador

Teléfono: (503) 2278 4635

info@clac-comerciojusto.org

Autor

Coscione, Marco

Los beneficios y retos del comercio justo

Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino

(República Dominicana).

Copyright © CEPAL-Naciones Unidas y CLAC, 2019.

Este documento, publicado por la CLAC con el apoyo de la CEPAL, fue preparado por Marco Coscione en el marco de las actividades del Convenio entre la CEPAL y la CLAC. A su vez, este documento cuenta con el apoyo del gobierno de la República de Corea en el marco de su Convenio con la CEPAL para el periodo 2017 a 2019 en el tema de exportaciones y desarrollo sostenible.

Los límites y los nombres que figuran en los mapas incluidos en este documento no implican su apoyo o aceptación por las Naciones Unidas. Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad del autor y pueden no coincidir con las de las Organizaciones.



**Ilustración de portada
y diseño editorial**

Carlos Reyes

Los beneficios y retos del comercio justo

Los casos de Cosurca (Colombia)
y Banelino (República Dominicana).

MARCO COSCIONE



Índice

INTRODUCCIÓN	7
1. METODOLOGÍA	11
2. EL CASO DE COSURCA (COLOMBIA)	21
2.2 El impacto comercial del comercio justo etiquetado <i>Fairtrade</i>	32
2.3 Los criterios <i>Fairtrade</i> en ámbito social y de desarrollo	40
2.4 El premio <i>Fairtrade</i> y los beneficios sociales	45
2.5 La inclusión de los jóvenes mediante Unicaminos	51
2.6 El empoderamiento de las mujeres	57
2.7 La construcción de paz en los territorios	59
2.8 Conclusiones	63
3. EL CASO DE BANELINO (REPÚBLICA DOMINICANA)	69
3.1 Contexto y desarrollo de la asociación	69
3.2 El impacto comercial del comercio justo etiquetado <i>Fairtrade</i>	73
3.3 Producción orgánica y en biodiversidad	84
3.4 Los criterios <i>Fairtrade</i> de servicios laborales y migratorios de Banelino	90
3.5 Las inversiones del premio <i>Fairtrade</i>	97
3.6 Los beneficios sociales en educación y salud	102
3.7 La participación de las mujeres y de los jóvenes	109
3.8 Conclusiones	115
4. LOS ÁMBITOS DE IMPACTO EVALUADOS	123
CONCLUSIONES	133
BIBLIOGRAFÍA	137
ENTREVISTAS REALIZADAS	141
ANEXO	144

Introducción

Una de las mayores preocupaciones de los consumidores de productos de comercio justo es saber si sus compras realmente están apoyando a los pequeños productores desfavorecidos y sus comunidades. Para responder a esta preocupación, el movimiento por un comercio justo está llamado constantemente a desarrollar nuevos estudios y análisis de los aspectos positivos y desafíos de su enfoque de desarrollo. Reflexionar sobre los diferentes beneficios y retos del comercio justo para pequeños agricultores organizados es el principal objetivo de este estudio.

Para ello, se eligieron dos de los principales productos certificados *Fairtrade*. Por un lado, el café, principal producto alimenticio dentro del movimiento por un comercio justo y solidario. Fue a partir de este producto que, en 1988, se creó *Max Havelaar*, la primera certificación de calidad de comercio justo. Por otro

lado, el banano, producto gracias al cual se ha logrado dar un impulso importante al involucramiento de los supermercados, especialmente europeos, en las relaciones internacionales de comercio justo.

Para cada uno de estos dos rubros, se escogió un país representativo de la cadena de valor. Colombia es el segundo país después de Perú con más organizaciones de pequeños y medianos caficultores *Fairtrade* en el mundo. República Dominicana, tiene el mayor número de organizaciones de pequeños productores y plantaciones privadas *Fairtrade* a nivel global. A su vez, la investigación se enfocó en el impacto del comercio justo en dos organizaciones de pequeños productores. La primera, la Cooperativa del Sur del Cauca (Cosurca) de Colombia, agrupa once asociaciones de base con más de 1.400 socios. La segunda, la Asociación de Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste

(Banelino) de la República Dominicana, tiene casi 350 socios.

La experiencia de Cosurca se concentra en los aspectos comerciales y la revisión de los principales criterios *Fairtrade* en el ámbito social y de desarrollo, el empoderamiento de las mujeres, la participación de los jóvenes, la propuesta de universidad técnica para el campo y la construcción de paz desde los territorios a través de los cultivos orgánicos y de comercio justo.

El caso de Banelino se focaliza en el desarrollo comercial, los trabajadores migrantes, las inversiones del premio *Fairtrade* en los ámbitos de salud, educación y medioambiente, la participación de mujeres y jóvenes en la organización, y el desarrollo de la producción orgánica en biodiversidad.

En la última parte del estudio, se presentarán los principales hallazgos sobre el impacto del comercio justo para ambas organizaciones. Para ello se analizan varios resultados y productos de la Teoría del Cambio *Fairtrade*, tomados de la metodología que guio el trabajo en terreno y el análisis de fuentes primarias y secundarias.

En el texto se dará amplio espacio a los testimonios directos de productores y sus hijos, así como de los técnicos y profesionales de las dos organizaciones. Estos relatos permiten tener un mejor acercamiento y comprensión del desarrollo de una organización de pequeños productores que participa de los circuitos comerciales promovidos por el sistema *Fairtrade International*.

Este estudio forma parte de la colaboración entre la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), y representa otro paso hacia adelante en la cooperación, entre ambas entidades, cuyo propósito es promover el aporte del comercio justo al desarrollo sostenible de la región.

1. Metodología

En Coscione y Mulder (editores) (2017), la investigadora Sandra Costa revisó varios estudios sobre el impacto social y económico del comercio justo; principalmente en organizaciones de pequeños productores¹, pero también en asocia-

¹ En esta investigación se consideraron dos organizaciones de pequeños productores. El sistema *Fairtrade International* usa la siguiente definición para este esquema productivo: «1.2.1 Usted es una organización de pequeños productores y por lo menos la mitad de sus miembros deben ser pequeños productores. Orientación: Si sus miembros producen productos menos intensivos en mano de obra (cacao, café, hierbas aromáticas, infusiones y especias, miel, nueces, semillas oleaginosas, cereales, algodón sin desmotar), son pequeños productores si cumplen con las siguientes condiciones: a) El trabajo agrícola se realiza principalmente por los miembros y sus familias; b) No contratan trabajadores durante todo el año.

Si sus miembros producen productos más intensivos en mano de obra (azúcar de caña, fruta y verdura preparada y preservada, fruta fresca, vegetales frescos y té), son pequeños productores si cumplen con los criterios anteriores o los criterios que se enumeran a continuación: a) Contratan un número menor que el máximo de trabajadores permanentes, tal y como lo define y publica *Fairtrade International*; a) La extensión de la tierra que cultivan es igual o inferior a la media de la región, tal y como lo define y publica *Fairtrade International*; b) Pasan la mayor parte de su tiempo trabajando en actividades agrícolas en sus fincas; c) La mayor parte de sus ingresos provienen de su finca» (Fairtrade International, 2011). En el rubro bananero de la República Dominicana 10 hectáreas es el límite de superficie para un pequeño productor (Fairtrade International, 2017).

ciones de trabajadores y empresas privadas certificadas *Fairtrade*, en América Latina y el Caribe.

La mayoría de los estudios analizados por Costa evidencian resultados positivos en diferentes aspectos. Primero, en la inserción en los mercados internacionales, objetivo central y razón de ser del movimiento por un comercio justo y solidario. Gracias al proceso de la certificación y los canales solidarios, las organizaciones de pequeños productores han logrado mejores ventas internacionales de sus productos, tanto en términos de volúmenes como de precios. Además, se han posicionado como proveedores confiables y de productos de calidad.

Segundo, el comercio justo ha permitido generar mejores ingresos para las familias productoras y mejores inversiones productivas, sociales y ambientales en sus fincas y comunidades rurales. Los estudios demuestran mejoras crecientes en la calidad de vida de los productores asociados (aspectos relacionados con ingresos, educación y salud, entre otros), así como una mejora en las condiciones de sostenibilidad ambiental de las fincas y el entorno de las organizaciones.

Los estudios analizados en Coscione y Mulder (2017) también evidencian varios retos para las organizaciones de pequeños productores, entre los cuales:

- A. Persisten condiciones de desigualdad de género que dificultan una participación activa de las mujeres en la gestión de las actividades comerciales y comunitarias de la organización de pertenencia;
- B. Faltan mejores acciones para combatir el trabajo infantil;
- C. Los niveles de escolarización y educación son aún muy bajos;
- D. Es necesaria una mayor diversificación de la producción y de los mercados.

Para el presente trabajo se consideraron también otras investigaciones, entre estudios de casos e informes de revisión de literatura, sobre el impacto del comercio justo en diferentes organizaciones de pequeños productores (véase el cuadro 1.1). Esto con el fin de mejorar el entendimiento de los beneficios y retos de la comercialización en condiciones de comercio justo etiquetado *Fairtrade*.

En esta literatura adicional, se observan otros resultados positivos del impacto del comercio justo:

- A. Mejor participación, empoderamiento y autoestima de los pequeños productores;
- B. Fortalecimiento interno de las organizaciones y del diálogo social en las zonas rurales de influencia de las organizaciones;
- C. Desarrollo de capacidades técnicas de los productores;
- D. Reducción de la migración campo-ciudad;
- E. Posicionamiento de la organización como referente de desarrollo local y nacional;
- F. Mejoras en la seguridad alimentaria;

La mayoría de los estudios de impacto y de caso se concentraron en los tres principales rubros

productivos y comerciales agrícolas de comercio justo: café, cacao y banano. En ellos, se aplicaron fundamentalmente cinco metodologías distintas:

1. **La Teoría del Cambio *Fairtrade***, metodología usada por los miembros del sistema *Fairtrade International* para guiar las acciones de empoderamiento de productores y trabajadores rurales, mejoramiento de sus condiciones de vida e incidencia por un comercio más justo a nivel internacional. La Teoría del Cambio del sistema *Fairtrade International* proporciona un marco de trabajo que permite a todos sus miembros establecer indicadores de manera simple, darle un seguimiento apropiado y evaluarlos a través del sistema de monitoreo, evaluación y aprendizaje del sistema (véase el esquema 1.1).
2. **La comparación con grupos de control no certificados**, metodología de las más usadas, que permite evaluar los avances de los productores de comercio justo en comparación con otros grupos similares que no están certificados en comercio justo.
3. **Cuestionarios y entrevistas** (de manera virtual y en terreno) con actores claves de las organizaciones de pequeños productores de comercio justo: miembros del directorio de una organización, gerentes, personal técnico, pequeños productores y familiares, entre otros.
4. **Grupos focales** representativos de las organizaciones de productores.
5. **Revisión de la literatura**, gracias a la cual se pueden recopilar resultados de otros estudios de caso y de impacto, así como tener una visión más clara de los elementos más relevantes a considerar durante el proceso de investigación.

Cuadro 1.1 Estudios adicionales sobre el impacto del comercio justo considerados en esta publicación						
Año	Autor(es)	País	Rubro	Objetivos	Herramientas metodológicas	Principales Resultados
2002	Aranda y Morales	México	Café	Estudiar el impacto del comercio justo en la organización de pequeños productores	Entrevistas en terreno y estudios de documentos	Inserción en el comercio justo lenta pero continua, fortaleciendo la organización y frenando el abandono de las zonas rurales. Aumenta también el manejo de más y mejor información comercial; así como las capacidades de los productores para trabajar con producción orgánica.
				Estudiar el impacto del comercio justo en la organización de pequeños productores	Comparación con grupo de control; entrevistas y grupos de debate. Encuesta con productores y revisión de los datos producidos por la organización. Revisión de la literatura existente.	Vendiendo en comercio justo la organización garantiza estabilidad de los precios al productor. Mejoras en la productividad, en capacidades de gestión y mercado, en las condiciones de trabajo de la mano de obra contratada, en la propensión de las familias al ahorro y las inversiones sociales en zona rural. Fortalecimiento general del sector bananero nacional.
2008	Duval	Perú	Café	Estudiar el impacto del comercio justo en la organización de pequeños productores	Comparación con grupo de control; entrevistas y grupos de debate. Encuestas con grupos de productores y estudio de documentos de la organización. Revisión de literatura y documentos.	Mejoras en la estabilidad del negocio, en la gestión de la organización, en la especialización cafetera y en la calidad del producto. Se limita la migración al campo y mejora ligeramente la seguridad alimentaria de los productores socios. Aumenta la legitimidad de la organización.
2010	Vagneron y Roquigny	Varios	Varios	Caracterizar los estudios de impacto del comercio justo existentes y sus principales resultados	Revisión de la literatura (77 estudios desarrollados entre 1998 y 2009).	Se observa una concentración geográfica y de rubros de los estudios existentes. Así como de criterios considerados para documentar el impacto. Mejoras netas en la calidad del producto, en las ventas y precios negociados, en las inversiones hechas por las familias productoras en la participación y autoestima de los productores. En el acceso al mercado y capacidades técnicas, comerciales y financieras de las organizaciones. Impacto positivo en el desarrollo, empleos y estructura de precios a nivel local.

Cuadro 1.1 Estudios adicionales sobre el impacto del comercio justo considerados en esta publicación						
Año	Autor(es)	País	Rubro	Objetivos	Herramientas metodológicas	Principales Resultados
2012	CEVAL	Varios	Varios	Estudiar el impacto del comercio justo en organizaciones de pequeños productores y asociaciones de trabajadores de empresas privadas	Diseño cuasixperimental con grupo de comparación, escogido en base a criterios “observables”. Entrevistas y grupos de discusión.	Impacto del premio más allá de los socios: mejora de la accesibilidad a la escuela para los alumnos, así como un atractivo mayor para los profesores; mejor acceso a seguros de salud; existen comités de género, pero influyen poco en el cambio de los roles tradicionales; ingresos ligeramente mayores y estables, así que las familias pueden ahorrar más y también invertir más. Impactos y cambios en las zonas rurales, posicionamiento de las organizaciones en el ámbito público.
				Confrontar los resultados de 4 estudios de impacto, con la literatura presente.	Comparación con grupo de control, usando siempre los mismos grupos de indicadores y las mismas herramientas estadísticas y econométricas.	El comercio justo tiene efectos positivos, pero sobre todo por elementos “monetarios, pero no relacionados con el precio” y “no monetarios” (fortalecimiento de capacidades, relaciones y precios estables, prefinanciamiento, inclusión en el mercado, entre otros).
2013	Costantino	Varios	Varios			
2017	Darko, E. et al.	Varios	Varios	Revisar el impacto del comercio justo en grupos de pequeños productores y asociaciones de trabajadores en términos de medios de vida sostenibles y empoderamiento.	Revisión de literatura disponible online y no; en este segundo caso, fue recomendada por expertos en comercio justo (se leccionaron 45 estudios de impacto desarrollados entre enero de 2009 y febrero de 2015).	Estabilidad de precios y mejores condiciones, pero la oferta supera la demanda y se siente la competencia entre productores certificados. Mejoras en la sostenibilidad ambiental pero también gracias a otras certificaciones. Mejoras gracias a las inversiones sociales en las comunidades, pero también problemas relacionados al manejo del premio. Mejoras en la organización interna de las organizaciones de productores y en las condiciones de trabajo de las plantaciones privadas; pero poca atención en las condiciones de los empleados de las organizaciones de pequeños productores. Discutibles impactos en los ingresos, pero positivos en aspectos sociales como educación o seguridad alimentaria.

Fuente: elaboración propia.

La presente investigación tiene como objetivo evidenciar los principales beneficios y retos de la participación de las dos organizaciones de pequeños productores en los mercados internacionales del comercio justo. Además, se propone evidenciar algunos de los potenciales desafíos encontrados por las organizaciones en el cumplimiento de los estándares *Fairtrade*, especialmente los sociales y de desarrollo. El Anexo al final de la publicación resume los estándares *Fairtrade* para organizaciones de pequeños productores. Estos se tomaron como punto de partida para analizar, juntos con las personas encargadas en ambas organizaciones, qué criterios reciben mayores atenciones por su complejidad.

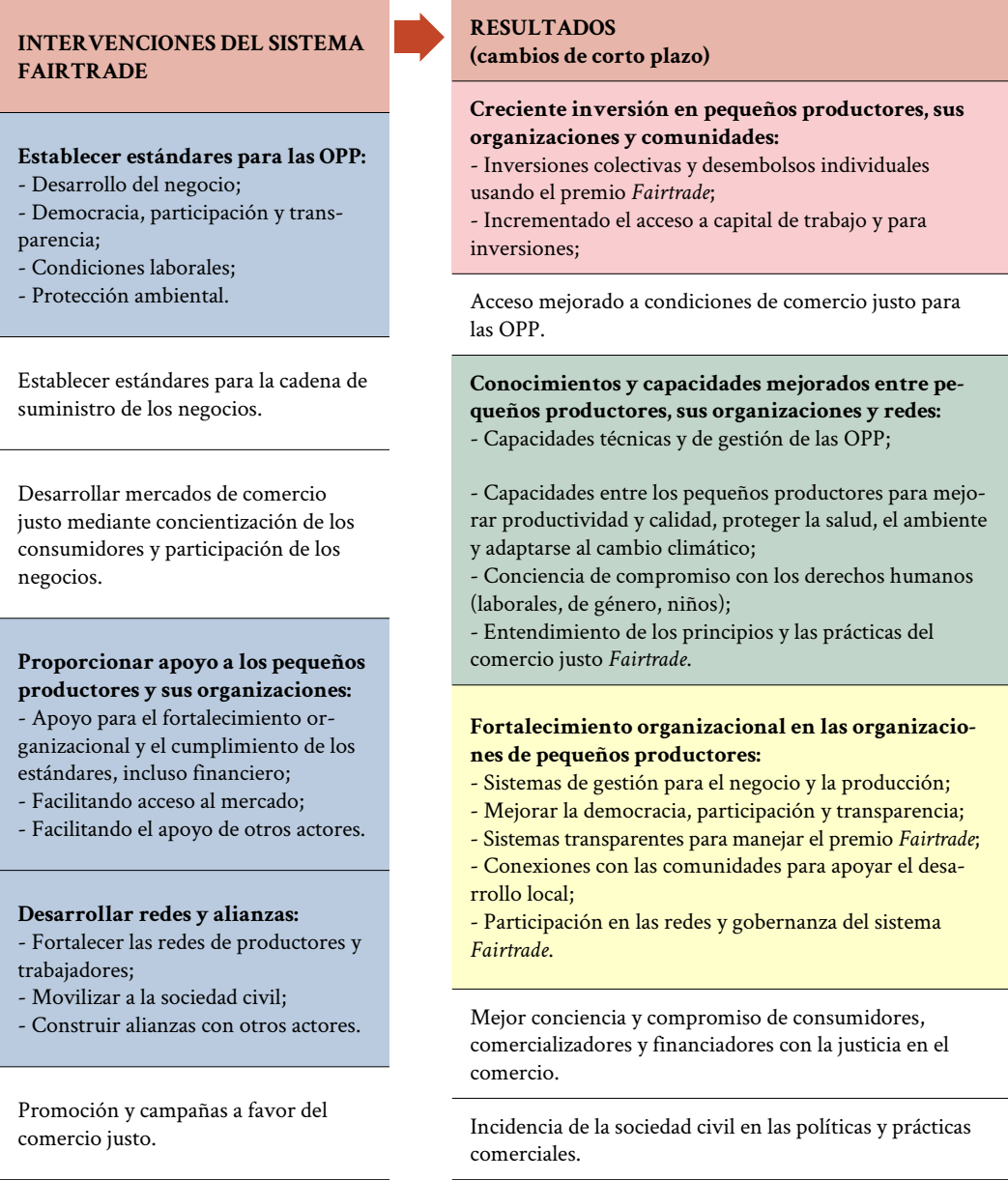
De manera general, a partir de los desafíos identificados en Coscione y Mulder (2017), los resultados encontrados en la literatura adicional y los principales criterios sociales y de desarrollo de la certificación *Fairtrade*, se construyó una breve guía temática para el desarrollo de las entrevistas en las dos organizaciones consideradas (véase el cuadro 1.2).

Esta herramienta permitió mantener un hilo conductor común entre las dos experiencias. No obstante, no se profundizó con igual intensidad en todos los ámbitos seleccionados para ambas organizaciones. Como se comprueba en el texto, para el caso de Cosurca

Cuadro 1.2 Guía temática para las entrevistas	
Premio Fairtrade	Ámbitos de inversión del premio Fairtrade y sus variaciones en los últimos años
Impacto del comercio justo en:	Desarrollo de capacidades de socios y empleados
	Posicionamiento de la organización a nivel local y nacional, e incidencia en políticas
a) Fortalecimiento organizacional	Reducción de la migración hacia las zonas urbanas
	Revisión de las acciones concernientes a los principios de “no discriminación” y apoyo a los grupos más vulnerables y marginalizados
b) Educación y formación	Niveles de alfabetización, escolarización e ingreso en carreras técnico-universitarias, de socios e hijos de socios
	Inversiones comunitarias en ámbito educacional
c) Salud y seguridad social	Revisión de las acciones concernientes a los principios de “no al trabajo forzoso y no a la explotación infantil”
	Inversiones comunitarias en atención primaria y otros niveles de atención
	Diversificación productiva para la seguridad alimentaria y nutricional
	Cobertura de productores y empleados en la seguridad social
	Mejoramiento de las condiciones laborales en las estructuras de la organización y en las parcelas
d) Empoderamiento y participación	Participación activa de mujeres y jóvenes en la gestión y actividades tanto comunitarias como de la organización
	Participación activa de la organización en articulaciones nacionales, regionales e internacionales
	Participación activa de los socios, rotación en los cargos directivos y nuevos liderazgos

Fuente: elaboración propia.

Esquema 1.1 Fairtrade: Teoría del Cambio para organizaciones de pequeños productores, detallada en los elementos seleccionados



Notas: OPP = organizaciones de pequeños productores. El color amarillo corresponde a “Empoderamiento”, rosado a “Medios de Vida Sostenibles”, morado a “Hacer que el comercio sea justo” y el recuadro verde es tanto de empoderamiento como de medios de vida sostenibles.



Fuente: elaboración propia a partir de la Teoría del Cambio del sistema *Fairtrade*. Fairtrade International (2015), Journeys to change. Fairtrade Theory of change. Version 2.0. Bonn, Fairtrade International.

se evidenciaron ciertos aspectos específicos, como el trabajo infantil o la construcción de paz, y para Banelino otros, como el tema migratorio y las inversiones en ámbito de salud. Ello debido tanto a las experiencias propias de cada organización, como a la disponibilidad de fuentes bibliográficas y a los desafíos mismos del desarrollo del trabajo en terreno.

La guía temática y la Teoría del Cambio *Fairtrade* se utilizaron para determinar y resumir los alcances del impacto del comercio justo *Fairtrade* en las organizaciones objeto de este estudio (véase el capítulo 4), evidenciando beneficios presentes y retos futuros.

Finalmente, para el trabajo en terreno se utilizaron las siguientes herramientas metodológicas:

- A. Revisión de la literatura disponible en línea sobre las dos organizaciones seleccionadas;
- B. Revisión de documentos y datos producidos por las dos organizaciones, así como de documentos relevantes elaborados por otros investigadores y proporcionados por las mismas organizaciones durante la visita en terreno;
- C. Revisión, con el técnico encargado, del proceso de cumplimiento de los criterios sociales y de desarrollo *Fairtrade*, bajo la guía de herramientas internas;
- D. Entrevistas con:
 - por lo menos dos productores hombres y dos mujeres, con buenos conocimientos sobre los beneficios sociales (empoderamiento, participación, educación y salud, entre otros) que han vivido desde que sus productos se están

vendiendo en los circuitos del comercio justo *Fairtrade*;

- por lo menos dos hijos o hijas de productores, involucrados en las actividades de la organización considerada;
- por lo menos un trabajador y una trabajadora empleados en la organización o en finca;
- el Gerente o Director Ejecutivo de la organización;
- por lo menos dos técnicos de la organización.

- E. Desarrollo de un grupo focal con productores.

Cuadro 1.3 Las dos organizaciones del estudio		
Nombre	COSURCA Cooperativa del Sur del Cauca	BANELINO Asociación de Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste
Constitución legal	1993	2000
País	Colombia	República Dominicana
Tipología de la organización	Segundo grado	Primer grado
Ubicación de los productores	Departamento del Cauca; Municipios: Almaguer; Argelia; Balboa; Bolívar; Cajibío; Florencia; La Sierra; La Vega; Patía; Sucre	Provincias de Valverde y de Monte Cristi; Distritos: Ámina; Guayubín; Hatillo Palma; Laguna Salada; San Francisco de Monte Cristi
Número de productores	1.436 (957 hombres y 479 mujeres)	346 (244 hombres y 102 mujeres)
Producto certificado <i>Fairtrade</i>	Café	Banano
Primer año de certificación <i>Fairtrade</i>	2000	1996 (asentamientos Ámina, Renaciendo para el Bienestar, El Mango); 1998 (Máximo Gómez); 2000 (como Banelino, desde la unión de los 4 asentamientos de la Reforma Agraria en Banelino)
Otros productos	Frutas y jugos de fruta	Cacao, cítricos, coco, frutas y miel
Potencial a futuro	Panela orgánica pulverizada; Cacao orgánico	Harina de banano y sus derivados; Chips de banano revestidos de chocolate; Artesanías, coco y sus derivados.
Certificaciones	Fairtrade IMOCert Símbolo de Pequeños Productores	Fairtrade Quality Certification Services (Orgánico) GlobalGap Rainforest Alliance Demeter
Proceso de exportación	De manera directa a través de la exportadora ExpoCosurca	De manera indirecta, a través de empresas exportadoras
Ámbitos de inversión del premio <i>Fairtrade</i>	1. Producción y productividad del café, beneficio del café y seguridad alimentaria; 2. Salud y educación; 3. Vivienda y saneamiento básico; 4. Ambiente y agroecología; 5. Desarrollo organizacional.	1. Fortalecimiento institucional 2. Producción y calidad 3. Medio ambiente 4. Educación 5. Salud 6. Comunidad 7. Vivienda 8. Certificaciones 9. Otros
Principal desafío actual	Alta competitividad del mercado internacional del café certificado	Baja en la demanda de bananos <i>Fairtrade</i> de pequeños productores

Fuente: elaboración propia.

2. El caso de Cosurca (Colombia)

2.1 LA TRAYECTORIA DE LA ORGANIZACIÓN

La Cooperativa del Sur del Cauca (COSURCA)² se encuentra en el departamento del Cauca, en el sur de Colombia. Es una organización de segundo grado, conformada por otras asociaciones de base del sector de la economía solidaria.

Casi un tercio de la población del Cauca vive en zonas rurales, dedicándose principalmente a la actividad agropecuaria: café, caña de azúcar, plátano, yuca, cacao, cocotero, maíz, frijol, papa, arroz, aguacate, fibra/fique y lácteos son los principales rubros productivos (Suyusama, et al., 2013).

De acuerdo con el Plan Departamental de Desarrollo 2016 – 2019, “Cauca, Territorio de Paz”, el «fortalecimiento de cadenas productivas y el conocimiento sobre los grandes mercados internacionales, hacen del Cauca una región con múltiples potencialidades». Sin embargo, el territorio presenta la «necesidad de realizar una inversión focalizada en procesos productivos con valor agregado» (Gobernación del Cauca, 2015: 29).

Algunos de los retos propios del departamento son la falta de oportunidades que provocan

Imagen 2.1 El Departamento del Cauca en Colombia

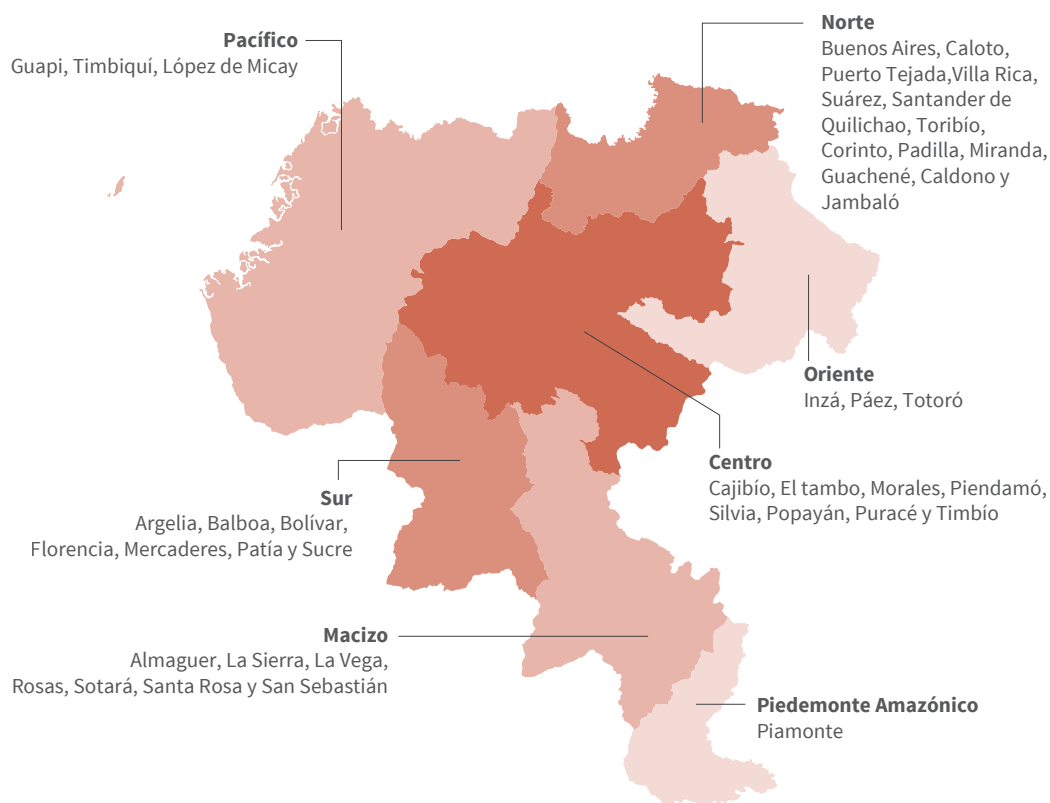


Fuente: elaboración propia.

el desplazamiento voluntario, el déficit de vivienda y acceso a los servicios básicos, el crecimiento del sector minero con sus tensiones sociales y ambientales, así como las deficientes infraestructuras, la disminución de los suelos fértiles y el escaso encadenamiento producti-

² Véase: <http://www.cosurca.coop/>

Imagen 2.2 Subregiones del Departamento del Cauca



Fuente: elaboración propia.

vo (Suyusama, et al., 2013). Estos aspectos se agravaron con décadas de conflicto armado y con los desplazamientos forzados³.

El departamento del Cauca ha sido uno de los territorios colombianos más golpeados por el conflicto entre guerrilleros, paramilitares y

ejército nacional. Incluso, continúa siendo una de las regiones del país con los más altos índices de pobreza y desigualdad⁴. Por esta razón,

³ Según la Gobernación del Cauca, entre 2005 y 2010, fueron expulsadas 77.664 personas, de las cuales el 40% provenía de los municipios de Argelia, Balboa, Bolívar, El Tambo y Patía (Suyusama et al., 2013).

⁴ Según los datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (2017), los cinco departamentos de Colombia con la mayor tasa de pobreza monetaria son: 1) Chocó (58,7%); 2) La Guajira (52,6%); 3) Cauca (48,7%); 4) Magdalena (48,5%); y 5) Córdoba (45,8%). El promedio nacional es de 26,9%. Los cinco departamentos con el coeficiente de Gini más alto son: 1) Chocó (0,566); 2) La Guajira (0,553); 3) Boyacá (0,514); 4) Nariño (0,508); y 5) Cauca (0,504). El índice nacional promedio es 0,508.

durante muchos años, los campesinos dejaron de cultivar alimentos para dedicarse al cultivo de la hoja de coca o amapola, a pesar de los riesgos que conllevan estos cultivos⁵.

En el municipio de La Sierra, había cultivos de coca y amapola. Ahora ya no, gracias al proceso de erradicación promovido por el Estado. Pero a mí me tocó vivir el desarrollo de la amapola. Cada vez que proliferaban sus cultivos, los conflictos aumentaban, por el incremento de los actores armados, la prostitución, la explotación infantil, entre otros aspectos. Yo también tuve que trabajar en los campos de amapola, a los 13 y 14 años; iba donde algún vecino que tenía esos cultivos y le apoyaba en las labores agrícolas durante las vacaciones del colegio o en los festivos. Agradezco que esos tiempos ya se acabaron y que mi hija ya no los tenga que vivir; aunque la realidad nos muestra que el microtráfico de drogas también está llegando a las zonas rurales (entrevista con Ledezma Au-secha, 2018).

La venta de los cultivos de uso ilícito a diferentes compradores, incluidos los grupos armados, era más rentable que otros rubros agrícolas (BTC, 2012), aunque definitivamente más peligrosa. Así lo recuerda Alba Lucy Santacruz, productora de café asociada a Cosurca: «Tengo

una parcela, propiamente mía, que nos da buenos resultados [...] y sí, nosotros le decimos a la gente que hay que sembrar lo bueno. [...] yo tuve un muchacho que, por ganarse cien mil pesos, pues ya me lo mataron» (IAF, 2017).

En este escenario de múltiples violencias, se creó la Cooperativa del Sur del Cauca en marzo de 1993. La misma nació gracias al apoyo de diferentes organismos e instituciones, incluyendo las Naciones Unidas⁶. Su objetivo era organizar a los campesinos de la zona y sustituir los cultivos de uso ilícito con café de alta calidad y orgánico, pero sin descuidar los demás cultivos para el consumo familiar. La conformación de esta organización de segundo grado fue el fruto de varios años de acumulación de experiencias, especialmente desde mediados de los ochenta. En dicho período, además, distintas entidades promovieron en el Cauca procesos asociativos y programas de desarrollo o proyectos productivos. La organización también respondía a una necesidad: «La conformación de la Cooperativa del Sur del Cauca no fue el resultado de un proceso planificado desde el comienzo del Programa de Desarrollo Alternativo; fueron circunstancias de orden comercial e institucional las que derivaron en la creación de este ente cooperativo. [...] Se necesitaba una cooperativa que se responsabilizara de las organizaciones con la comercialización del producto (café)» (Prada Páez, 2015: 18).

⁵ Entre 2001 y 2011, en 21 municipios de los 42 que conforman el departamento, se contabilizaban más de 6.000 hectáreas sembradas con cultivos de uso ilícito (Sistema Integrado de Monitoreo de Cultivos Ilícitos de la Oficina de las Naciones Unidas para la Droga y el Delito, SIMCI, 2012). Los municipios con mayor presencia son Argelia, El Tambo, Guapi, Piamonte y Timbiquí. En 2012, el Cauca era el cuarto departamento, a nivel nacional, en producción de hoja de coca (Suyusama, et al., 2013).

⁶ Cosurca recibió el apoyo del Programa Col 85/426: Sustitución de Cultivos Ilícitos en el sur del Cauca y norte de Nariño (Rivera, 1992; citado en Coscione y Mulder, 2017).

Entre 1993 y 1996, con el apoyo del Programa de Desarrollo Rural Integrado (DRI) del Gobierno Nacional, la cooperativa mejoró sus acciones de mercadeo y asesoría técnica, y estableció los primeros fondos de créditos rotatorios. A partir de 1995, con la donación del Plan Nacional de Desarrollo Alternativo (PLANTE) y el apoyo de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), Cosurca profundizó el proceso de sustitución de cultivos de hoja de coca y promovió su fortalecimiento organizacional. Ello ratificó la producción de café orgánico como eje estratégico de su desarrollo, a pesar del escaso respaldo institucional de la Federación Nacional de Cafeteros (Suyusama et al., 2013).

Entre 1993 y 2010, el número de miembros de Cosurca creció en promedio un 9% por año (BTC, 2012). Sin embargo, en el camino, algunas asociaciones de base dejaron la estructura de segundo grado por no poder cumplir satisfactoriamente con las responsabilidades asumidas en cuanto socias de la cooperativa, como la entrega del producto para su comercialización (Prada Páez, 2015). Entre 1993 y 2000, otros productores dejaron la cooperativa cuando terminaron los aportes de ciertas instituciones donantes.

Cuando se terminan intervenciones, como las del DRI o de las Naciones Unidas, con donaciones significativas y entrega de ayudas a las comunidades, queda un gran vacío. Los productores esperaban que la cooperativa pudiera seguirles entregando los recursos que necesitaban, y sustituir los programas que se habían terminado. Cuando esto no fue factible, muchos se retiraron, o terminaron con los productos,

los animales y los proyectos que habían logrado gestionar (Suyusama et al., 2013: 29).

La cooperativa también vivió un momento de serias dificultades internas, con malversación de fondos y problemas administrativos. A raíz de ellos, en 2002 y 2003, Cosurca tuvo que alejar a varias familias, que estaban minando la integridad de la organización, renovar cargos directivos y técnicos, y empezar un fuerte proceso de fortalecimiento interno y de formación para sus líderes (Suyusama et al., 2013).

En los primeros años desde su fundación, con el apoyo social de Cosurca, los productores comenzaron a erradicar voluntariamente la coca de sus fincas, y empezaron a

Implementar cultivos como el café, la caña y a fortalecer también bastante la parte de la seguridad alimentaria, con la siembra del “qué comer”. Una de las razones por las cuales la gente haya cambiado de cultivo ha sido el trabajo social, casi que psicológico. [...] Y ya la gente ve que a través de la organización y la implementación de cultivos lícitos se puede vivir y se comienza una dinámica de inserción en los mercados internacionales, con la exportación de cafés certificados (Denis Omar de la Cruz, en Misión Tierra Territorios, 2011).

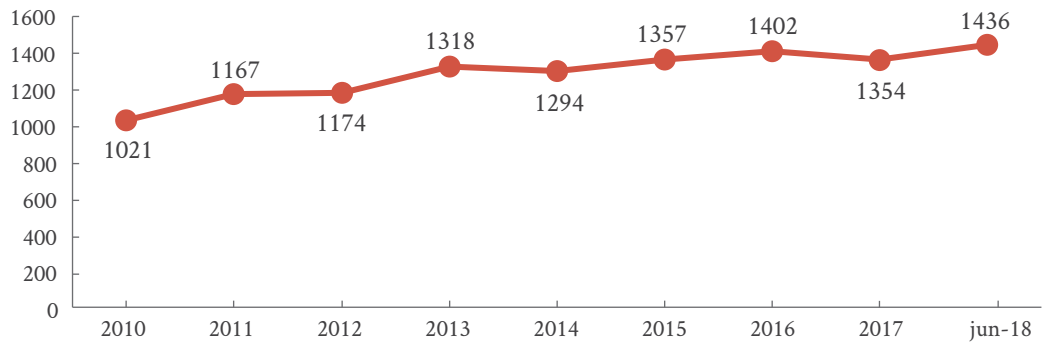
La erradicación de los cultivos de coca fue un proceso de vital importancia para reanimar a los campesinos a cultivar una variedad importante de productos. No fue solamente un proceso ligado al uso del suelo, sino sobre todo al cambio de vida. La erradicación de la coca liberaba los campesinos de los yugos, los miedos, las violencias y las persecuciones de los actores

armados: «es como si estuvieran conjurando los brujos de la selva sacándose los problemas y es como un renacimiento de la familia, es algo trascendental» (Ausecha Chaux en Barreto de Sousa Henriques, 2012: 594).

En 2014, la cooperativa contaba ya con casi 1.300 asociados (véase el gráfico 2.1), alcanzando 3.418 hectáreas en total, de las cuales 1.604 se destinaban al cultivo de café (véase

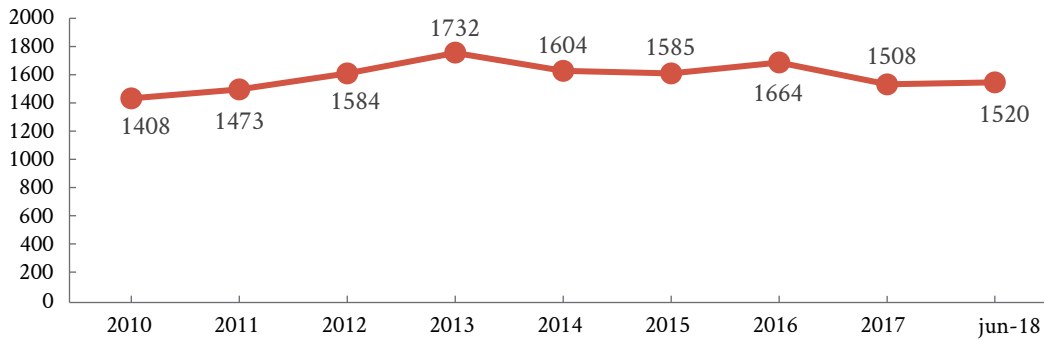
el gráfico 2.2) (Prada Páez, 2015). En aquel entonces, esta superficie correspondía a casi el 0,12% del departamento del Cauca. Las parcelas de la gran mayoría de los asociados no superan las 10 hectáreas y se ubican en 9 municipios (véase la imagen 2.3). En 2014, el índice de Gini para la desigualdad en la distribución de la tierra era de 0,89 en el Cauca, frente a un promedio nacional de 0,73 (UPRA, 2015).

Gráfico 2.1 Cosurca: número de socios, 2010 a junio de 2018
(En número de personas)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

Gráfico 2.2 Cosurca: superficie cultivada de café por los socios, 2010 a junio de 2018
(En hectáreas)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

A mediados de 2018, al momento del desarrollo de la investigación en terreno, Cosurca contaba con 1.436 socios, 957 hombres y 479 mujeres. La cooperativa está conformada por once organizaciones de productores (véase el cuadro 2.1). Los municipios de Patía y Argelia siguen siendo socios estratégicos para el fortalecimiento de la cooperativa y el acompañamiento de las asociaciones de base.

Como explicó Delacruz Muñoz (2018), funcionario municipal de la alcaldía de Patía, el rol de estos dos municipios se debe a la importante presencia de productores asociados en sus territorios:

Desde el año 2000, la alcaldía de Patía tiene un convenio con Cosurca y a partir de ese momento siempre me he desempeñado como delegado del municipio aquí en la cooperativa. Al principio, en el municipio había 3 organizaciones miembro de Cosurca, ahora son dos. Eso hace que la carga de asistencia técnica desde el municipio se reduzca porque hay un gran aporte desde la cooperativa. Sin embargo, el municipio sí aporta con un técnico a tiempo completo, o sea mi persona. El municipio no recibe ningún beneficio económico del negocio de la cooperativa, la cooperación es más un tema de posicionamiento conjunto y alianzas (entrevista con Delacruz Muñoz, 2018).

A finales de 2017, en cuanto a las extensiones cultivadas, el 90,3% de los productores asociados a Cosurca (1.222) tenían hasta 5 hectáreas; el 7,8% de los productores (105) contaban con entre 5 y 10 hectáreas; menos del 1% (13 productores) tenían entre 10 y 15 hectáreas; 10 productores (el 0,7% de los asociados) conta-

ban con entre 15 y 30 hectáreas; y solo 4 productores (el 0,3% del total) tenían más de 30 hectáreas. La totalidad de las fincas de los socios están certificadas *Fairtrade*.

El 78,3% de la producción de 2017 provenía de productores con 5 o menos hectáreas; el 14,5% de los productores entre 5 y 10; el 4,1% de productores entre 10 y 15 hectáreas; el 2,7% de productores entre 15 y 30 hectáreas; y solo un 0,4% de los 4 productores con más de 30 hectáreas, ubicados en el municipio de Argelia. Sin embargo, el 95% de las ventas de café se cubrieron con café provenientes de los productores con menos de 5 hectáreas y el restante 5% con café de los productores que tienen entre 5 y 10 hectáreas.

En el año 2000, Cosurca se certifica en el sistema de la *Fairtrade Labelling Organization International* (FLO), creado en 1997 para articular, bajo un único paraguas, a las iniciativas de certificación *Max Havelaar* (desde 1988) y *TransFair* (desde 1992). El proceso de certificación de la cooperativa tuvo el apoyo de la empresa estadounidense *Green Mountain Coffee Roasters* (Prada Páez, 2015). La certificación⁷ se ha financiado fundamentalmente a través de los ingresos generados por la venta del café y, en algunas ocasiones, también a través del premio de comercio justo. La comercialización en los canales del comercio justo posibilitó, con el tiempo, un aumento del 40% en los ingresos de sus socios (BTC, 2012).

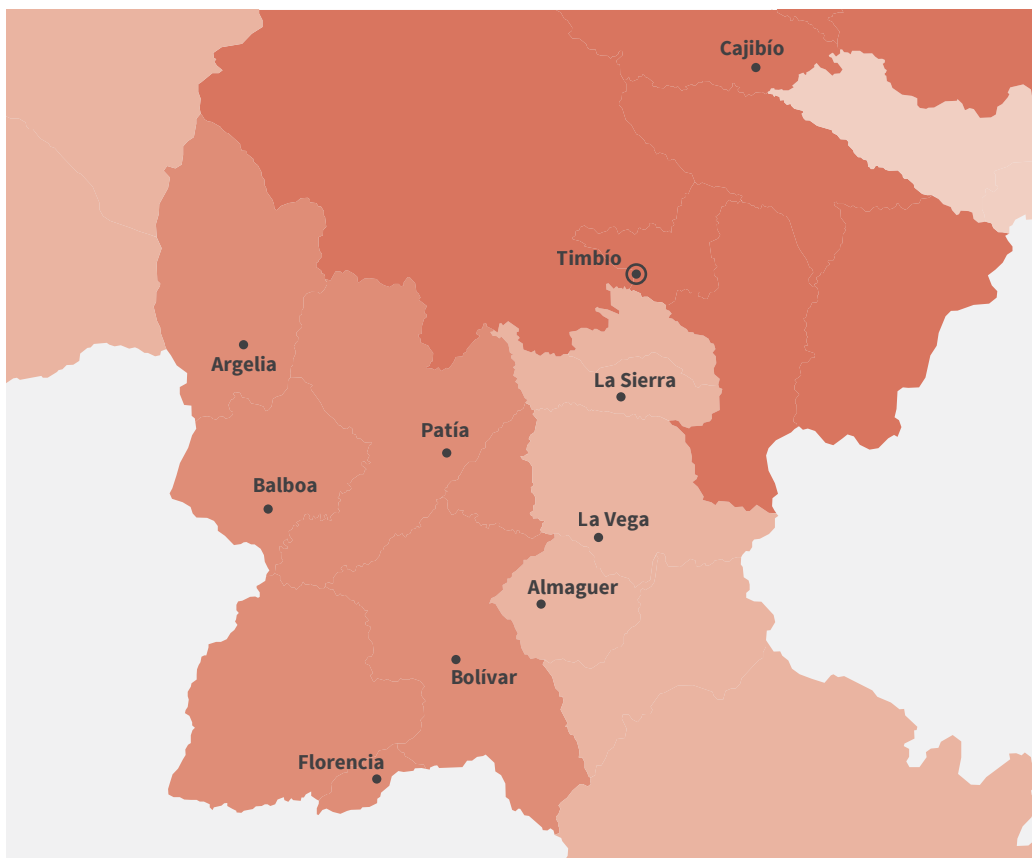
⁷ Entre 2016 y 2017 hubo un aumento considerable en el costo de la certificación *Fairtrade*. En 2016, Cosurca pagó cerca de 5.300 dólares para el proceso de certificación, sin contar todas las inversiones necesarias para mantenerla. En 2017, ese precio subió a poco más de 8.000 dólares.

Cuadro 2.1 Cosurca: asociaciones de productores miembros, 2017 (Número de asociados y hectáreas)						
No.	Nombre de la Asociación	Año personería jurídica	Munici- pio	Número de asocia- dos	Hectáreas de café cultivadas	Hectá- reas de finca totales
1	ASPRALMAGUER - Asociación de Productores de Alimentos Almaguer	1987	Almaguer	72	64	133
2	ASPROSUCRE - Asociación de Productores de Alimentos de Sucre	1988	Sucre	201	238	565
3	ASPROCOP - Asociación de Productores de la Cordillera Patiana	1993	Patía	112	149	315
4	ASPROSI - Asociación de Productores Orgánicos de la Sierra	1999	La Sierra	185	163	378
5	ASOCAFÉ - Asociación de Grupos Cafeteros de Autogestión del Municipio De Florencia Cauca	2000	Florencia	61	84	150
6	ASOPROA - Asociación de Productores de Argelia	2000	Argelia	130	206	779
7	ASPROBALBOA - Asociación de Productores Agroecológicos de Balboa	2003	Balboa	176	224	403
8	FRUTAS Y FUTURO - Asociación para la Producción de Frutas y Hortalizas de La Mesa - Patia	2004	Patía	46	30	183
9	ASPROSANLOR - Asociación de Productores Orgánicos de San Lorenzo	2004	Bolívar	117	115	304
10	ASOCAMP - Asociación de Productores Campesinos de La Pedregosa	2007	Cajibío	114	114	291
11	ASPROSUR - Asociación de Productores Orgánicos del Sur	2010	La Vega	140	121	232
Total				1.354	1.508	3.732
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.						

Poco a poco se fue perfilando el proceso de autonomía con respecto a las labores de la Federación Nacional de Cafeteros. Por ejemplo, en el 2000, a pesar de la oposición de la Federación y de la empresa exportadora Expocafé (de propiedad de las cooperativas miembro de

la Federación), Cosurca participó por primera vez en la feria internacional de cafés especiales de la *Specialty Coffee Association of America* (SCAA), con una ponencia sobre la sustitución de cultivos de uso ilícito con café orgánicos de calidad (Suyusama, et al., 2013). El proceso de

Imagen 2.3 Cosurca: municipios de las organizaciones de base y sede



Fuente: elaboración propia.

autonomía se vio reflejado también en la conformación y fortalecimiento de las asociaciones de base de la cooperativa:

Al comienzo siempre les vendía mi café a los compradores de la Federación Nacional de Cafeteros. A finales de la década de los noventa la Federación conoció un periodo de crisis y en ese momento varios productores del municipio de Argelia conocimos la experiencia de Cosurca y entendimos que ese era el camino.

En el año 2000, fundamos Asoproa, pero los primeros cinco años fueron bien complejos y no teníamos resultados. Recibimos un préstamo de Cosurca, cambiamos el representante legal y seguimos el camino con apoyo de técnicos externos y capacitaciones de la cooperativa. En tres años ya no teníamos deudas y empezamos a tener resultados. Hoy hasta tenemos una finca comunitaria de la asociación donde también se cultiva café y que queremos aprovechar para producir abono orgánico para todos los socios

y para el entorno, aliviando la carga de los desechos orgánicos que se producen en el municipio. Yo soy socio desde el comienzo y he progresado. Hoy tengo 50 años, una hija y tres hectáreas de terreno: una dedicada al café, una y media en caña y pasto con algunas cabezas de ganado, y el resto son bosques (entrevista con Jiménez, 2018).

Nosotros empezamos el acercamiento con el mundo del café a través de un proyecto de la Federación Nacional de Cafeteros. Nos dijeron que nuestra variedad castillo no necesitaba ningún otro árbol a su alrededor, que no necesitaba sombra. Así que tumbamos todo para sembrar café. Pero después resultó que sí necesitábamos sombrío y diversificación, que el monocultivo no era sostenible, menos con los efectos del calentamiento global. Esa fue la enseñanza de Asprosi y Cosurca. Es una pena tener que volver a empezar sabiendo que ya teníamos los árboles para cultivar un café de calidad bajo sombra (entrevista con Ausecha Garzón, 2018).

En La Sierra siempre ha tenido mucha influencia la Federación Nacional de Cafeteros y Caficauca, a donde antes se llevaba todo el café. Desde los 14 años siempre fui el facilitador que acompañaba al técnico de la Federación, luego coordinador del grupo de amistad y del Comité de Cafeteros de mi pueblo. Pero mi hijo conoció Cosurca y nos acercamos a esta realidad. Nos dimos cuenta de que era una organización más autónoma, con una manera distinta de trabajar y dar participación a los productores. Aquí se aprende mucho, aquí uno vive cosas que nunca antes ha podido vivir. Aquí los procesos son de uno mismo, de los campesinos, no de los que están arriba (entrevista con Ledezma, 2018).

Según René Ausecha Chaux (2018), gerente general de la cooperativa, la llegada del comercio justo *Fairtrade* a Colombia ayudó a que los pequeños productores empezaran a controlar directamente su producto y sus opciones de mercado.

El comercio justo limitó la intervención de las élites locales y de los intermediarios; los campesinos aprendieron a acopiar, pesar, entregar, comprar y vender lo que ellos mismos han producido. El *Fairtrade* le dio poder a los campesinos y les permitió moverse en ámbitos de acción antes relegados solo a unos pocos. Después de eso, obviamente, llegaron los desafíos financieros, de los mercados especiales y de los clientes internacionales. Al permitir superar todos estos pasos, el comercio justo levantó la autoestima de los pequeños caficultores colombianos y les quitó el miedo. Los transformó (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

En 2008, en parte gracias a los ingresos provenientes del comercio justo, Cosurca adquirió las maquinarias necesarias para trillar el café y, en 2009, se estableció en su sede actual. Tanto las oficinas de Cosurca, como la planta para almacenamiento y procesamiento, están localizadas en el municipio de Timbío, a unos 30 minutos de Popayán, la capital del Cauca. En la planta, se almacena, se trilla, tuesta y muele el café convencional, el orgánico y los lotes especiales. En 2011, se puso en marcha el programa de agroindustria de derivados de frutas provenientes de las fincas de los productores. Con ellas se producen los jugos DeliSur, especialmente de maracuyá y mora, que se venden a nivel local y departamental como alternativas más saludables a los jugos concentrados convencionales.

Estos emprendimientos son muy importantes para nosotros, porque son nuestros y nos sentimos identificados con ellos. En el municipio de La Sierra, hay una muy alta aceptación del café de Cosurca, se está comercializando mucho a través de Asprosi; la gente está dejando de consumir los cafés comerciales de baja calidad (entrevista con Ledezma, 2018).

No obstante la creciente importancia de este programa agroindustrial, el mismo es aún incipiente y necesita mayor desarrollo para entregar un producto competitivo. Ello fue subrayado durante el Grupo Focal en Cosurca (2018), donde un productor puntualizó las debilidades que tiene la cooperativa en el desarrollo de esta alternativa productiva y comercial:

A pesar de que ya hemos empezado este nuevo emprendimiento, el desempeño de la planta de jugos aún es débil. Además, tenemos mucha competencia en ese ámbito. Como asociaciones de base aún no estamos realmente en capacidad de entregar la fruta de manera constante. Debemos mejorar. También en la comercialización del café tostado y molido debemos fortalecer el proceso y posicionarnos más (productor entrevistado en Grupo Focal Cosurca, 2018).

La cooperación internacional ha sido un actor relevante para Cosurca en el desarrollo de la agroindustria. Por ejemplo, Ausecha Chaux indica que el programa de procesamiento de los jugos «es el fruto del trabajo propio de la cooperativa y sus asociados a través de mingas, esfuerzos económicos propios, y de esfuerzos de la cooperación económica internacional, especialmente la Fundación Interamericana (IAF) de los Estados Unidos» (Cosurca, 2015),

que es un aliado estratégico de Cosurca. Según Lupercio Angulo Velasco (2018), responsable del área de cooperación solidaria de Cosurca, la IAF ha permitido reflexionar a fondo en las diferentes dimensiones del desarrollo sostenible, llegando a todos sus elementos intangibles.

La claridad política y social con la cual los productores socios de Cosurca conocen y hablan de los procesos territoriales en los diálogos con diferentes actores nacionales e internacionales es un ejemplo del proceso de reflexión mencionado por Angulo Velasco. El empoderamiento de los productores como actores económicos y sociales también es un elemento intangible que todos los entrevistados evidencian al identificar los principales beneficios de las relaciones comerciales solidarias entre Cosurca, sus compradores y aliados. Gracias a la relación profunda con la IAF, Cosurca pudo estar presente en el Congreso de los Estados Unidos, mostrando la problemática de los cultivos de uso ilícito en Colombia, las consecuencias de las fumigaciones generalizadas en las zonas rurales y su propuesta de desarrollo alternativo a partir del cultivo y la comercialización del café orgánico y de comercio justo (Suyusama, et al., 2013).

En noviembre de 2003, una década después de su fundación, Cosurca constituyó legalmente la comercializadora ExpoCosurca S.A.⁸, para exportar y comercializar en el mercado interno de manera autónoma, demostrando que también pequeñas empresas del sector cooperativo y solidario pueden controlar directamente más eslabones de la cadena de valor (El

⁸ Véase: <http://www.expocosurca.com.co/>

Tiempo, 2004). Es la primera experiencia de este tipo en Colombia (Suyusama, et al., 2014). Contar con relaciones comerciales transparentes y estables, y con un buen reconocimiento internacional, sin duda permitió que este camino fuera más fácil de emprender.

Hoy, ExpoCusurca está registrada por el sistema *Fairtrade International* como comercializadora de productos certificados, y por IMOCert para los productos orgánicos. Cosurca mantiene el 45% de su propiedad, el otro 55% es de propiedad de las organizaciones de base (5% cada una). Todos los productores entrevistados se sienten propietarios de derecho tanto de la cooperativa como de su empresa exportadora. Las principales causas que los convencieron a crear la empresa comercializadora fueron:

- A. El fuerte control del negocio de café por parte de pocas grandes empresas exportadoras;
- B. El trato excluyente que reciben las organizaciones de pequeños productores por parte de las grandes exportadoras;
- C. La inexistencia de iniciativas comunitarias para la exportación directa de cafés de comercio justo y especiales, así como de otros productos;
- D. La inexistencia de experiencias populares que manejaran de manera independiente todos los eslabones entre la producción y la exportación⁹.

Así lo subrayaba Ausecha Chaux, gerente general de la organización, hace varios años:

⁹ Véase: “Nuestros Antecedentes”, en <http://www.expo-cosurca.com.co/index.php/acerca>

Antes nosotros le vendíamos nuestro café al gremio cafetero, pero el gremio es demasiado conservador con sus estructuras y nosotros no teníamos derecho a la información, y si no hay posibilidades de participación en la información, hasta ahí llega la gente como siempre ha llegado. Entonces nosotros hemos tratado de hacer unos quiebres [...]. Cuando hablábamos con unos clientes, teníamos al gremio cafetero sentando con un asistente ahí. [...] Se creaba esa atmosfera pesada de no poder hablar. Entonces creamos un sistema exportador propio [...] y nos encontramos con que [...] el consumidor quiere una relación directa con la gente, con los productores [...] por eso nuestros clientes no son grandes compañías [...]. Hay diálogos entre el tostador y el productor, claro no todos los días, pero se dan [...]. Entonces se rompe toda esa estructura [...] y las organizaciones empiezan a buscar su propio camino. [...] Hemos ido recogiendo todos esos elementos, trabajándolos con la gente y con eso tratamos de que la gente genere confianza, pueda dialogar con un tostador, con un importador; de que el campesino pueda comprender su papel en la producción, pero ya no en la localidad sino en el mundo, y ese sí que fue un ejercicio difícil (Ausecha Chaux en Misión Tierra Territorios, 2011).

ExpoCosurca brinda servicios de exportación a diversas organizaciones campesinas, así como también a pequeñas empresas del sector. Entre ellas se encuentran la Federación Campesina del Cauca (FCC); la Asociación “Kwe’sx Uma Kiwe Pëykäjn Mjinsxisa” - Fondo Páez; la Asociación Orgánica del Cauca; la Asociación Nuevo Futuro; la Central Cooperativa Indígena del Cauca (CENCOIC); la Comunidad de Paz de San José de Apartadó; la Asociación de Productores Eco-

lógicos de Planadas (Asopep); la Asociación de Productores Agropecuarios de Cafés Especiales de Planadas (Asopap); la Fundación Gestar; SunTerra Coffee SAS.; y Especialistas del café y Sarria Import, entre otras.

Las organizaciones de productores como FCC, Orgánica, Fondo Páez, Nuevo Futuro, entre otras, son también las organizaciones con las cuales Cosurca está fortaleciendo la Iniciativa Colombiana de Pequeños Productores de Comercio Justo, Solidario y Sostenible, un proceso de articulación nacional que le permite a Cosurca mejorar los diálogos nacionales con la institucionalidad colombiana, y también regionales con CLAC, la Red Café de CLAC, o internacionales con el sistema *Fairtrade*, con *Fair Trade USA* o el Símbolo de Pequeños Productores (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

2.2 EL IMPACTO COMERCIAL DEL COMERCIO JUSTO ETIQUETADO *FAIRTRADE*

El número de empresas interesadas en relacionarse con la exportadora está en aumento, de acuerdo con el actual presidente de la junta directiva de ExpoCosurca. Ello se debe a que las relaciones con las demás organizaciones son buenas y a que ExpoCosurca hace una importante labor de puente, conectando sus clientes (las demás organizaciones) con posibles nuevos compradores internacionales (entrevista con Delacruz Muñoz, 2018). Gracias a ello, las exportaciones gestionadas por ExpoCosurca en 2017 ascendieron a 14.122 sacos de café de 70 Kg (988.540 Kg)¹⁰.

¹⁰ Según datos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y del Departamento Administrativo

Al momento de gestionar los contratos de exportación del café, ExpoCosurca también incluye el prefinanciamiento, que es otro de los principios fundamentales del comercio justo. Para el acopio del café, según la gerencia, el prefinanciamiento es un instrumento determinante, ya que permite tener la liquidez necesaria para comprar el café a las organizaciones socias y garantizar la exportación. En este sentido, Cosurca y sus clientes incluyen siempre el prefinanciamiento en los contratos de venta del café. En la mayoría de los casos, no es el cliente directamente quien proporciona el prefinanciamiento, sino unas entidades financieras solidarias, como *Root Capital*, *Incofin* o *Rabobank*, que trabajan activamente con organizaciones de pequeños productores de la economía solidaria (véase el cuadro 2.3).

El cliente, la entidad financiera y nosotros nos ponemos de acuerdo y definimos las reglas del juego en el contrato. Definimos los volúmenes, los precios, las calidades y el prefinanciamiento. Este último casi siempre al 60% del pedido final, que es la regla general *Fairtrade*. Las entidades internacionales de intermediación financiera se encargan de los contratos de prefinanciamiento basados en los contratos de compra en condiciones *Fairtrade*. Sin embargo, en ciertas ocasiones, por ejemplo con GEPA de Alemania, el cliente es quien prefinancia directamente la compra (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

Nacional de Estadística (DANE), en 2017 Colombia exportó 710.356 toneladas métricas de café: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>

Cuadro 2.2 ExpoCosurca: volumen y valor de las exportaciones, 2013 a 2017 (Sacos de 70 Kg para café y 60 Kg para cacao; y miles de dólares)					
Tipo de café	2013	2014	2015	2016	2017
Café Fairtrade convencional	14.640	13.510	13.120	3.431	3.372
Café Fairtrade orgánico	3.850	3.315	4.774	3.943	4.475
Café SPP orgánico		250	1.075	1.190	1.919
Café convencional	1.238	2.182	2.202	2.163	3.871
Cacao		920		833	475
Sacos totales	19.728	20.177	21.172	11.560	14.122
Ventas totales	6.557	7.766	7.084	3.988	4.783

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por ExpoCosurca.

A partir del 2003, Cosurca lleva a cabo procesos de planificación estratégica participativa en cada organización de base. Este proceso, que es parte de las exigencias del sistema *Fairtrade*, le permite identificar las prioridades para los planes trienales, programas y proyectos de inversión en los distintos ámbitos de intervención: aspectos económicos, productivos y comerciales, sociales, políticos, culturales y ambientales (Suyusama, et al., 2013).

Estar en el *Fairtrade* es otro mundo. Por su misma naturaleza demanda una organización empresarial que no puede ser la vieja forma de agremiación campesina con formas mediocres de administración. El *Fairtrade* es exigente y demanda preparación del personal, entendimiento del mundo de los mercados, de las finanzas y concepciones políticas sobre el desarrollo. Obliga a profundizar la democracia interna, los diálogos comunitarios, los planeamientos y las relaciones internacionales (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

De manera general, el equipo de Cosurca subraya que el entramado de criterios *Fairtrade* ha ayudado a los productores, asociaciones y

Cuadro 2.3 ExpoCosurca: fuentes y valores del prefinanciamiento para la exportación de café, 2013 a 2017 (En miles de dólares)					
Entidad	2013	2014	2015	2016	2017
Root Capital	1.192	1.068	1.069	908	1.686
Optco	868	1.110	360	50	
Gepa	102			263	
Incofin		589	793		
S.I.D.I.	150	300	400		
Coop. Coffees		148	225		
Rabobank		511	363		
Responsability	380				
Ethiquable				100	
CTM Altro-mercato					43
TOTAL	2.692	3.726	3.210	1.321	1.729

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por ExpoCosurca.

cooperativa a ser más organizados, a identificar mejor las responsabilidades internas de cada persona y nivel organizativo, y a fortalecer una cultura escrita que pueda acompañar la tradición oral que siempre ha existido en el campo.

En las entrevistas y grupos focales se pudo observar que Cosurca se ha desarrollado de la

manera que lo hizo, en gran parte, gracias al impacto de las relaciones de comercio justo. Si bien no todos los elementos del impacto son tangibles o cuantificables, y no todos pueden ser atribuidos únicamente al comercio justo, poder contar con clientes comprometidos hace la diferencia al momento de exportar un producto diferenciado.

Estar certificados *Fairtrade* nos permite hacer mejores gestiones comerciales. Tener que cumplir con sus normas nos obliga a capacitarnos, estar actualizados y tratar de superarnos siempre. Al mismo tiempo, ha mejorado nuestra gestión de los riesgos comerciales. Finalmente, el comercio justo es la imagen que Cosurca transmite en los mercados de manera constante. De lo contrario seríamos un café del montón (entrevista con Urbano, 2018).

A finales de 2017, Cosurca había acopiado 635.725 Kg de café pergamino seco, exportable y certificado *Fairtrade*, provenientes de

sus socios (véase el cuadro 2.4). El 52% de esta cantidad (330.000) también estaba certificado orgánico. Sin embargo, del volumen total, 40.000 Kg se tostaron y molieron para el mercado nacional y 60.000 Kg no se lograron comercializar.

Si bien entre 2010 y 2015 más del 80% de todo el café excelso se exportó en condiciones *Fairtrade*, para 2016 y 2017 este porcentaje se redujo a 71 y 66%, respectivamente. Según varios integrantes del equipo técnico de Cosurca, ello se debería a que en los últimos años se está viviendo una mayor competencia en los mercados internacionales de los cafés especiales y certificados.

La demanda de café *Fairtrade* y orgánico sigue creciendo, pero la oferta ha crecido más que la demanda. Esto presiona los precios hacia abajo y genera cierta crisis para países como Perú y Colombia que tienen muchas organizaciones de pequeños productores de café certificadas

Cuadro 2.4 Cosurca: datos comerciales del café <i>Fairtrade</i> seleccionados, 2010 a 2017 (En kilogramos)								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Volúmenes de café certificado <i>Fairtrade</i> acopiado por Cosurca (café pergamino seco)	526.631	613.104	690.560	652.140	502.550	752.765	482.232	635.725
Volúmenes de café exportable (café pergamino seco)	519.531	599.455	669.277	565.978	430.893	681.076	397.756	570.344
Volúmenes de café exportados (café excelso)*	415.624	479.560	535.420	452.780	344.705	544.860	318.200	456.275
Volúmenes de café exportados en condiciones <i>Fairtrade</i> (café excelso)*	364.350	398.300	409.500	414.400	339.500	529.690	225.610	302.750

Nota: * el volumen de café excelso puede bajar hasta un 20% respecto al café pergamino seco
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

Fairtrade. Desde nuestro punto de vista, se están certificando muchas organizaciones muy rápidamente y sin medir realmente las consecuencias o la capacidad de respuesta del mercado. Por otro lado, *Fair Trade USA* ha empezado a certificar plantaciones privadas también en el rubro del café, generando cambios en el mercado estadounidense de cafés de comercio justo. Finalmente, el protagonismo de grandes compradores como *Nestlé-Nespresso* está moviendo la balanza hacia organizaciones con porcentajes muy altos de grandes productores asociados, y no como nuestra cooperativa donde la gran mayoría tiene menos de cinco hectáreas. Es por esta razón, entre otras, que a nivel internacional se está discutiendo redefinir el porcentaje mínimo de pequeños productores¹¹ para que una organización pueda ser considerada como tal por el sistema y pueda certificarse *Fairtrade* (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

En 2010 casi un 80% del café se exportaba a un único comprador estadounidense (*Keurig Green Mountain*), y el restante 20% a solo dos europeos. En los siguientes años, las dificultades vividas con *Green Mountain* influyeron en la reducción de las exportaciones certificadas *Fairtrade* y, por tanto, en el cambio de estrategia hacia una mayor diversificación de los compradores en un mercado global del café cada vez más competitivo.

¹¹ Al criterio *Fairtrade* 1.2.1 para organizaciones de pequeños productores mencionado en la nota a pie de página 1 de este trabajo, se agrega el criterio 1.2.2 el cual establece que: «al menos la mitad del volumen de producto de Comercio Justo *Fairtrade* que se vende como Comercio Justo *Fairtrade* al año debe ser producido por pequeños productores» (Fairtrade International, 2011).

El hecho de estar certificados *Fairtrade* nos confiere un estatus más robusto a los ojos de los clientes internacionales y así poder buscar nuevos mercados. Sin embargo, en esta búsqueda, encontramos compradores interesados que no necesariamente requerían café certificado *Fairtrade*. O quieren otras certificaciones como *Rainforest Alliance* o *C.A.F.E. Practices*, pero nosotros optamos por no trabajar con estas certificaciones (entrevista con Urbano, 2018).

En este escenario, para que Cosurca siguiera garantizándose nichos de mercado certificados *Fairtrade*, fue necesaria una mayor diversificación de los clientes y de los mercados internacionales. A finales de 2017, la cooperativa contaba con tres clientes en los Estados Unidos (*OPTCO*, *Cooperative Coffee* y *Sun Coffee Roasters*) y seis en Europa: Alemania (*GEPA*), Francia (*Andines*, *Esperanza Café* y *Ethiquable*), Italia (*CTM Altromercato*) y Reino Unido (*Falcon*).

El cambio de estrategia también se debió a que: a) las ventas certificadas se volvieron más complejas en un mercado global del café en constante evolución; b) la cooperativa ha sido proclive a intensificar las relaciones con compradores medianos o pequeños, a fin de establecer una interacción cercana, transparente y más beneficiosa para ambas partes; y c) que se ha priorizado la búsqueda de otros nichos certificados, tanto orgánicos como con otra certificación de comercio justo (en este caso el Símbolo de Pequeños Productores – SPP).

«Estar asociados en Cosurca es una gran oportunidad. Nos permite conocer cómo funciona el mercado internacional, cómo se

negocia el café, a quién vendemos; eso nos motiva. A diferencia de cuando uno solo entrega el café a un intermediario y ahí se acaba el negocio. En Cosurca conocemos las ventajas de trabajar organizados. Trabajar unidos, a pesar de las dificultades, nos motiva aún más (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

Comercio justo es una red que [involucra] el productor, el exportador y el consumidor final. Hemos tenido la oportunidad de conocer personalmente a los clientes y a las empresas tostadoras de países europeos y Norteamérica (Luis Carlos Flor, productor de Asocamp, en Cosurca, 2015).

En junio de 2018, el precio de venta del café de Cosurca certificado *Fairtrade* parte de un mínimo de 1,4 dólares la libra, a lo cual se añaden 0,2 dólares de premio *Fairtrade*, 0,3 dólares de diferencial orgánico, 0,02 dólares si es Café Femenino y hasta 0,6 dólares por calidad y origen. Con ello se podría alcanzar un precio de venta de 2,52 dólares la libra. Sin embargo, según informó Freddy Urbano (2018), coordinador comercial de Cosurca, el precio real de bolsa estaba en torno a 1,18 dólares la libra y, en promedio, los compradores de Cosurca no pagaban más de 2,3 dólares.

Con los años, según el equipo técnico de Cosurca, todas las exportaciones han mejorado su calidad. Además, comercializar en los circuitos certificados *Fairtrade* y posicionarse como cooperativa de comercio justo, ha permitido a Cosurca participar más activamente de ferias internacionales y recibir más visitas de posibles compradores. Según se apreció durante

las entrevistas en terreno, el empoderamiento comercial se puede considerar como uno de los mayores beneficios y atractivo de la participación de una cooperativa como Cosurca en los circuitos internacionales *Fairtrade*. Sin embargo, según el gerente general de Cosurca, esta fortaleza puede verse disminuida al aumentar el ingreso de grandes comercializadoras y grandes productores en el sistema certificado.

El fortalecimiento organizativo interno es uno de los beneficios directos más importantes del comercio justo. Todo el aprendizaje que Cosurca ha vivido con el comercio justo permitió la creación de ExpoCosurca S.A., para gestionar de forma autónoma el anillo de la exportación y también poder ayudar directamente a otras organizaciones de la economía campesina territorial. Asimismo, el empoderamiento personal de los socios de la cooperativa es otra externalidad positiva del comercio justo.

Con Cosurca hemos aprendido a organizarnos, a diferenciarnos de los demás, porque reflexionamos sobre quiénes somos y hacia dónde vamos. Aquí Cosurca es la única entidad que realmente vela por el campesino y es transparente. Ya no nos da miedo identificarnos como campesinos asociados a una cooperativa, ni reunirnos en la misma mesa con compradores o consumidores de otros países. No nos avergonzamos de decir que somos agricultores porque ya lo valoramos (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

Este proceso de fortalecimiento y empoderamiento ha permitido mirar más allá de la sola materia prima certificada. Ello llevó a que, en 2009, se empezase a comercializar café tostado y

Cuadro 2.5 Cosurca: ventas, ingresos y precio promedio de venta del café *Fairtrade*, 2010 a 2017

(En miles de dólares y dólares por libra)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas totales de café certificado <i>Fairtrade</i> (en miles de dólares)	2.251	3.082	2.569	2.261	2.140	2.533	1.171	1.543
Ingresos totales (ventas menos gastos, incluyendo prima <i>Fairtrade</i> y diferencial orgánico) generados por la exportación de café certificado <i>Fairtrade</i> (en miles de dólares)	347	364	414	382	498	547	252	330
Promedio del precio de venta del café certificado <i>Fairtrade</i> a los compradores internacionales (en dólares por libra)	2,79	3,51	2,86	2,19	2,84	2,28	2,59	2,37
Precio promedio anual de la bolsa de New York promedio anual del café arábica (en dólares por libra)	1,67	2,54	1,71	1,23	1,80	1,29	1,36	1,32
Precio promedio anual pagado a los productores colombianos según la Organización Internacional del Café (ICO) (en dólares por libra)	1,80	2,39	1,66	1,13	1,59	1,19	1,23	1,25

Fuentes: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca. Para los precios de bolsa: <https://www.investing.com/commodities/us-coffee-c-historical-data>. Para los precios ICO: “Prices paid to growers in exporting countries – Annual Averages” desde la base de datos de la Organización Internacional del Café (ICO): http://www.ico.org/new_historical.asp

molido a nivel local y departamental. Las ventas de esos productos en 2009 ascendieron a más de 87.000 dólares. Para 2017 las ventas llegaron a casi casi 110.000 dólares (véase el gráfico 2.3).

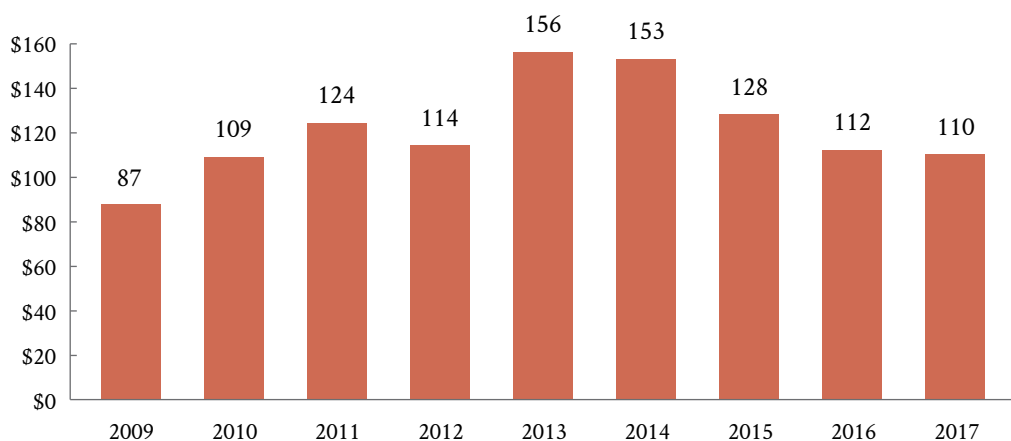
Poco a poco, el potencial del mercado nacional ha ido aumentando. En la actualidad, las ventas de café tostado y molido representan el 10% de las ventas totales de café. Los beneficios netos aún son mínimos: «Por lo general, terminamos los ejercicios anuales con ganancias en el orden de 20 o 30 millones de pesos (7 o 10 mil dólares). Estas cifras aún no son significativas dentro del balance global de la cooperativa. Esto

se debe a los gastos del proceso, relativamente altos respecto a los ingresos» (entrevista con Urbano, 2018).

Según Urbano (2018), al mantener Cosurca todos los principios de calidad y solidaridad también en este proceso de industrialización, casi no hay márgenes de ganancia. A diferencia de lo que hacen otras empresas que, por ejemplo, añaden colorantes artificiales o tuestan materia prima que en realidad no es café.

Sin embargo, este tipo de ventas de café tostado y molido está posibilitando un mejor po-

Gráfico 2.3 Cosurca: ventas de café tostado y molido, 2009 a 2017
(En miles de dólares)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

sicionamiento del trabajo cooperativo de Cosurca a nivel local y departamental y una mejor interacción con la población: «Además, con el café tostado y molido seguimos aprendiendo en temas de agroindustria y aprovechamos cafés que por normas no podemos exportar» (entrevista con Urbano, 2018).

La principal ventaja del mercado doméstico, según varios de los entrevistados, es la estabilidad del precio de venta frente a las fluctuaciones cambiarias entre dólar y pesos colombianos. Al vender el producto en la misma moneda en que se realizan los gastos operacionales y se desembolsan los costos fijos, se elimina parte de la incertidumbre que la variación cambiaria genera respecto del valor de los ingresos finales en las transacciones internacionales. Sin embargo, este mercado también tiene sus desventajas, por ejemplo en términos de desgaste administrativo y lo-

gístico, o gastos de transporte. Cosurca busca reducir este desgaste ampliando la oferta de productos terminados. En la actualidad, también se están comercializando los jugos de fruta natural DeliSur. En el corto plazo, se prevé comercializar panela orgánica y, en el mediano plazo, también cacao orgánico, tanto para el mercado doméstico como internacional.

La mayoría de los productores de Cosurca no manejan la información comercial o los términos del precio mínimo y premio *Fairtrade*. Estos aspectos son conducidos por los representantes legales y directivos de cada asociación de base. Con ellos se cuantifican las liquidaciones del precio de venta y del premio *Fairtrade*, revisando los proyectos de inversión para mantener la transparencia necesaria, seguir fortaleciendo la gestión interna y cumplir con la norma *Fairtrade*. Sin embargo, varios

de los productores entrevistados tienen ideas claras sobre la situación actual de los gastos de producción, del precio mínimo *Fairtrade* y la necesidad de seguir ajustándolo a la realidad productiva:

Para mí “comercio justo” significa sobre todo que se pague un precio justo al productor, un precio que realmente reconozca su trabajo y le permita seguir manteniéndose en el campo, enamorado de la agricultura. En este momento creo que aún no se está pagando un precio justo. El precio que recibimos los productores debería ser más alto, aún no es justo. [...] Si fuera precio justo, el precio debería establecerlo el productor que sabe realmente lo que invierte en la finca y el trabajo que le dedica a la producción (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

El comercio justo es un movimiento comercial, social y ambiental, sujeto a normas para muchos productos, no solo café. En este momento no me parece tan justo, por ejemplo, el precio aún es bajo y muchos grandes actores económicos están incursionando el movimiento, arrinconando a los pequeños. [...] Además, debemos cumplir con muchas normas para certificarnos, de lo contrario no podemos vender el producto. Pero las normas y las exigencias son muchas y nos aprietan demasiado. [...] Sin embargo, sí ha sido el motor para nosotros, para seguir invirtiendo en las fincas y sacar productos de calidad (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

De manera aproximada, Cosurca calcula que, en promedio, una familia productora con una hectárea cultivada a café podría recibir cerca de

2.800 dólares al año por la venta del producto. Esta cantidad representaría indicativamente el 70% de los ingresos totales de este tipo de familia. Según comenta la productora Melfi Bello, al final de la cosecha, después de haber cubierto todos los gastos fijos, a la familia le queda alrededor de 525 dólares al año. Según ella, el beneficio más relevante del comercio justo es la estabilidad en la relación comercial: «desde un comienzo, yo ya sé que voy a vender mi café a la cooperativa, y en buenas condiciones» (entrevista con Bello, 2018).

Los productores entrevistados subrayan que el café es un buen aporte a la economía familiar, pero también recalcan que depender solo del café no es siempre sostenible. La mayoría de ellos se dedica exclusivamente a la agricultura, pero de manera diversificada, donde la caña de azúcar, los frutales, las especies menores y las huertas caseras acompañan la producción del café, generando otros ingresos y permitiendo ahorrar. No obstante, existe un grupo de productores que también se dedica a otras actividades no agrícolas.

Según varios entrevistados, vivir solo del café es realmente complicado, sobre todo porque los ingresos del café llegan una vez al año, al momento de la entrega de la cosecha. Además, el costo de la vida en aumento, la persistencia del conflicto y de los cultivos de uso ilícito son otras razones.

En la última cosecha produje casi 180 arrobas de café¹² y las pude vender a un precio de 77-80 mil pesos (28 dólares). Eso más o menos

¹² Una arroba equivale a 25 libras de café, 11,3 Kg.

me generó unos 14 millones de pesos (4.900 dólares), como ingreso anual por la venta del café. Al final del año, cubiertos los demás gastos fijos, me quedaron alrededor de 3 millones de pesos (1.050 dólares). Pero esta suma no es suficiente, por ejemplo, para cubrir los estudios universitarios anuales de mis dos hijas (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

Otro productor comentó que los consumidores y compradores de café son cada vez «más exigentes en términos de calidad. Esto significa que los productores debemos trabajar cada vez más duro y eso eleva los costos. Sin embargo, por el otro lado, lo que aportan los compradores y consumidores aún no es suficiente» (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

En la entrevista con el productor Luis Jiménez (2018), se percibe que la sostenibilidad económica de las familias campesinas es cada vez más difícil, especialmente en el municipio de Argelia, duramente golpeado por el conflicto. Por la presencia de los cultivos de uso ilícito, además, el precio de la canasta familiar, o los costos de cualquier actividad que se quiera emprender, son muy altos. En este sentido, él subraya que es muy importante diversificar las actividades productivas: «Entre el café, la caña y el pasto, en mi familia logramos mantenernos dedicándonos solo a nuestra finca, sin necesidad de otras actividades como antes. Hemos empezado también un pequeño emprendimiento vendiendo nuestro café tostado y molido a nivel local y nos ha resultado» (entrevista con Jiménez, 2018).

2.3 LOS CRITERIOS *FAIRTRADE* EN ÁMBITO SOCIAL Y DE DESARROLLO

Los principales criterios *Fairtrade* para los ámbitos sociales y de desarrollo fueron revisados con Ruber Papamija, técnico responsable de los controles internos para la certificación *Fairtrade* y orgánica, y miembro de la Asociación de Productores Agroecológicos de Balboa. Se enfatizaron principalmente aquellos criterios donde fue necesario tomar alguna medida correctiva o se evidenció alguna duda, según fue reportado durante las auditorías de FLO-Cert, la entidad certificadora encargada de evaluar el cumplimiento de los criterios de comercio justo *Fairtrade*.

A) Trabajo infantil

Los criterios sociales de Fairtrade International (2011) en los cuales Cosurca realmente tuvo alguna dificultad fueron los relativos al trabajo infantil:

3.3.7 Usted y los miembros de su organización no deben emplear a menores de 15 años o menores de la edad definida por la legislación local, la que sea más alta.

3.3.8 Los hijos menores de 15 años de los miembros pueden ayudarlos en sus fincas bajo estrictas condiciones: usted debe asegurarse de que trabajan sólo después de la escuela o durante los días festivos, que el trabajo que hagan sea apropiado para su edad y condición física, que no trabajen jornadas largas y/o bajo condiciones peligrosas o de explotación y que sus padres o tutores los supervisen y orienten.

En casi todos los países productores de café se presentan situaciones al límite entre el cumplimiento y la necesidad de medidas correctivas respecto a estos criterios. Según Papamija las dificultades de cumplimiento se deben a factores culturales, tradicionales y económicos, estos últimos a raíz de la crisis que hoy en día vive el campo colombiano. Los jóvenes de entre 14 y 17 años están acostumbrados a participar de diferentes actividades agrícolas de la familia directa o de otros familiares, especialmente en los periodos de cosecha, que son casi los mismos de las vacaciones de verano. Sin embargo, la legislación colombiana fija la edad a partir de la cual se es legal trabajar en los 18 años y, según Papamija, prácticamente todas las actividades agrícolas relacionadas con el rubro cafetero son consideradas por el Estado como potencialmente peligrosas para el desarrollo de los adolescentes. «Los jóvenes de 15, 16 o 17 años ya tienen todas las capacidades para participar de las labores agrícolas básicas y quieren participar de ellas; pero nosotros sabemos que su educación y salud vienen primero» (entrevista con Papamija, 2018).

En sus asambleas y actividades, Cosurca y las asociaciones de base tuvieron que poner un énfasis especial en estos aspectos, en particular después del caso de una familia productora con la cual se tuvo que tomar medidas correctivas a raíz del incumplimiento del criterio 3.3.7.

A raíz de este problema tuvimos que volver a explicar más claramente el alcance de estos criterios en talleres y asambleas, produciendo nuevos materiales informativos y pidiendo a los productores que firmaran un compromiso claro con la organización, para que se responsa-

bilizaran mayormente de las consecuencias que podría tener su incumplimiento (entrevista con Papamija, 2018).

Las familias campesinas se enfrentan entonces al dilema sobre cómo enseñar a los hijos las labores agrícolas, controlando de cierta forma su involucramiento, pero sin el temor al castigo.

Obviamente los niños deben cumplir con las etapas de formación para que sean personas cada vez más libres en el pensamiento; pero no debemos dejar de lado la cultura de la cual venimos. Mi papá siempre me llevaba al campo para aprender de sus actividades. Por esta razón, hoy me gusta el campo y aplico en mis labores agrícolas las enseñanzas de mi padre (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

Lo que se plantea desde el comercio justo es importante, los menores de edad deben estar estudiando y vivir la etapa de crecimiento. En la asociación nos hemos capacitado mucho en estos aspectos y no se ve explotación infantil. Nosotros necesitamos jóvenes más preparados para poder avanzar en los procesos organizacionales. Pero también deben aprender a vivir en el campo, a cogerle cariño a la agricultura, al café. Yo tengo un hijo de 18 años, ya tiene su finca. Quiere seguir estudiando, pero también quiere vivir en el campo (entrevista con Bello, 2018).

Los productores que participaron del grupo focal confirman que los temas relativos al trabajo infantil, desde la legislación vigente hasta las normas *Fairtrade*, se han compartido en reiteradas ocasiones y capacitaciones con todos los asociados. Uno de ellos comentó la necesidad

de una revisión atenta del criterio, debido a que este requiere adaptarse mejor a la realidad de las zonas rurales, especialmente las más pobres, donde escasean las oportunidades para las nuevas generaciones: «desde muy pequeño yo sabía sembrar un árbol, abonarlo, verlo crecer, conocer las malezas nobles y las agresivas. Mis abuelos me enseñaron, sin forzarme u obligarme, pero sí haciendo de todo para que yo me interesara en esas actividades» (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018). Otro comentó el peligro representado por las nuevas tecnologías, que están alejando de la agricultura tanto a los jóvenes como a los adultos. Es una consideración interesante para entender cómo las nuevas tecnologías adaptadas a las necesidades campesinas podrían, al contrario, convertirse en herramientas útiles para hacer de la agricultura una actividad económica atractiva para muchos.

Nosotros no tenemos una política de trabajo infantil porque nos acogemos a todas las leyes que naturalmente están por encima de las normas de cualquier certificación. La legislación laboral en Colombia, además, está avanzando fuertemente y últimamente ha vivido varias reformas y actualización al tenor de las normas internacionales de la OIT. Sin embargo, desde la cooperativa seguimos haciendo un trabajo de información y capacitación muy importante para erradicar el trabajo infantil en las actividades rurales (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

B) Condiciones del empleo

En el ámbito laboral y de las condiciones de empleo, según el equipo de la cooperativa el impacto del comercio justo es menos visible.

Como confirma la gerencia, a partir las auditorías de la entidad certificadora FLO-Cert, la cooperativa cumple a cabalidad con los criterios relativos a: libertad de asociación y negociación colectiva, condiciones de empleo, salud y seguridad laboral (véase el anexo).

Las actividades comerciales, administrativas, técnicas y de proyectos necesitan y permiten la contratación de personal adecuado, así como su constante capacitación. Durante la visita en terreno, se pudo entrevistar a dos empleados de la cooperativa, para conocer más sobre el ambiente laboral y otros aspectos de crecimiento personal y profesional.

Rigoberto Bastidas tiene 50 años, es hijo de campesinos y se ha formado como profesional en el área de administración de empresas. Llegó a Cosurca en el año 2015 para desarrollar una consultoría contable de breve duración, pero finalmente se quedó con un contrato laboral.

En lo personal estoy contento porque me dieron la posibilidad de seguir aquí en la cooperativa. El trato laboral es bueno y se fomentan buenas relaciones humanas; la gerencia y los jefes de área siempre son muy solidarios, sencillos y abiertos al diálogo con los empleados. No es como en otras empresas donde uno nunca conoce al gerente. Esta es una gran fortaleza de Cosurca. Además estoy aprendiendo muchas cosas, que luego puedo aplicar en la finca de la familia, con el café, los cítricos, los aguacates, entre otros productos. Incluso me han ofrecido apoyo para sembrar cacao, que es otro proyecto que recién arranca en la cooperativa. A pesar de que quizás las condiciones económicas no son

las mismas como en otras empresas privadas, yo sí quisiera seguir en la cooperativa (entrevista con Bastidas, 2018).

Carolina Ante Campo tiene 25 años, también es hija de campesinos y actualmente se desempeña como secretaria general de la cooperativa y de su empresa exportadora.

Hace tres años empecé aquí en Cosurca realizando mi pasantía de Gestión de Empresas Agropecuarias en la parte comercial y laboratorio de calidad. Me fue muy bien y me contrataron con el mínimo legal a pesar de no tener aún el título profesional. Luego asumí el cargo de secretaria y la cooperativa me ha apoyado con un crédito para la carrera de Administración de Empresas que estoy a punto de terminar. El ambiente laboral es bueno, siempre tenemos opciones de aprendizaje y la cooperativa nos asegura todas las prestaciones sociales y de salud. Además, como en mi caso, con los diferentes proyectos que se abren, los empleados de Cosurca tenemos opciones para incrementar responsabilidades e ingresos, y así mejorar nuestras condiciones de vida (entrevista con Ante Campo, 2018).

Desde que Cosurca cuenta con más de 20 trabajadores empleados¹³, los criterios de certificación

¹³ En la sección sobre “Libertad de asociación y negociación colectiva” de los criterios para organizaciones de pequeños productores, se especifica lo siguiente: «Los requisitos básicos de esta sección son aplicables a todos los trabajadores empleados por usted y por los miembros de su organización. Los requisitos de desarrollo de esta sección solo son aplicables si usted emplea a un número significativo de trabajadores y a sus miembros que empleen a un número significativo de trabajadores. El órgano de certificación define lo que es un número significativo.

Fairtrade fomentan la conformación de sindicatos o comités de trabajadores. Ello es especialmente cierto en aquellas zonas como el municipio de Timbío, donde se encuentra la sede e industria de la cooperativa y donde no existen sindicatos. Sin embargo, según los trabajadores entrevistados, nunca se sintió la necesidad de conformar un sindicato. Desde la gerencia se explicó en varias ocasiones esta posibilidad, pero los trabajadores de Cosurca están conformes con las relaciones laborales, el trato profesional y al mismo tiempo familiar y comunitario, que se mantiene dentro de la cooperativa.

Según Papamija, en varias ocasiones los auditores hablaron directamente con diferentes trabajadores y pudieron constatar que en este momento las características de las relaciones laborales en la cooperativa no ameritan la conformación de una asociación de trabajadores o un sindicato.

En cuanto a eso, en Cosurca nunca hemos tenido la necesidad de conformar un sindicato de trabajadores. El compañerismo es alto y nos sentimos como en familia. Incluso podríamos afiliarnos como socios, pero para eso necesitamos tener un terreno y ser productores. No todos los empleados somos productores, pero la visión de la organización es fomentar que los trabajadores también puedan llegar a serlo (entrevista con Ante Campo, 2018).

Esta definición puede variar en función de la región, el criterio y los riesgos identificados» (Fairtrade International, 2011). Según la práctica que la entidad certificadora FLO-Cert ha desarrollado con las organizaciones de pequeños productores, 20 es el número de referencia en la actualidad (FLO-Cert, 2017: 122-124).

C) Democracia, participación y transparencia

En términos de democracia, participación y transparencia, el equipo de Cosurca reconoce que, a veces, se pueden presentar algunas dificultades debidas a las actitudes y características de ciertas personas que quieren imponer sus decisiones.

4.2.1 La estructura de su organización debe tener:

- una Asamblea General como el cuerpo decisorio supremo dónde todas las decisiones principales son discutidas y tomadas,
- igual derecho de voto para todos los miembros en la Asamblea General,
- un Consejo elegido en elecciones libres, justas y transparentes.

Por ejemplo, en cuanto a la participación en los órganos directivos de las asociaciones de base, lo que puede ocurrir es que algunas personas tiendan a influenciar a sus compañeros para quedarse en los cargos o tomar las decisiones. Estas actitudes pueden llegar a verse poco justas o poco transparentes. Sin embargo, las auditorías no han encontrado que se hayan generado problemas hasta ahora. Las elecciones son libres, pero el grado de influencia de las personas es obviamente variable. Son desafíos que, a juicio del equipo de Cosurca, no se están dando a nivel de la cooperativa (segundo grado), sino a nivel de alguna asociación de base.

Finalmente, el último criterio, entre los considerados, en el cual se dieron ciertas dificultades guarda relación con el manejo de cuentas bancarias para las transacciones relativas al premio de comercio justo:

4.2.10 Usted debe tener una cuenta bancaria con más de un signatario, a menos que esto último sea imposible. Si usted es una organización de 2º o 3er grado, debe tener una cuenta bancaria activa registrada su nombre. Si la Prima *Fairtrade* es traspasada al nivel de las organizaciones miembros, las organizaciones miembros individuales deben tener cuentas bancarias activas registradas a su nombre.

La realidad de los servicios bancarios en los municipios rurales se aleja bastante de lo idealmente requerido: «son regiones rurales con muchos atrasos y en los bancos presentes no existen las capacidades para poder atender de manera rápida a asociaciones de base como las nuestras, que manejan un flujo comercial importante y que necesitan liquidez al momento de la compra del café» (entrevista con Papamija, 2018). De acuerdo con los productores, los bancos de los municipios son lentos y caros para el nivel de comercialización anual de las asociaciones. Por esta razón, cada asociación tiene una cuenta en un banco en Popayán (la cabecera departamental); sin embargo, según comenta Papamija, algunos bancos desactivan automáticamente las cuentas que no tienen movimientos durante 6 meses. Dado que el flujo del negocio del café se maneja una vez al año en periodo de cosecha, y los representantes legales de las asociaciones pueden también cambiar con periodicidades distintas, las dificultades aumentan. En este entendido, se trataría más bien de un problema del sistema bancario que de la misma cooperativa, debido a que esta sí está implementando todas las acciones necesarias para cumplir con el criterio.

D) Potencial de desarrollo

En los criterios de desarrollo incluidos también en este análisis, se presentaron algunas dificultades técnicas y de contabilidad al momento darle seguimiento a los recursos del premio *Fairtrade*, según indica el plan de desarrollo:

4.1.4 Usted debe tener un sistema contable que realice un seguimiento preciso de los gastos del Plan de Desarrollo de Comercio Justo *Fairtrade*, y en particular identifique de forma transparente la Prima de Comercio Justo *Fairtrade*. Usted debe poder demostrar que la Prima Comercio Justo *Fairtrade* se usa siguiendo las normas apropiadas.

Según el equipo de Cosurca, el nivel de detalle requerido en términos de contabilidad puede convertirse en algo inmanejable. Ello sería especialmente cierto para una organización de segundo grado.

Nuestras asociaciones de base reciben recursos desde Cosurca bajo diferentes conceptos: contratos *Fairtrade*, diferenciales orgánicos y prima *Fairtrade*. Si un productor decide invertir parte de lo que recibe en mejorar la vivienda, es muy difícil desde el punto de vista contable poder establecer claramente qué porcentajes de estos tres conceptos están siendo usados para la mejora en la vivienda; porque no va a ser solo el premio. Así que, como Cosurca, podemos tener claridad contable sobre el 100% de lo que la asociación de base recibe, y promovemos que las inversiones se gestionen desde ese nivel, responsabilizando tanto la asociación como el productor a que se respeten los planes de desarrollo establecidos en las asambleas. Sin embargo, manejar las infor-

maciones de otra forma, que quizás se ajustaría más al modelo requerido por las auditorías, nos generaría demasiado trabajo para demostrar inversiones que a veces resultan ser menores al valor del tiempo invertido para justificarlas (entrevista con Papamija, 2018).

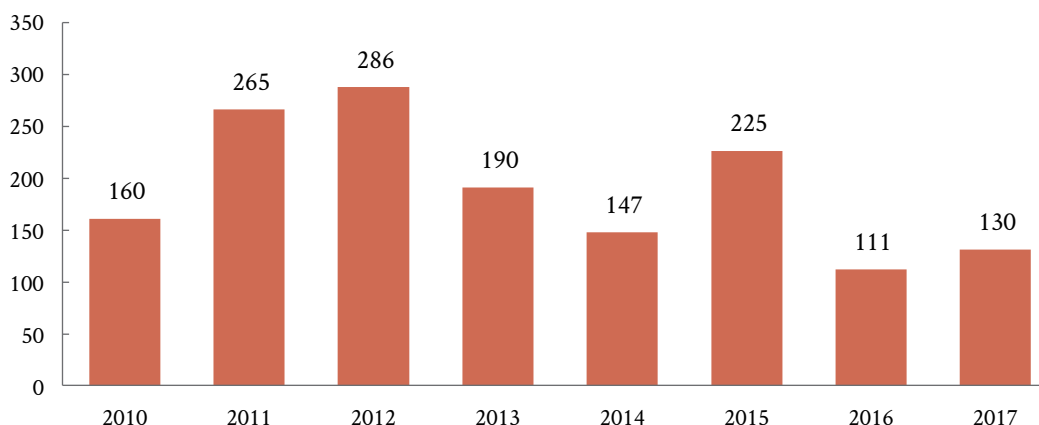
Al principio, Cosurca entregaba el dinero directamente al productor y, posteriormente, este presentaba a Cosurca los soportes (facturas, boletas, etc.) de las inversiones hechas con el premio. Sin embargo, ahora son las asociaciones de base quienes compran todos los materiales y realizan las inversiones consideradas como necesarias por cada productor, y toda la contabilidad es llevada por la asociación de base, con apoyo de un contador contratado por Cosurca. De esta manera se siguió mejorando la transparencia en la gestión del premio y, además, se ahorra más dinero posibilitando compras en conjunto.

La mayoría de los criterios han ayudado a establecer claramente los compromisos, derechos y deberes de cada persona y organismo. Este elemento es considerado como otro importante beneficio del comercio justo *Fairtrade*, ya que indirectamente fomenta el fortalecimiento interno de la organización y la prepara adecuadamente para los mercados internacionales.

2.4 EL PREMIO *FAIRTRADE* Y LOS BENEFICIOS SOCIALES

Como organización certificada *Fairtrade*, Cosurca ha podido mantener desde el año 2000 su principal actividad económica: la exportación del café de sus miembros. Los ingresos asociados a estas ventas han garantizado un constan-

Gráfico 2.4 Cosurca: montos del premio *Fairtrade* por el café exportado, 2010 a 2017
(En miles de dólares)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca proporcionados en pesos colombianos.

te flujo de excedentes y primas sociales, que benefician directamente a los productores asociados y sus organizaciones de base.

Cosurca compra el café de sus socios a precio de mercado y, en la Asamblea General del mes de marzo del año siguiente, se presentan todos los datos correspondientes a las ventas e ingresos del año anterior. En ese momento, todos los productores conocen en qué condiciones se ha logrado vender el café y deciden qué porcentaje de los ingresos y del premio se destinan al nivel de Cosurca y al nivel de las asociaciones de base. Después de la Asamblea General, se procede a las liquidaciones del café vendido. En ese momento, las asociaciones reciben los ingresos adicionales y el premio que invertirán según las decisiones tomadas internamente con sus productores. En 2017, Cosurca contó con un total de aproximadamente 130 mil dólares, en concepto de premio *Fairtrade*. Si se divide el premio total

por el número de asociados en ese momento, el monto total representó una inversión *per cápita* de 96 dólares.

Asimismo, el premio *Fairtrade* representa un incentivo que apalanca otros recursos provenientes de distintas fuentes. De esta manera, la cooperativa invierte anualmente en diferentes ámbitos sociales y de desarrollo, pero principalmente en los siguientes cinco: 1) la producción y productividad del café¹⁴, los procesos de postcosecha, y la seguridad alimentaria y nutricional de las familias asociadas; 2) la salud y educación de las comunidades en su conjunto; 3) vivienda y saneamiento básico; 4) ambiente y agroecología; y 5) desarrollo organizacional (véase el cuadro 2.6).

¹⁴ Al momento de este estudio, la productividad promedio por hectárea en café pergamino seco era de 950 Kg por cosecha.

Cuadro 2.6 Cosurca: ámbitos de inversión del premio *Fairtrade*, 2013 a 2016
(Miles de dólares)

Ámbitos	2013	2014	2015	2016
Producción y productividad del café, procesos de postcosecha del café y seguridad alimentaria	151	317	171	118
Salud y educación	11	5	9	10
Vivienda y saneamiento básico	0	5	9	23
Ambiente y agroecología	0	0	68	137
Desarrollo organizacional	98	65	51	88

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

Nota: Los valores, aproximados, incluyen recursos del premio *Fairtrade* que Cosurca transfiere a las asociaciones de base, más las aportaciones de las organizaciones de base y de otras fuentes.

Dado que el premio *Fairtrade* es pequeño, gran parte¹⁵ se reinvierte en la misma actividad productiva y de beneficio húmedo y seco, para poder mejorar productividad y calidad del café, y así generar mayores ingresos.

Desde que estamos en Cosurca, las fincas han cambiado totalmente. Por ejemplo, gracias a los aportes del comercio justo ya la mayoría de las fincas cuentan con las maquinarias necesarias para despulpar los granos de forma automatizada. Nos ahorramos tiempos y trabajo que podemos dedicar a otras actividades o a descansar (entrevista con Jiménez, 2018).

Gracias al premio *Fairtrade*, en mi finca mejoramos el beneficio húmedo y seco para la preparación del café antes de la venta a la asociación de base. Además, lo invertimos en el manejo de la finca y en la parte de sostenibilidad ambiental (entrevista con Bello, 2018).

Sin embargo, los productores que participaron del grupo focal mencionaron también otros ámbitos concretos en los cuales pudieron invertir el premio: a) la educación de los hijos; b) la compra conjunta de una casa para la sede de una asociación de base; c) mejoras en las viviendas; y d) apoyos en aspectos de salud, entre otros.

Yo tengo una finca de 3 hectáreas en total, solo 1,5 hectáreas en café, en la otra parte tengo cultivos para el consumo familiar o la venta local. Todo el café lo vendo a Cosurca. De una cosecha, más o menos recibo 7 millones de pesos (cerca de 2.500 dólares). De estos 7 millones creo que un millón se queda como ingreso familiar. El premio *Fairtrade* llega después y, de acuerdo con los ejes que establecemos en la asociación, todos los productores nos beneficiamos de diferentes inversiones, en aspectos como la vivienda, los beneficios húmedo y seco, los créditos, entre otros. En mi caso podría considerar hasta 700 mil pesos (aproximadamente 250 dólares) de inversiones en concepto de premio (entrevista con Ledezma, 2018).

¹⁵ El 31% en 2016, 55% en 2015, 80% en 2014 y 58% en 2013, según los datos disponibles a mediados de 2018.

Si bien la decisión sobre los ámbitos de inversión del premio y las demás aportaciones es tomada por los productores en la asamblea de Cosurca, son sus directivos –integrantes del consejo de administración– quienes velan para que dicha decisión se implemente a través del equipo de gestión de la cooperativa. Considerando la priorización decidida por la asamblea, se formulan los perfiles de proyectos que la administración de Cosurca revisa y aprueba, ya que deben enmarcarse en el plan de trabajo y de inversión trienal.

De los distintos ámbitos que se toman mayormente en consideración para la elaboración de los planes de desarrollo, ambiente y producción agroecología vienen asumiendo una importancia creciente en las inversiones del premio *Fairtrade*: 22% en 2015 y 36% en 2016. Producción orgánica o agroecológica es hoy una apuesta central del proyecto productivo y solidario de Cosurca.

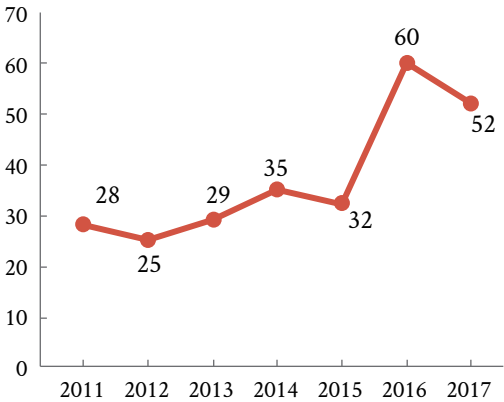
En esta región, los campesinos de por sí tienen una relación con la naturaleza distinta a la agricultura convencional. El *Fairtrade* permitió validar y volver a reconocer formas de agricultura tradicional distinta al modelo convencional imperante y subvencionado. Ello incluso validó trabajos de resistencia de los campesinos (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

El reconocimiento de parte del movimiento por un comercio justo de las formas tradicionales de producción de café en Colombia se tradujo en nuevas opciones de mercado. Ello, a su vez, fomentó una mayor sostenibilidad económica de las apuestas orgánicas y agroecológicas, más amigables con el medio ambiente,

pero frenadas por los intereses de la agricultura convencional.

El comercio justo, por tanto, dio nuevo impulso a la agricultura orgánica y a los diferentes factores de sostenibilidad de la tierra (entrevista con Ausecha Chaux, 2018). En la actualidad, el 52% del café acopiado en Cosurca es orgánico (véase el gráfico 2.5).

Gráfico 2.5 Cosurca: peso del café orgánico en el acopio total de café, 2011 a 2017
(En porcentajes)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

En la actualidad, en todas las asociaciones de base se producen abonos orgánicos para mejorar la fertilidad de los suelos. Este es un componente vital en muchos de los proyectos que se están llevando a cabo. La cooperativa tiene planeado invertir nuevos recursos para mejorar la producción de abonos, ampliar el sombrío en las fincas, implementar medidas de adaptación al cambio climático y producir nuevas plantas en viveros. Todas estas acciones posibilitarán a sus asociados un crecimiento más sostenido de la producción orgánica.

Cuadro 2.7 Cosurca: productores orgánicos o en transición, 2017
(Número de socios)

Asociación de base	Productores orgánicos o en transición	
	Si	No
ASOPROA	107	23
ASPROBALBOA	50	126
ASOCAFE	18	43
ASPROSUCRE	146	55
ASPROSANLOR	78	39
ASPROALMAGUER	69	3
ASPROSUR	87	53
ASPROSI	109	76
ASPROCOP	66	46
FRUTAS Y FUTURO	23	23
ASOCAMP	43	71
Total	796	558

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Cosurca.

El desafío es grande, especialmente cuando las fincas son pequeñas como es el caso de los productores asociados a Cosurca. Cuanto más pequeñas, más difícil es promover rotación y descanso para la regeneración de los suelos. Por tanto, hay que invertir más en abonos orgánicos y buenas prácticas agrícolas que mantengan la fertilidad de los suelos (entrevista con Angulo Velasco, 2018).

En este ámbito, el acompañamiento del equipo de Cosurca es muy importante. La asistencia técnica para el desarrollo de capacidades en el manejo de la finca es un aspecto bien valorado por los productores entrevistados.

El mayor apoyo que recibimos de Cosurca son los técnicos y promotores que nos acompañan en las labores de finca. Esto es primordial. Aprendemos a hacer abonos, a manejar las plagas, a tomar medidas de adaptación al aumento de las temperaturas. Las mejoras en calidad dependen mucho de todo este apoyo técnico (entrevista con Magín Papamija, 2018).

El proceso de capacitación constante dentro de Cosurca nos ha permitido avanzar, a mi juicio, en los aspectos ambientales, de manejo de la finca y de los recursos naturales, y en los aspectos sociales relacionados con el empoderamiento de nosotros los productores y con el intercambio y el involucramiento de las comunidades en el desarrollo de nuestros territorios. Empezamos a dialogar directamente con personas e instituciones a nivel departamental y nacional, con personas de otros países... ahora hay una capacidad instalada y todo esto gracias a Cosurca. Es como mi segunda escuela (entrevista con Jiménez, 2018).

Se aprovechan al máximo todos los saberes de los técnicos; son bien preparados y mucho depende de ellos. [...] Sin embargo, debemos considerar que el proceso de desarrollo de capacidades y asistencia técnica es compartido, entre el profesional y el productor, porque el productor también sabe y comparte; por tanto, el intercambio es continuo y gracias a ello se ven los resultados. [...] Nadie nos obliga a hacer las cosas de cierta manera, el proceso de aprendizaje se basa en la construcción de autonomía del productor, alimentado por el compartir de saberes (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

Cosurca no debe abandonar nunca la dinámica de formación y capacitación continua. Sobre

todo porque siempre hay nuevas personas que quieren entrar a las asociaciones y, por tanto, hay que empoderarles del proceso así como nos empoderamos nosotros (entrevista con Bello, 2018).

Paralelamente a la producción orgánica y agroecológica, la seguridad alimentaria también representa un eje fundamental del trabajo en las fincas de los socios de Cosurca:

Un tema muy importante para nosotros es nuestra capacidad de producir nuestros alimentos en tiempos de guerra. Si producimos buenas cantidades de trigo, frutas y vegetales que podamos almacenar, estamos limitando que nuestra gente abandone la tierra. Es este cambio de vida que nos permitió vivir durante una guerra que duró 40 años (Ausecha Chaux en BTC, 2012: 75).

Todos los productores de café de Cosurca tienen parcelas diversificadas, práctica frecuente en dicha zona del país. Los técnicos y productores promueven esta manera de cultivar, que retoma las enseñanzas de los más viejos y antepasados.

Tengo una parcela de hectárea, con 4.000 árboles de café con sombrero, en asocio con frutales, plátano, caña de azúcar y bosques. Preparamos nuestros abonos y bioles naturales con el estiércol de los animales y toda la materia orgánica de la finca. Además, cultivo una huerta casera con hortalizas, para una alimentación más sana de la familia. Producimos sin contaminación y de calidad tanto el café como lo que comemos todos los días. Lo que sobra lo intercambiamos con los vecinos (entrevista con Bello, 2018).

En nuestra asociación todos tenemos una huerta casera, es un tema que hemos trabajado y nos ha dado buenos resultados. La diversificación productiva era algo normal antes. Luego llegó la coca. Yo mismo cultivé coca entre los 15 y 20 años. Desde que nos asociamos volvimos a insistir en la diversificación. Yo tengo 4 hermanos que también son socios; entre ellos y los vecinos nos intercambiamos cebollas, habichuelas, plantas medicinales, maní, maíz, frijoles, cítricos, aguacate y panela. En el caso de la cebolla también logramos comercializarla a nivel local, aunque no le dedicamos mucho tiempo (entrevista con Jiménez, 2018).

Con recursos provenientes de las relaciones comerciales y de proyectos de desarrollo, Cosurca ha invertido también en mejorar las infraestructuras y logísticas de las asociaciones de base, su gestión local y regional. Hoy, al igual que Cosurca, cada una de las asociaciones cuenta con legitimidad social e institucional, y un reconocimiento local y regional importante. Según Blanca Mery Flor, de la asociación de base Asocamp, Cosurca «es una organización más amplia, que llega más al campesino, en las capacitaciones y también en la siembra de café orgánico, para que nos llegue el precio más directo» (Cosurca, 2015).

En el ámbito de la salud, el apoyo económico de Cosurca es limitado. El fondo de solidaridad creado por ley al constituirse la cooperativa contemplaba para el bienio 2017 y 2018: a) 790 dólares para apoyos médicos; b) 515 dólares para auxilios funerarios; y c) 420 dólares para necesidades básicas en alimentación (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

2.5 LA INCLUSIÓN DE LOS JÓVENES MEDIANTE UNICAMINOS

Uno de los principios fundamentales del movimiento por un comercio justo es involucrar y apoyar a los grupos poblacionales más vulnerables: niños, jóvenes, mujeres y adultos mayores que necesitan, especialmente en las zonas rurales, atenciones diferenciadas. En los últimos años, dentro de las organizaciones latinoamericanas y caribeñas de pequeños productores de comercio justo *Fairtrade* –tanto a nivel nacional como regional–, la inclusión de los jóvenes ha ido asumiendo una importancia creciente.

La dimensión intergeneracional se considera indispensable para la sostenibilidad a largo plazo de la actividad productiva y comercial, pero sigue siendo uno de los retos más importantes que enfrenta el sector agrícola colombiano.

Por la falta de oportunidades laborales, la baja valoración de la cultura y economía campesina, el impulso externo de las innovaciones tecnológicas, el conflicto armado y demás conflictos ambientales y sociales, los jóvenes de las zonas rurales colombianas están siendo obligados a dejar el campo para trasladarse a vivir en los núcleos urbanos. Sin embargo, según los productores de Cosurca, ahí no reciben una educación que realmente responda a las necesidades de los territorios de los cuales provienen.

Cosurca debe seguir profundizando el proceso de desarrollo de capacidades en todas las asociaciones de base. Para que todas cuenten realmente con capacidades instaladas, que haya nuevos liderazgos y se haga efectivo el relevo

generacional. En Asproa, por ejemplo, tenemos un problema en este sentido. Los hijos de los asociados se preocupan poco por la asociación (entrevista con Jiménez, 2018).

Es por estas razones que, después de haber desarrollado atentos diagnósticos educativos y vocacionales, Cosurca construyó la propuesta educativa Unicaminos – Corporación Universitaria Caminos del Suroccidente Colombiano¹⁶ (Coscione y Mulder, 2017). El principal objetivo de Unicaminos es convertirse en una alternativa de educación real para los jóvenes del campo, reducir su desplazamiento hacia las ciudades y convertirlos en verdaderos líderes comunitarios. Todo esto a través del emprendimiento asociativo y cooperativo, la economía solidaria y el comercio justo.

Unicaminos será una vivencia académica, pero desde la construcción social, con una visión diferente de la educación. Todo empezó gracias a varios encuentros participativos con padres de familia y jóvenes; estos encuentros nos permitieron determinar qué tipo de educación quería encontrar la población rural, campesina, indígena y afro en sus territorios. Territorios olvidados por la institucionalidad del país (entrevista con Olga María Gómez 2018).

Tanto los padres como los jóvenes se mostraron críticos con el modelo educativo existente. Asimismo, se sintieron empoderados como para asumir el reto de la construcción de otro camino, con el fin de plasmar alternativas educativas formales y consistentes. No solo ta-

¹⁶ En la actualidad, la propuesta apunta a una corporación técnica, no de nivel universitario.

lles o capacitaciones informales: «Nuestros hijos no están formados para continuar en el campo. La educación que tenemos en el país los forma para irse a la ciudad, no para que se queden en las fincas trabajando en la agricultura. Nosotros debemos asegurar un mejor relevo generacional» (productor entrevistado en Grupo Focal Cosurca, 2018).

El levantamiento de necesidades educativas se complementó con varios diagnósticos socioeconómicos de las familias miembro de Cosurca y sus entornos. Todos estos documentos representarían las bases para presentar la postulación al Ministerio de Educación de Colombia. La propuesta de Cosurca consiste en dos carreras de educación técnica y una duración de 3 años:

- Agroeconomía: para fortalecer las capacidades y los procesos productivos en las familias campesinas, así como su relación con una gestión responsable de los emprendimientos, la economía solidaria y el comercio justo; y
- Operación de servicios turísticos y hoteleros: para el desarrollo de emprendimientos sostenibles, aprovechando el potencial ecoturístico y cultural de los territorios del Cauca.

Estas carreras reflejan claramente el quehacer de Cosurca y las oportunidades que se presentan para la región a través del encadenamiento de las dos. Las herramientas relacionadas con la agricultura orgánica, la agroecología y la economía solidaria, y los aspectos sociales y económicos de los servicios turísticos, los consideramos como “tecnologías más blandas”, que podemos gestionar más fácilmente con los recursos con los cuales contamos (entrevista con Gómez, 2018).

La primera vez que se presentó la documentación necesaria para su reconocimiento, los docentes evaluadores quedaron sorprendidos positivamente por la propuesta y su enfoque pedagógico. Sin embargo, el Ministerio respondió con varias recomendaciones técnicas, solicitando cambios para adecuarse a las normativas vigentes y, además, cuestionando la disponibilidad de recursos.

Al momento del desarrollo de esta investigación, Cosurca ya había recopilado toda la documentación necesaria para volver a postular a la personería jurídica de Unicaminos. Todos los productores están de acuerdo en seguir apostando por este proceso de largo plazo, aunque los resultados no sean inmediatos.

Cosurca tiene proyectado contar con 90 alumnos por semestre, 45 por curso. Ya existen convenios con tres colegios y tres alcaldías (Timbío, Patía y Florencia) para utilizar espacios físicos existentes y disponibles en los fines de semana, como aulas para los dos cursos. Las asociaciones de base, además, acomodarían sus sedes, habilitando espacios de encuentros para que los estudiantes mantengan viva la idea de comunidad educativa que se está fomentando. Las fincas serán espacios activos, de simulación y práctica, y los productores tendrán un rol protagónico en el intercambio de saberes y conocimiento. Finalmente, Cosurca ya tiene acuerdos con otras organizaciones campesinas con las cuales los estudiantes podrán aprender procesos e intercambiar experiencias.

Unicaminos es la mejor inversión que como agricultores y padres podemos hacer. Tener nuestra propia universidad para construir una

posibilidad que para los campesinos es casi imposible: formar a nuestros hijos más allá del bachillerato, con una educación acorde a nuestras necesidades y que no sea muy cara. Como ExpoCosurca, Unicaminos es una apuesta grandísima y ojalá se ponga en marcha pronto (entrevista con Ledezma, 2018).

En la actualidad, Unicaminos concentra prácticamente todas las inversiones económicas y humanas de la cooperativa en ámbito educativo. Esta decisión representa un cambio profundo en el enfoque del apoyo de Cosurca a la educación de sus comunidades:

Cosurca ha dejado hace años de entregar kits escolares, pinturas, asientos y bancos, o apoyar la construcción de un aula en una escuela primaria. A pesar de ser importante, sentimos que esta manera de actuar resultaba muy plana, un simple parche o paliativo temporal a una exigencia material. Mientras el Estado despilfarra el presupuesto nacional y el problema educativo de fondo sigue presente. Por esto le apostamos a Unicaminos, como proyecto autónomo de transformación del territorio. Esta ruptura es un mensaje importante, desde el comercio justo y para el comercio justo (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

Paralelamente, con un nuevo proyecto financiado por la Unión Europea¹⁷, Cosurca está

apoyando a 238 mujeres y 395 hombres entre los 17 y los 35 años, para que se capaciten especialmente en temas relacionados con la agricultura sostenible, el desarrollo organizacional y empresarial, y la incidencia política y social en los territorios. El objetivo principal de este proyecto es que los jóvenes sientan arraigo con el territorio y no abandonen las zonas rurales. El segundo objetivo es que se acerquen a las asociaciones y participen de ellas. La existencia misma de las asociaciones de base y de Cosurca depende ellos. Estos 633 jóvenes ya cultivan cafés especiales, panela y otros frutales; la mayoría son hijos de socios de la cooperativa (El Espectador, 2018):

Como este es un proyecto que se ejecuta con organizaciones legalmente constituidas, mejoramos las capacidades de los líderes, construimos biofábricas para la producción de bonos orgánicos, y trabajamos con ellos en el mejoramiento y la adecuación de las sedes y centros de acopio. En cuanto a la formación política, les hablamos de qué significa ser campesino,

rurales. Sus resultados esperados son: 1) Incrementar la participación y la formación de jóvenes campesinos, indígenas y afros para dirigir emprendimientos asociativos y comunitarios que promuevan el autoempleo, la generación sostenible de ingresos y la permanencia en sus comunidades rurales en el territorio Macizo Colombiano, Centro y Sur del departamento del Cauca; 2) Mejorar los indicadores de productividad y de sostenibilidad ambiental y social de las unidades productivas rurales de los jóvenes asociados y vinculados en 11 organizaciones de la base social de Cosurca; 3) Ampliar la capacidad de diálogo y concertación de jóvenes y directivos de Cosurca con actores institucionales, comunitarios y públicos presentes en el territorio, como estrategia para el fortalecimiento de la organización de pequeños productores y de construcción de convivencia y paz territorial.

¹⁷ Se trata del proyecto “Fortalecimiento de la participación de jóvenes rurales vulnerables del Macizo Colombiano, Centro y Sur del departamento del Cauca a través de la producción agrícola sostenible, el desarrollo organizacional y la incidencia en el territorio para la convivencia y la paz”. El proyecto está dirigido a 633 familias de jóvenes

de lo estipulado en el acuerdo de paz con las FARC y de las políticas minero-energéticas, temas del interés de las comunidades campesinas para que sepan cómo enfrentarlas (Lupercio Angulo, coordinador del proyecto, en El Espectador, 2018).

El proyecto se ejecuta desde diciembre de 2016 hasta diciembre de 2018 y permitirá que el 40% de los jóvenes involucrados se asocien a las organizaciones de base de Cosurca y reciban capacitaciones y apoyo para pequeñas inversiones en las fincas. Por ejemplo, Yohan Ledezma tiene 27 años y es uno de los jóvenes que están participando, entrevistado por el diario colombiano El Espectador (2018), afirmó:

Hace unos años la única mirada que había era estudiar, irse a la ciudad o prestar servicio militar. Hoy precisamente, la posibilidad es vivir del campo de manera organizada. Desde que inicié, mi pensamiento ha sido aportar mi granito de arena a la solución de todos los problemas ambientales y sociales que aquejan al Cauca y al país en general (El Espectador, 2018).

Yohan es campesino, hijo de campesinos, y participó de las entrevistas durante el trabajo en terreno para esta publicación. A los pocos meses de haber entrado su madre a la asociación, él también decidió ser miembro; recibió un terreno de parte de su padre y empezó con agricultura orgánica. En la actualidad tiene 1,6 hectáreas de tierra, vive con su esposa y una hija de 5 años, a la cual quiere transmitir su amor por la agricultura. Asimismo, Yohan se desempeña ahora como facilitador técnico en la asociación de base Asprosi (municipio de La Sierra), de la cual es miembro desde el año

2009, habiendo sido antes secretario en la junta directiva de la asociación.

Los cultivos de café en nuestros territorios siempre van acompañados de plátanos, yuca, arracacha, maíz, animales menores como las gallinas criollas, entre otros. En este momento, en Asprosi, estamos empezando a desarrollar un proyecto de producción de cacao orgánico también para su comercialización con Cosurca. Las plantas aún las tenemos en viveros; por las condiciones de mi terreno, sembraré entre 200 y 400 plantas. En total, a pesar de que la altura de nuestras tierras no nos favorece (un promedio de 1.800 msnm), los socios de Asprosi sembraremos unas 4.000 plantas de cacao orgánico de alta calidad (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

Este proyecto con cacao fino de aroma recién empieza. Sin embargo, como mencionó Yohan, la idea a futuro es que en Cosurca se elaboren productos terminados a partir del cacao de los socios. Sería otro emprendimiento que podría generar empleos y atraer más jóvenes a las actividades agrícolas y de la cooperativa. Mantener a los jóvenes en el campo a través de actividades atractivas desde el punto de vista económico y social es un constante desafío, ya que la sola venta del café en muchos casos no garantiza la sostenibilidad familiar:

En mi caso, las ventas del café cosechado en 2017 (1.000 Kg) generaron unos ingresos de aproximadamente 6,2 millones de pesos (2.100 dólares). A este valor podemos sumar unos 450 mil pesos (152 dólares) en términos de prima *Fairtrade* que se invierten en los ámbitos establecidos en la asamblea de la asociación de base;

más un diferencial de calidad que aún debemos recibir. Podríamos hablar de unos 7 millones de pesos colombianos (2.370 dólares) al año, derivados de la venta del café. En mi familia, esta cantidad de dinero no es suficiente para cubrir todos los gastos. De hecho, casi un 60% de estos ingresos se destinan solo para cubrir los gastos de la cosecha. Definitivamente tengo que generar otros ingresos. En este momento, trabajo como facilitador técnico de Asprosi y recibo un salario mínimo mensual (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

Sin embargo, Yohan afirma que él sigue con la producción de café por un lado porque es una base económica estable sobre la cual siempre puede contar y, por otro, porque el cultivo del café tiene una muy importante función social y económica en los territorios. Durante las cosechas, por ejemplo, mantiene involucrados a mujeres y jóvenes, y de cierta manera, evita que se dediquen a cultivos de uso ilícito. Además, mantiene vivas las tradiciones rurales y los tejidos de solidaridad campesina entre los pequeños productores.

Por otro lado, al ser socios de la cooperativa, los jóvenes acceden a distintos procesos formativos, que van más allá de la producción agrícola específica, abordando también tópicos de desarrollo profesional y empresarial. El Plan Estratégico de Cosurca (2011-2019) considera actividades de «cualificación y motivación de los jóvenes bachilleres de la base social de las organizaciones, para su integración a los procesos productivos y organizativos, como relevo generacional» (Cosurca, 2010: 103). En este ámbito se desarrollan las capacitaciones específicas para los jóvenes bachilleres. La meta del plan es al-

canzar 120 jóvenes entre 2011 y 2012; la misma cantidad de 2013 a 2015, y también entre 2016 y 2019. Cosurca ya cumplió con la meta hasta junio de 2018. Gracias al proyecto financiado por la Unión Europea, la cooperativa seguirá las capacitaciones a más de 630 jóvenes también en 2019. También durante dicho año se capacitarán a otros 50 jóvenes en la producción de cacao orgánico. Estas capacitaciones se constituyen en aspectos relevantes para mantener a los jóvenes involucrados e interesados.

Todas mis formaciones y capacitaciones profesionales las he recibido desde que estoy asociado a Cosurca. Empezando por la parte organizativa y participativa. He participado de talleres y procesos formativos sobre aspectos ambientales y de cambio climático, técnicos y agronómicos, comerciales y gerenciales, y de certificación (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

En este sentido, Yohan considera que el proyecto de formación técnica local que constituye Unicaminos representa realmente la gran esperanza para todos los jóvenes de los territorios rurales en los cuales se encuentran las familias afiliadas de Cosurca:

Todo este proceso no ha sido fácil. Tuvimos que replantearnos el alcance, pasando de carreras profesionales a técnicas. Sin embargo, Unicaminos es la base de nuestro proceso, ya que no hay otras opciones que se adapten realmente a la situación de nuestros pueblos campesinos, indígenas y afro, para que las personas desarrollen sus capacidades y se desempeñen para fomentar la sostenibilidad de los campos y una agricultura que le dé una vida digna a los campesinos (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

Diana Ausecha Garzón también participa del proyecto financiado por la Unión Europea. Ella ingresó a la asociación Asprosi hace tres años, pocos meses después del ingreso de sus padres. En 2018 cumple con el periodo necesario para la transición del café de convencional a orgánico. Tiene 33 años y un hijo de dos años. En 2013 falleció su abuela y ella compró su finca, pero solo desde 2017 se mudó a vivir en ella. Actualmente la finca es de dos hectáreas, con 5.900 plantas de café en asocio con frutales, guamo para sombrero, plátano y maíz; también tiene una huerta casera y cría especies menores como gallinas. Diana es el ejemplo de una joven que decide dejar la ciudad para volver al campo después de haberse mudado a Popayán para estudiar.

Mi pareja me convenció y ahora entiendo que el campo es una mejor opción para vivir en familia. Gracias a Cosurca he aprendido a hacer abonos, a conservar e intercambiar semillas. He aprendido sobre la calidad del café y el manejo de la finca, así como las enfermedades que lo afectan. Con el proyecto de la Unión Europea podemos intercambiar entre jóvenes productores, sentirnos protagonistas de nuestros procesos y entender la importancia de mantenernos arraigados al campo donde nuestros padres vivieron y se esforzaron para que nosotros pudiéramos estudiar y progresar (entrevista con Ausecha Garzón, 2018).

Sin embargo, en este momento, la familia de Diana no puede vivir solo del café. De hecho, a pesar de que es un aporte importante, esta actividad por sí sola no es suficiente.

Yo reúno toda la cosecha y la llevo a la asociación. Acomodo todos mis gastos y obligaciones

bancarias para el momento de la cosecha y así puedo ajustar las cuentas. En la última cosecha recibí alrededor de 2.800.000 pesos colombianos (950 dólares) al momento de la entrega. Después recibí alrededor de 200.000 pesos como prima (65 dólares), que invertí en la infraestructura de la finca, y otro incentivo por la calidad del café. Sin embargo, este total de 3 millones de pesos (1.015 dólares) al año obviamente no es suficiente para mantener a mi familia. Tanto yo como mi esposo tenemos otros trabajos, yo los fines de semana y festivos. La agricultura aún no es algo atractivo para la mayoría de los jóvenes. Pero la situación laboral en las ciudades es cada vez más difícil y realmente uno termina cambiando perspectiva si puede conseguir un terreno (entrevista con Ausecha Garzón, 2018).

Otro proyecto cofinanciado por la Unión Europea, del cual se están beneficiando los jóvenes de las familias asociadas a Cosurca, es Jóvenes rurales cultivadores de emprendimientos de vida, generadores de arraigo y convivencia pacífica, en el Macizo, sur y centro del Departamento del Cauca. En dicho proyecto la cooperativa es cosolicitante, mientras que la entidad ejecutora es la Federación Campesina del Cauca (FCC), otra organización de pequeños productores de comercio justo.

Como en todos los proyectos, la contrapartida en efectivo de Cosurca se cubre con recursos propios derivados de los excedentes comerciales o también gracias al premio *Fair-trade* que termina siendo un factor determinante para poder participar de convocatorias públicas internacionales (entrevista con Angulo Velasco, 2018).

2.6 EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

De manera transversal, Cosurca viene trabajando en pro de la igualdad de género, otro pilar fundamental del movimiento por un comercio justo. El Plan Estratégico de Cosurca (2011-2019) incluye actividades de «fortalecimiento de la participación de las mujeres y de las minorías étnicas en los procesos de desarrollo socioeconómico, cultural y ambiental» (Cosurca, 2010: 103). Entre las acciones de este objetivo se consideran capacitaciones dirigidas a mujeres campesinas, indígenas y afrocolombianas. En junio de 2018, Cosurca había capacitado a 484 mujeres. Para noviembre se estima llegar a 664. La meta para el 2019 es alcanzar 880 mujeres capacitadas (Cosurca, 2010).

En los últimos años se han desarrollado asambleas y reuniones específicas para tratar en cada asociación de base el tema del empoderamiento de las mujeres. En 2010, se organizó un primer Encuentro Femenino, cuyo propósito fue intercambiar experiencias y fortalecer la autoestima y la formación política y social de las mujeres en la cooperativa. Especialmente a partir de ese momento, se empezaron a incluir, tanto en los estatutos como en los reglamentos internos, elementos que pudieran fomentar una mayor participación de las mujeres en los órganos de toma de decisión. Con anterioridad a ello no existía impedimento formal alguno, pero se consideró importante añadir explícitamente propósitos de fomento: «Si miramos la participación de las mujeres hace seis años o más, y la participación actual, hay una gran diferencia. Ya en todas las juntas directivas hay representantes mujeres» (entrevista con Papamija, 2018).

En este sentido, vale la pena recordar que la cooperativa mantiene una relación estratégica con la Fundación Café Femenino, organización de los Estados Unidos que promueve, en varios países del continente, la comercialización de cafés producidos y comercializados enteramente por mujeres. «En todas las asociaciones hay mujeres participando del programa Café Femenino. En 2015 vendimos un contenedor de café femenino, en 2016 uno y medio y en 2017 dos contenedores. Estamos hablando de 26.250 Kg de café por cada contenedor. La relación ha ido mejorando y creciendo» (entrevista con Urbano, 2018).

Las mujeres en la producción de café orgánico, en la dirección de las fincas y de las familias están dentro del programa “Café Femenino”, de los Estados Unidos, que promueve el desarrollo de ellas, de su trabajo, a través de la exportación de su café y el reingreso de divisas que se invierte en el mejoramiento de sus condiciones de vida, especialmente en la vivienda, la cocina, y también en procesos de capacitación que dignifican sus condiciones de vida (Ausecha Chaux en Cosurca, 2015).

Según las productoras que participaron en el grupo focal, las actividades desarrolladas en conjunto con Café Femenino han generado cambios positivos en la vida de las familias: «ya no solo el hombre puede establecer las reglas de la finca y de la casa; ni puede manejar solo los ingresos del café. Todo debe ser compartido» (productora entrevistada en el Grupo Focal Cosurca, 2018). Además, se ha generado una mayor conciencia y reconocimiento del rol de las mujeres que, poco a poco, dejan de ser consideradas como el sexo débil, para co-

menzar a gestionar conjuntamente al hombre la actividad económica familiar: «todo este proceso posibilitó una mayor participación de las mujeres en las asociaciones y en la cooperativa. Antes predominaban los hombres» (productora entrevistada en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

De acuerdo con uno de los productores integrante del grupo focal, la participación activa de las mujeres es especialmente importante para la organización. Eso es porque se han convertido en mujeres líderes en toda la promoción de la agroecología y la agricultura orgánica: «sus cafés son mejores que los cafés de los hombres asociados» (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018). Otro menciona que en los últimos años ha cambiado profundamente la relación con su esposa, a raíz del enfoque de igualdad de género promovido por Cosurca y sus aliados internacionales. Otro testimonio de una productora confirma que:

El cambio en mi vida ha sido total. Por un lado, desde el punto de vista del manejo de la finca, gracias a todo el apoyo que se recibe desde la asociación y Cosurca. Por otro, hemos tenido la oportunidad de capacitarnos y de compartir con muchas personas. Como mujeres, además, hemos tenidos más oportunidades de crecimiento y empoderamiento. Aprendimos a valorar más lo que tenemos a relacionarnos mejor con el entorno y los demás (productora entrevistada en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

La Fundación no solo quiere visibilizar el trabajo cotidiano de las mujeres, también busca promover una mejor remuneración a través

de la diferenciación de su café. A cada libra de producto vendido bajo condiciones de Café Femenino se le añaden 2 centavos de dólar. Además, a través del empoderamiento económico, Cosurca y la Fundación promueven indirectamente la participación de las mujeres en cargos de responsabilidad, facilitando la aceptación de los varones en el compartir los roles de gestión dentro de la organización de pertenencia.

Café Femenino nos ha ayudado a emprender las cosas que queremos hacer, tanto en la finca como en la parte organizacional. Desde Cosurca se han generado espacios donde las mujeres se involucran directamente y toman las decisiones en conjunto con los hombres. Las relaciones entre hombres y mujeres han mejorado mucho, gracias a este trabajo. Ya en las asambleas podemos escuchar a los hombres compartir de iguales con las mujeres. Nosotras también valemos, podemos hacer aportes y ellos lo han entendido. También hemos reformado los estatutos para incluir la equidad de género, de hecho en la junta hay cuatro mujeres y cuatro hombres. Además, conformamos un comité de mujeres en la asociación (entrevista con Bello, 2018).

Paralelamente, la cooperación entre la Fundación y Cosurca ha permitido llevar a cabo un proyecto de reconstrucción de las cocinas en las viviendas campesinas. Tradicionalmente, cuando las madres e hijos están en la casa, es la cocina el ambiente donde pasan la mayor parte del tiempo. Por esta razón, las productoras entienden que la cocina debe convertirse en un espacio vivible para toda la familia, y no seguir siendo un ambiente dedicado a cocinar y solo

para las mujeres. El proyecto se enfocó en remodelar los espacios para reducir el impacto negativo del humo en la salud de las personas y crear un ambiente más limpio y digno para la labor doméstica y el compartir cotidiano de todo el núcleo familiar.

En las asambleas y reuniones que se desarrollaron sobre el tema de género, los integrantes de Cosurca se dieron cuenta que todos los proyectos estaban enfocados obviamente a la producción del café. Sin embargo, como la mayoría de los socios de Cosurca son hombres, para las inversiones en finca finalmente las relaciones se establecían solo con los hombres. El proyecto de mejoramiento de las cocinas se dirige a las mujeres asociadas; de esta manera, se logró que ellas pudieran sentirse directamente beneficiadas y tomadas en cuenta en la cooperativa y sus acciones de desarrollo.

2.7 LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ EN LOS TERRITORIOS

Las labores de Cosurca en el territorio han tenido siempre a la construcción de paz como objetivo de fondo para la consolidación de un tejido social, económico y político verdaderamente inclusivo y sostenible. La participación de Cosurca en el desarrollo de los llamados laboratorios de paz, en el Cauca y Nariño (2005-2008), es prueba concreta de ello (Suyusama, et al., 2013, y Suyusama, et al., 2014).

Los Laboratorios de Paz, se llevan a cabo en algunas de las zonas de mayor conflicto de Colombia. Consisten en programas financiados principalmente por la Unión Europea y el Estado colombiano, con el objetivo de repensar los territorios desde sus bases y crear alternati-

vas viables a la situación de conflicto armado, así como a las múltiples instancias de violencias que la población, especialmente campesina, vive en el país.

Nuestra relación con la Unión Europea nace justamente a raíz del segundo laboratorio de paz, como estrategia para promover la reconciliación en el país. Cosurca formó parte del comité directivo de este programa, en representación de las organizaciones sociales. Fue una experiencia muy exitosa. Por un lado, nos sentamos en la misma mesa con municipios, gobiernos departamentales y entidades internacionales a dialogar sobre el modelo de desarrollo para los territorios, en un momento en el cual los conflictos y las tensiones aún eran muy altos y las diferencias entre los actores muy profundas. Por otro lado, nos permitió desarrollar capacidades en formulación, ejecución y evaluación de proyectos, acumulando una valiosa experiencia técnica (entrevista con Angulo Velasco, 2018).

Como menciona Barreto de Sousa Henriques (2012), estos laboratorios no fueron «creados ex nihilo». Se nutrieron de la experiencia del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, que se estaba desarrollando en la región desde mediados de los años noventa, gracias al apoyo de la Iglesia Católica (particularmente los jesuitas, con la figura emblemática del Padre Francisco de Roux) y de varias organizaciones sociales. Sin embargo, como en el año 2008, el Laboratorio de Paz que se pudo desarrollar en el Macizo fue

Un ejercicio de ensayo de posibilidades en la búsqueda de la paz. Como no existe un tratado para la paz, no existen metodologías, normas,

no existen documentos precisos que determinen como parar una guerra, entonces el Laboratorio de Paz, [...] permite validar ejercicios que han estado desarrollándose localmente [...] y que pueden, a través del tiempo, contribuir a consolidar estrategias de paz en una región (Barreto de Sousa Henriques, 2012: 245).

Este tipo de procesos de construcción alternativa, con un enfoque desde abajo (*bottom-up*) es característico de Cosurca. La cooperativa tiene un fuerte rol social y político-comunitario en los territorios de pertenencia, lo cual fomenta dinámicas democráticas participativas, así como prácticas de capacitación y concientización de sus asociados en temas clave como los derechos humanos, el desarrollo sostenible, la economía social y solidaria¹⁸.

Este es un territorio que ha sido mirado no desde sus potencialidades, sino desde sus problemáticas. Sin embargo, nosotros empezamos a encontrar que desde el ámbito local, desde el trabajo de la gente, podíamos plantearle al Departamento y al país una propuesta distinta de desarrollo; no traído, sino emergido de la fuerza de la gente. Así que con el café empezamos

a trabajar la idea de la agricultura orgánica, de la participación de las mujeres, de escuchar las experiencias del adulto mayor; no solamente como un esfuerzo de intercambio económico local, sino que esto podía tener también un alcance internacional. Sin embargo, nosotros no podemos mirar hacia el futuro, sin haber mirado hacia el pasado. Con la Fundación Interamericana vamos a profundizar un diálogo con nuestras comunidades sobre lo que pasó y vamos a construir museo de la economía campesina y del conflicto armado que a la vez le arrebatan los espacios a la guerra y a los que ha hecho la guerra (Ausecha Chaux en IAF, 2017).

Después del segundo laboratorio de paz, la Unión Europea llamó a las organizaciones sociales en los territorios a presentar propuestas de proyectos para dar continuidad a los elementos ya desarrollados durante la experiencia del laboratorio. Los mismos, se enmarcarían en un Proceso Estratégico Territorial de Economías Propias - PET (2011-2014)¹⁹.

De las acciones que desarrollamos durante el laboratorio de paz, hemos dejado de hacer realmente muy pocas. En esta segunda oportunidad, Cosurca presentó una propuesta sobre los procesos económicos sobresalientes, en el Cauca y en Nariño. Experiencias que no fueran el resultado de un proyecto aislado, sino de acu-

¹⁸ Cosurca no nació para «mitigar las consecuencias de la guerra» sino para crear condiciones de vidas dignas para los campesinos, indígenas y afrodescendientes de la zona (Ausecha Chaux citado en Barreto de Sousa Henriques, 2012: 592). Ana Prada Páez (2015) define Cosurca de la siguiente manera: «escenario de construcción de un proyecto político y económico que orienta el curso de la interacción entre sus inscritos, a la vez que funciona como la manifestación del proyecto societario que defienden sus asociados en el que se muestra al campesino sur caucano como actor social viable para la sociedad y economía nacional».

¹⁹ Para Cosurca el PET significó importantes avances. La cooperativa inauguró su planta trilladora, para dejar de contratar el servicio de trillado a terceros, controlar la calidad del producto y prestar el servicio a otras organizaciones campesinas. Además, Cosurca amplió su capacidad técnica en producción orgánica, en diversificación productiva, mejoramiento del beneficio húmedo y seco, así como en entre otros aspectos logísticos y de equipos.

mulación de fuerzas y procesos de empoderamiento propios de los territorios. Sabíamos que era demasiado importante para la región. Entre diálogos y negociaciones, nos tardamos casi dos años para formular con las organizaciones de base una propuesta que realmente incidiera en el desarrollo local, resaltara las potencialidades de los territorios y no fuera simplemente un petitorio a la cooperación internacional o una “lista de la compra” como le decimos nosotros (entrevista con Angulo Velasco, 2018).

El proceso de construcción de la propuesta no fue sencillo. Sin embargo, como se subraya en Suyusama, et al., (2013) y evidencia en las conversaciones con la gerencia de la cooperativa, la Unión Europea reconoció en Cosurca el liderazgo territorial que estaba buscando y también la autoridad para establecer los necesarios filtros y decidir con qué organizaciones locales comenzar el proceso estratégico territorial. Después del segundo laboratorio de paz, Cosurca había dejado de ser solo un actor de desarrollo local para convertirse en un actor departamental y también nacional. En esta segunda etapa de cooperación con la Unión Europea, la cooperativa recibió un fuerte reconocimiento internacional y se posicionó definitivamente como pilar para repensar la construcción de paz y el desarrollo territorial en el Cauca a partir de todas sus potencialidades, tanto económicas como sociales.

En la actualidad, el gobierno departamental reconoce que una de las potencialidades del territorio es su diversidad cultural, étnica, productiva, geográfica y también ideológica. Sin embargo, la falta de cohesión social puede convertir esta diversidad en una amenaza.

La construcción colectiva de la paz debe pasar necesariamente por un proceso en el cual «las comunidades adquieren y/o asumen la capacidad racional discursiva y de diálogo, para la superación o resolución de sus conflictos» (Gobernación del Cauca, 2015). Desde hace varios años, Cosurca está demostrando tener esta capacidad y también la voluntad de seguir fortaleciendo otros procesos y articulaciones campesinas.

Para hacer realidad la construcción de paz en los territorios, el Gobernación del Cauca (2015: 32) ha considerado cinco estrategias transversales en su Plan Departamental de Desarrollo:

1. Cierre de brechas sociales, económicas, territoriales y ambientales;
2. Presencia Integral del Estado en el Territorio – PIET (enfoque poblacional);
3. La participación social y comunitaria como base para la construcción del tejido social;
4. Respeto y armonización de las cosmovisiones de los grupos étnicos de la región (enfoque étnico); y
5. Desarrollo humano integral con sostenibilidad ambiental.

Las actividades productivas y comerciales de Cosurca, especialmente gracias a las relaciones de comercio justo, están teniendo un impacto positivo en achicar las brechas económicas y sociales. La apuesta por la agricultura orgánica y la agroecología representan un eje fundamental en la visión de desarrollo integral que promueve la cooperativa. No solamente para los socios de Cosurca y sus municipios, sino para el departamento y el sur de Colombia.

Para el futuro yo creo que uno de los retos de Cosurca debe ser cumplir un propósito regional como organización articuladora de la economía campesina. Esto es amplio, no solo café, sino panela, cacao, frutas, entre otros productos. Por otro lado, el tema de la inclusión de los jóvenes, a partir del ámbito educativo. Cosurca debe convertirse en el actor de la economía solidaria capaz de comunicarle a la región la necesidad de desarrollar nuevos enfoques y nuevos emprendimientos desde la mirada de los pequeños productores. Orientar el territorio para superar el conflicto, para superar los cultivos de uso ilícito. Ahí está la clave de un verdadero cambio (entrevista con Angulo Velasco, 2018).

Más recientemente, Cosurca estableció un acuerdo con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para trabajar con 350 familias socias de la cooperativa registradas oficialmente entre las víctimas del conflicto armado. Un 26% del total de las familias asociadas, sin contar aquellas que, a pesar de ser víctimas, no resultan en los registros oficiales. Como primer paso, Cosurca facilitó actividades de comprensión de la nueva legislación nacional que se dirige a estas familias. Sin embargo, los dirigentes campesinos de Cosurca entendieron que había que profundizar los diálogos para establecer puentes intergeneracionales, entre los más viejos, que pudieron conocer las mismas zonas rurales en tiempos de paz, y los demás, que nacieron y se criaron en guerra. Más allá de la legislación, había que recopilar todos los relatos e historias que enriquecían las vivencias campesinas y no olvidaban los horrores del conflicto (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

Cosurca decidió entonces presentarle un nuevo proyecto a la Fundación Interamericana, con el objetivo de profundizar el diálogo comunitario y emprender un nuevo desafío. Se impulsó la construcción de los denominados museos de la memoria. El propósito de dichos espacios es no olvidar los años de conflicto que vivieron los territorios, descargar el dolor de la violencia y la angustia de los desplazamientos, y rescatar la cultura y la identidad campesina, indígena y afro de sus comunidades.

La idea de los museos de la memoria es que la gente reconozca su historia para que los jóvenes no sigan un camino que no nos beneficia a nadie. Que se recuerden el conflicto, los problemas y las dificultades que han vivido nuestros territorios y su población. Si pasa el tiempo y la gente se olvida, es como si no hubiera pasado nada. Si no recordamos y trabajamos nuestra historia, estamos condenados a repetirla. Pero el museo también busca enseñarles a las personas que no viven en estos territorios que hay sistemas de vivencias diferentes y que no responden al modelo de la guerra. Nosotros proponemos el sistema cafetalero solidario y la agricultura orgánica como modelos, acompañados por los demás oficios del campo (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

Los museos también incluirán bibliotecas, centros de documentación y salas de estudio, donde las personas puedan seguir aprendiendo y formándose. Los primeros museos se instalarán en la sede de Cosurca en Timbío, y en las sedes de las asociaciones Asoproa y Asprosi.

Nosotros empezamos a trabajar el tema del museo en la asociación porque sentimos que a raíz de los cultivos de uso ilícito el municipio estaba

perdiendo su identidad. Entendimos que necesitábamos un centro para el rescate de nuestra historia. Recopilamos informaciones históricas del municipio y desde la firma de los acuerdos de paz logramos llegar hasta el último caserío, a pesar de que en Argelia varios grupos armados siguen presentes: disidentes de las FARC, el ELN, que amplió su radio de acción, y grupos mafiosos que aumentaron la siembra de coca. Recolectamos fotos, objetos, relatos de nuestros antepasados y experiencias de vida sobre la guerra, los bombardeos y las fumigaciones de 2005-2007, que arrasaron con las fincas de los campesinos (entrevista con Jiménez, 2018).

El de las fumigaciones es un tema muy sentido por varios grupos campesinos afiliados a la cooperativa, especialmente los de Sucre y Argelia. De hecho, como comentó Luis Jiménez (2018), Cosurca presentó una de las muchas demandas contra el Estado y sus programas de fumigación en los dos municipios. La demanda de Cosurca surtió efecto y varias familias, como la de Luis, fueron indemnizadas por las pérdidas sufridas, pudiendo así recuperar la finca y reinvertir en las viviendas.

2.8 CONCLUSIONES

El enfoque de desarrollo multidimensional, multi-actor y multinivel del comercio justo puede acompañar las estrategias mencionadas en el Plan Departamental de Desarrollo del Cauca. La experiencia de Cosurca demuestra cuán importante puede ser el fortalecimiento de la asociatividad en las zonas rurales. Este es uno de los principales objetivos de comercio justo certificado *Fairtrade*, reflejado en sus estándares para organizaciones de pequeños produc-

tores. Contar con una organización establecida es el punto de partida para poder articularse a los circuitos del sistema *Fairtrade International*. Es un requisito que, en realidad, demuestra la voluntad y apuesta clara por la construcción de tejidos organizativos, económicos y sociales que permitan la participación, el empoderamiento y la sostenibilidad en los territorios.

Todos los productores entrevistados se sienten realmente dueños de Cosurca y consideran fundamental estar asociados. Ello trasciende el género, involucrando de igual manera a hombres y mujeres en la labor campesina, la toma de decisión y la participación en los mercados internacionales del café. Con ello se fomentan los procesos de empoderamiento y emprendimiento personales y comunitarios. Según los entrevistados, las diferencias entre los productores asociados a Cosurca y los que no están asociados es evidente.

El comercio justo es un conjunto de posibilidades, en equidad de género, en el trabajo social, en lo comercial, en lo económico, en empoderamiento y relevo generacional. Si el equipo de la cooperativa lo asume bien, servirá para muchas cosas. En el caso de Cosurca la dirección que tenemos busca lo mejor a través del comercio justo. Si hacemos una comparación con los campesinos que no están en comercio justo vemos que hay una gran diferencia. Nosotros sí tenemos opciones, posibilidades. Todo esto porque somos parte de una organización internacional que nos exige, pero estas exigencias son para bien (entrevista con Ledezma, 2018).

Durante todo el proceso de fortalecimiento interno, Cosurca tuvo que enfrentar varios

obstáculos: a) la presencia de diferentes grupos armados; b) los programas gubernamentales de fumigaciones generalizadas; c) la indiferencia de las autoridades locales hacia los procesos de desarrollo alternativo; d) el papel de las grandes compañías exportadoras que dominan el mercado del café; y e) el riesgo cotidiano de asesinato que corren los dirigentes campesinos (Misión Rural e INCODER, 2012).

A pesar de ellos, Cosurca ha alcanzado muchos logros. El proceso organizacional y el apoyo del comercio justo han generado nuevas capacidades comerciales, económicas, sociales, ambientales, políticas y culturales. Los campesinos se han alejado de los cultivos de uso ilícito y de los grupos armados y mafiosos presentes en los territorios. Hoy manejan una perspectiva política, social y económica autónoma y bien reconocida, y siguen alimentándola con procesos de aprendizajes continuos. La actividad productiva y comercial, además, está empezando a frenar el abandono de las zonas rurales (Misión Rural e INCODER, 2012), aunque en este aspecto no existen investigaciones que aporten evidencias claras, y los entrevistados reconocen que aún falta mucho por hacer.

El impacto del comercio justo en Cosurca ha sido multidimensional. Por un lado, ha permitido las mejoras productivas y el posicionamiento comercial; por otro, el empoderamiento de los productores y las mejoras en varios aspectos sociales y culturales. De los comentarios de las personas entrevistadas, la visión de Papamija resume muy bien los principales ámbitos donde se nota claramente el impacto del comercio justo en la cooperativa:

A mi juicio, los principales beneficios que Cosurca ha recibido de las relaciones de comercio justo *Fairtrade* son dos: el primero, es haber aprendido a tener confianza en nosotros mismos como productores y organizaciones solidarias. Antes solo creíamos que en el rubro cafetero todo lo podía y hacía la Federación Nacional de Cafeteros, hoy ya no. El comercio justo nos ayudó a confiar en nuestro modelo alternativo, a empoderarnos de nuestros procesos autónomos. El segundo, es que gracias a las condiciones económicas de las relaciones de comercio justo hemos mejorado la producción, la calidad, las exportaciones... es decir, hemos mejorado los ingresos para todos los niveles, dignificando la labor de los productores (entrevista con Papamija, 2018).

El impacto más evidente del comercio justo ha sido el empoderamiento y desarrollo político que se ha vivido, a pesar de la realidad extremadamente complicada de las zonas rurales caucanas. Esto se debe, principalmente, a sus líderes y a un equipo de gerencia muy comprometido, motivado y preparado. Como subrayó el gerente general, gracias al comercio justo la cooperativa ha podido desarrollar sus

capacidades de interlocución con las autoridades locales, departamentales, nacionales y hasta organismos internacionales. De esta manera Cosurca se ha convertido casi en una autoridad para ciertos aspectos y puede esgrimir sus argumentos sin temores y sin penas, demostrando que, independientemente de las propuestas de desarrollo fomentadas por el Estado, las organizaciones de base que trabajan en comercio justo tienen una visión propia, aprenden a hacer propuestas de desarrollo y las ponen sobre la mesa.

Alrededor de ellas, convocan a diferentes actores y a otras organizaciones a construir nuevos caminos (entrevista con Ausecha Chaux, 2018).

La sistematización de la experiencia de Cosurca llevada a cabo por el equipo de la Unión Europea, el Departamento para la Prosperidad Social (DPS) del gobierno colombiano y el Programa de Sostenibilidad Regional de la Compañía de Jesús en Nariño – Suyusama (Suyusama, et al., 2014), evidenció algunos de los principales resultados del fortalecimiento de Cosurca:

- A. Un incesante proceso de aprendizaje y autocrítica, que transforma las crisis y dificultades en verdaderas oportunidades, mantiene una lectura continua de las coyunturas y los procesos económicos, sociales y políticos de los territorios, y permite la búsqueda y construcción de nuevas alternativas;
- B. La consolidación de la estructura organizacional cooperativa, con un equipo responsable, transparente y honesto que promueve procesos de toma de decisiones participativos y la construcción de planes estratégicos plurianuales a nivel de la cooperativa (segundo grado) y de las asociaciones de base (primer grado);
- C. Las progresivas mejoras en la calidad de la producción a través de la implementación de la agricultura orgánica y la agroecología, y la constante revisión y el profundo cuestionamiento del modelo convencional de agricultura;
- D. El crecimiento cualitativo de la participación de sus socios, gracias a la formación política, económica, administrativa, jurídica y financiera de la dirigencia de sus

asociaciones de base, y del personal operativo; esto ha permitido mantener y consolidar un pensamiento propio y procesos de desarrollo autónomos; y

- E. El reconocimiento constante, de parte de sus productores, de todos los beneficios que se han recibido por trabajar en los mercados del comercio justo.

Al mismo tiempo, sin embargo, los productores y técnicos de la cooperativa identifican varios retos a futuro. Por ejemplo, la baja capitalización, típica de muchas organizaciones y cooperativas campesinas.

No estamos capitalizando lo suficiente para responder a varios desafíos, comerciales y no. Con un mayor capital podríamos ser más independientes de los créditos nacionales o internacionales (productor entrevistado en el Grupo Focal Cosurca, 2018).

Creo que una de las mayores debilidades de Cosurca y ExpoCosurca, así como de muchas organizaciones campesinas, es carecer de buena liquidez o un fondo solidario con el cual poder responder mejor a las necesidades de créditos que tienen los pequeños productores o los jóvenes que quieren emprender. En este momento ya estamos capitalizando parte de las utilidades, pero queremos llegar a 5 o 6 mil millones de fondo (entre 1,7 y 2,1 millones de dólares) con los que ya podríamos tener más independencia en ese sentido. Sin embargo, nos faltaría vender más y en mejores condiciones (entrevista con Delacruz Muñoz, 2018).

Otra debilidad evidenciada por varios de los entrevistados es la escasa variedad de produc-



Cociendo costal de café orgánico listo para la exportación. Foto: Cosurca.

tos ofertados. Asimismo, junto a este se coloca la necesidad de aumentar la presencia comercial, resaltando que actualmente existen insuficientes actividades de mercadeo.

Ya se empezaron a abrir otras líneas productivas, como los jugos de fruta, la panela y próximamente el cacao. Pero aún hay mucho trabajo por hacer. Y lo podemos hacer, porque tenemos productores que saben cultivar una gran variedad de frutas y vegetales, que hasta se pierde por falta de un comercio estable y bien remunerado. Si a través de Cosurca lográramos abrir nuevos canales comerciales y, al mismo tiempo, pudiéramos implementar una mejor tecnificación de las actividades agrícolas, aunque siempre adaptada a la realidad campesina,

entonces sería también más atractivo para los jóvenes quedarse en el campo (entrevista con Ledezma Ausecha, 2018).

No sé si puede ser una debilidad o no, pero creo que deberíamos dar más a conocer nuestros procesos y nuestros productos. Apostarle con más esfuerzos a los otros productos como fruta, panela y cacao, y posicionar aún más el café en el Cauca. Nos consideran como ejemplo a seguir a nivel internacional, pero a nivel departamental y nacional aún hay mucho trabajo que hacer (entrevista con Ausecha Garzón, 2018).



Miembros preparando los bancales para el establecimiento de viveros de café. Foto: Cosurca.



Miembro de la organización realiza trasplante de café de semilleros a viveros. Foto: Cosurca.



Miembro realiza calibración de máquina despulpadora de café. Foto: Cosurca.

3. El caso de Banelino (República Dominicana)

3.1 CONTEXTO Y DESARROLLO DE LA ASOCIACIÓN

La producción de banano en la República Dominicana es de gran relevancia para el país. En términos de seguridad alimentaria, el banano se considera como el «segundo proveedor de carbohidratos, con ventajas nutricionales para los sectores más empobrecidos» (Vásquez Perdomo, et al., 2011: 16). En términos económicos, es el tercer rubro de exportación por volúmenes y valores, segundo en el sector agrícola, representando una oportunidad de «generación de empleos productivos e ingresos» (Vásquez Perdomo, et al., 2011: 16).

El banano se cultiva principalmente en tres provincias del país: Azua en el suroeste, y Valverde y de Monte Cristi en la llamada Línea Noroeste de las llanuras aluviales irrigadas por el río Yaque del Norte y el río Mao (véase la imagen 3.1). Estas zonas presentan índices de desarrollo humano bajos²⁰ y niveles de pobre-

za altos²¹. El banano es un sector productivo con uso intensivo de mano de obra y con alta presencia de trabajadores migrantes de Haití, bajos niveles de salubridad y educación en las comunidades, así como una marcada violencia de género (OIT, 2011).

La zona comprendida por las provincias de Valverde y Monte Cristi se encuentra cercana a la frontera con Haití y se caracteriza por los llamados *bateyes*. Estos consisten en asentamientos que, a partir de los años cincuenta, reunieron a las familias empleadas en las plantaciones de caña de azúcar y de banano. Es en esta zona que se produce casi el 95% de todo el banano de exportación.

²⁰ Según los datos de 2014 del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), las tres provincias donde se encuentran las organizaciones de pequeños productores de banano de comercio justo alcanzan los siguientes niveles en el Índice de Desarrollo Humano: Monte Cristi (0,450), Valverde (0,448) y Azua (0,400). La provincia de

Pedernales presenta el índice más bajo (0,285), mientras que el Distrito Nacional de la capital el más alto (0,672). Datos disponibles en: http://www.do.undp.org/content/dominican_republic/es/home/ourwork/humandevelopment/successstories/mapa-interactivo-de-desarrollo-humano-de-rd.html

²¹ Según los datos de 2010 contenidos en el Atlas Nacional de la Pobreza en la República Dominicana, la provincia de Monte Cristi contabiliza un 61,3% de la población en situación de pobreza, Valverde un 56,3% y Azua un 65,2%. Datos disponibles en: [http://economia.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/uaaes/mapa-pobreza-2010/atlas-pobreza-provincias-\(nacional-final\).pdf](http://economia.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/uaaes/mapa-pobreza-2010/atlas-pobreza-provincias-(nacional-final).pdf)

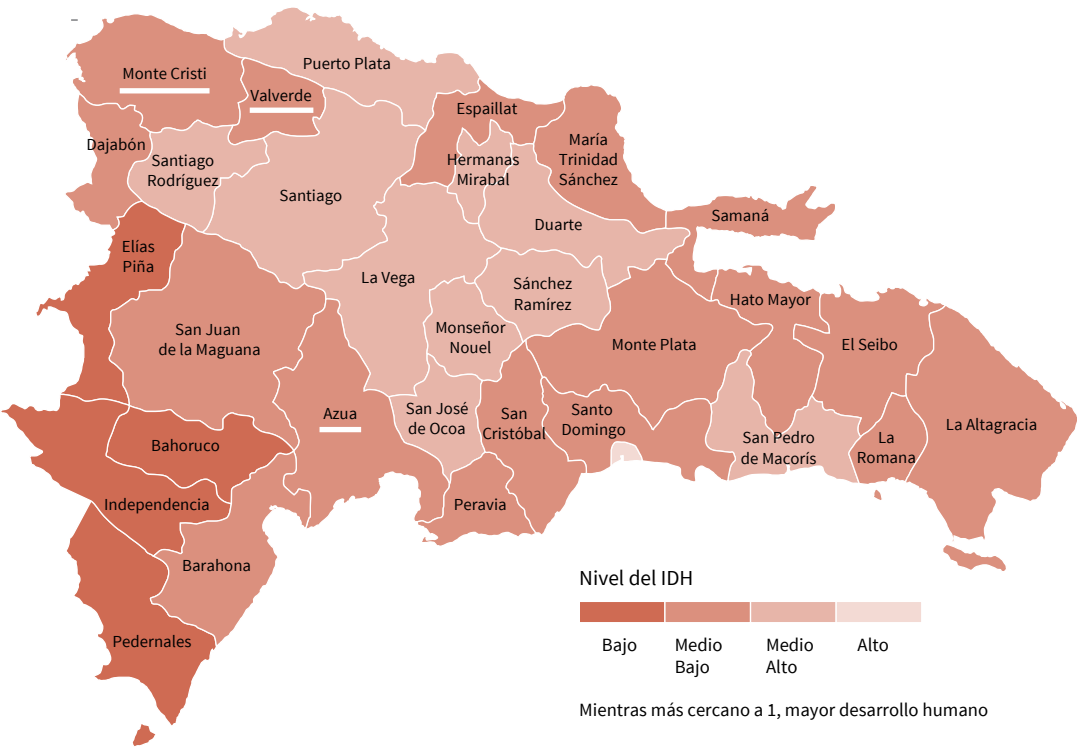
En las provincias de Valverde y Monte Cristi (véase la imagen 3.2), se encuentran los 346 pequeños productores (244 hombres y 102 mujeres) que integran la Asociación de Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste (Banelino). Si bien se constituyó formalmente en el año 2000, desde 1996 varios productores, organizados en asentamientos de la reforma agraria, ya habían empezado a poner las bases de la futura asociación (CLAC, 2018b).

Cuando Marike de Peña llegó a la zona y nos propuso rehabilitar las parcelas de guineos (ba-

nanos) nosotros no teníamos esa idea. Nos dijo que ya se estaba organizando un grupo y que iba a ser un buen negocio. Algunos ya tenían sembrado, otros no. Estaban buscando dónde reunirse y yo puse a disposición mi hogar para las primeras reuniones. Duramos dos años hasta tener el primer local. De ahí en adelante la asociación fue creciendo y llegaron nuevos socios, y más socios (Núñez Álvarez, 2018).

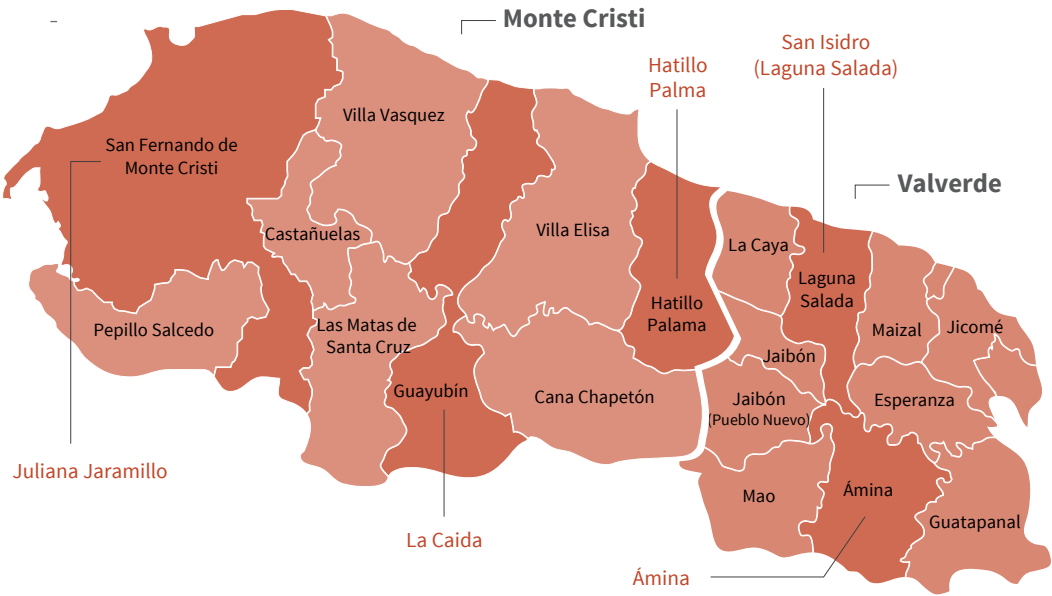
En 1996, solo 7 pequeños productores se reunieron para sentar las bases de lo que hoy es Banelino: «con el apoyo de la ONG Solidari-

Imagen 3.1 República Dominicana: localización de las provincias de Monte Cristi, Valverde y Azua



Fuente: elaboración propia.

Imagen 3.2 Banelino: unidades productivas en los municipios de las provincias de Monte Cristi y Valverde, 2017



Fuente: elaboración propia.

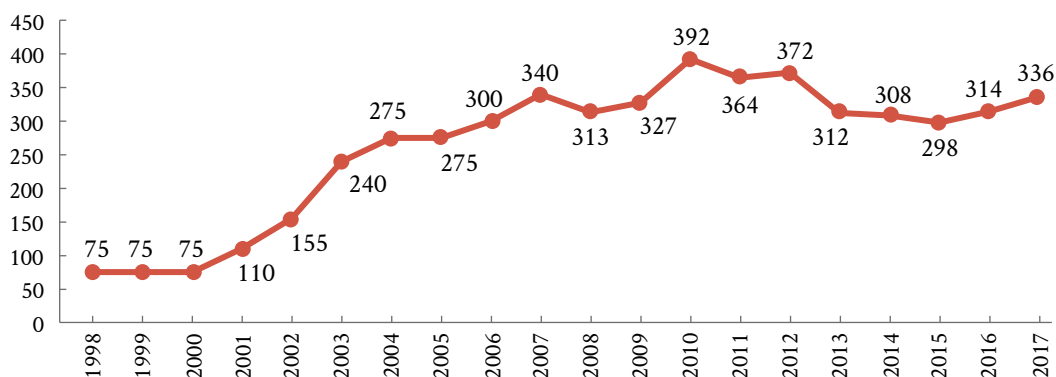
dad y de Max Havelaar Holanda, hicimos todo un levantamiento de los que podrían empezar nuevamente con la exportación. Comenzamos con los grupos de Ámina, El Mango y Renaciendo para el Bienestar. Estos dos últimos conforman hoy la unidad productiva Juliana Jaramillo» (Marike Runneboom de Peña, en Coscione, 2011: 291).

Desde 1996 hasta 2010, el número de socios ha crecido de 75 a 392 productores. No obstante, entre 2010 y 2015, se produjeron periodos de baja, por diferentes razones (véase el gráfico 3.1). Por ejemplo, entre 2009 y 2010, Banelino incorporó a un grupo de productores de limones con el objetivo de empezar un proyecto también en la comercialización de este

producto. Sin embargo, finalmente no hubo acuerdo sobre las exportaciones y los productores se retiraron de la asociación (entrevista con Runneboom de Peña, 2018). Asimismo, Domingo López indicó que varios productores dejaron la actividad a causa de las duras condiciones meteorológicas que golpearon la región (entrevista con López, 2018).

Entre 2011 y 2017, la superficie cultivada por los miembros de Banelino fluctuó entre 1.400 y 1.700 hectáreas (véase el gráfico 3.2). Prácticamente el 90% de los productores de Banelino están cultivando tierras redistribuidas durante la reforma agraria en la década de los sesenta. El padre de José Abigail Pérez Gómez, por ejemplo, fue uno de los muchos campesinos

Gráfico 3.1 Banelino: número de socios, 1998 a 2017
(En número de personas)



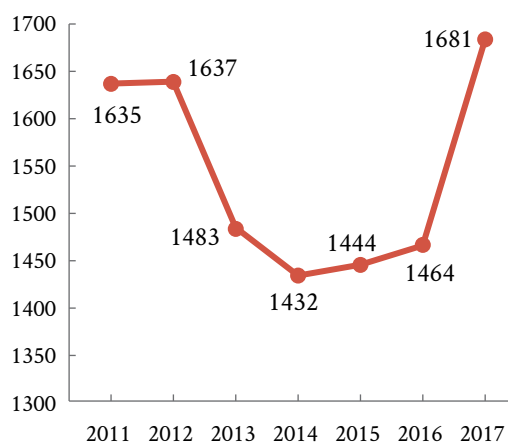
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

beneficiados con la reforma agraria. Hoy Pérez Gómez es productor de la zona Ámina, donde tiene casi 2 hectáreas de terreno y lleva 18 años como miembro de Banelino. La principal razón que movió a los productores hacia la asociatividad fue la necesidad de mejorar las condiciones económicas, sociales y ambientales de sus comunidades, a través del esfuerzo conjunto y las actividades productivas (Runneboom de Peña en Funglode, 2011).

En la actualidad, los socios de Banelino se encuentran organizados en 5 zonas geográficas (o unidades productivas) y cultivan conjuntamente un total de 1.659 hectáreas (véase el cuadro 3.1). Es la organización de pequeños productores de banano del país con la cantidad de socios más alta (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

En 2010, el 70,9% de los productores asociados a Banelino tenía menos de 5 hectáreas de tierra, el 25,4% entre 5 y 10 hectáreas, el 2,5% entre 10 y 15 hectáreas, mientras

Gráfico 3.2 Banelino: superficie cultivada de banano por los socios, 2011 a 2017
(En hectáreas)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

que solo un 1,2% tenía 15 o más hectáreas. El promedio de hectáreas por productor en Banelino «ha aumentado a 70 tareas (4,4 hectáreas). En un principio estábamos en 2,5 hectáreas más o menos. Pero la gente ha

Cuadro 3.1 Banelino: número de socios y área cultivada, por unidad productiva, mayo de 2018
(Número de asociados y hectáreas)

	Unidad productiva	Provincia	Número de asociados	Hectáreas cultivadas
1	Amina	Valverde	67	304
2	La Caída	Montecristi	37	226
3	Hatillo Palma	Montecristi	83	348
4	San Isidro (Laguna Salada)	Valverde	64	294
5	Juliana Jaramillo	Montecristi	95	487
	Total		346	1.659

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

Cuadro 3.2 Banelino: productores por categorías de superficie, 2017
(En número de productores y porcentajes del total de asociados)

	Nombre del núcleo de productores	≤ 10 hectáreas	10,1 – 15 hectáreas	15,1 – 25 hectáreas
1	Amina	64	3	-
2	La Caída	36	3	1
3	Hatillo Palma	76	1	2
4	San Isidro (Laguna Salada)	60	4	-
5	Juliana Jaramillo	76	7	3
	TOTAL	312	18	6
	Porcentaje	92,3	5,4	1,8

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino (2017b).

podido progresar en estos 15 años», afirmaba Runneboom de Peña en 2011 (Coscione, 2011: 294)²².

²² Dieciséis tareas corresponden a una hectárea.

Al momento de desarrollar esta investigación, sobre un total de 346 productores, 321 (92,8%) tenían menos 10 hectáreas. De estos, 225 productores (65%) tenían menos de 5 hectáreas, 20 productores (5,8%) contaban con entre 10 y 15 hectáreas, y solo 6 (1,7%) tenían más de 15. Entre 2010 y 2017, el porcentaje de productores de entre 10 y 15 hectáreas se ha más que duplicado, pasando de 2,5 a 5,8%. Mientras que el porcentaje de productores hasta 10 hectáreas ha bajado de 96,3 a 92,3% (véase el cuadro 3.2). Según la directora ejecutiva de Banelino, estos cambios se dieron porque algunos pequeños productores pudieron crecer, especialmente aquellos cuyos hijos ha decidido seguir con la actividad agrícola (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

3.2 EL IMPACTO COMERCIAL DEL COMERCIO JUSTO ETIQUETADO *FAIRTRADE*

En 2017, Banelino representaba cerca del 10% de las exportaciones nacionales de bananos, llegando a niveles de más de 32.000 cajas de

18,14Kg por semana, como en 2010 y 2011 (véase el gráfico 3.3). Banelino exporta casi todo el banano en condiciones *Fairtrade*, lo cual significa importantes ingresos, tanto en concepto de ventas como de premio.

Sus principales mercados de exportación son (en orden decreciente): Reino Unido, Alemania y Francia. Si bien pudiera hacerlo de manera directa, Banelino exporta por medio de dos empresas intermediarias. La principal es Plantaciones del Norte, que exportaba el 87% de la producción de banano de Banelino en 2017. La segunda es Horizontes Orgánico, cuyo nivel de exportación se ha mantenido estable en 3.000 cajas semanales, aproximadamente un 11% en el mismo año. El restante 2% se vende a través de otros pequeños exportadores como Banamiel.

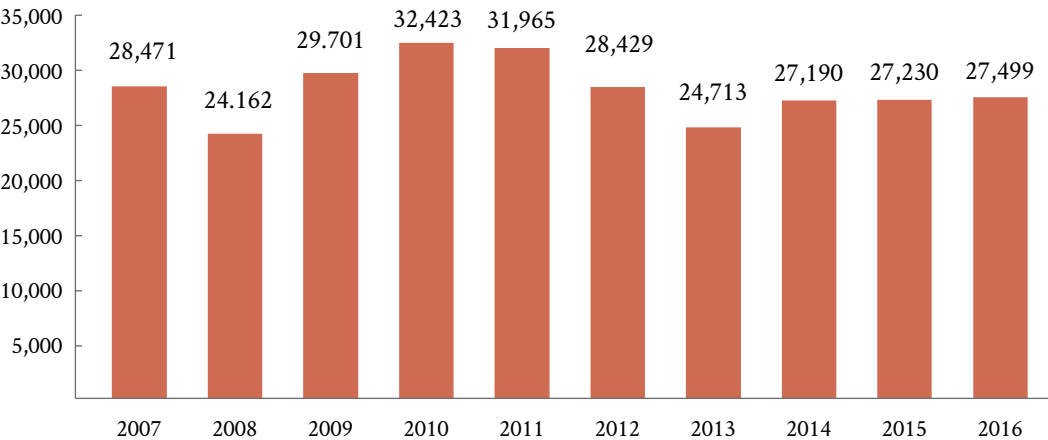
En los últimos años, la empresa exportadora Plantaciones del Norte también ha sembrado plantaciones propias certificadas *Fairtrade*.

Con ello, obviamente, ha aumentado la competencia y la oferta de banano dominicano certificado, dificultando el panorama comercial de las organizaciones de pequeños productores ya certificadas.

Antes, para Plantaciones del Norte, Banelino era la organización de preferencia en cuanto a la exportación de bananos certificados. Ahora menos. Debemos buscar nuevos caminos y, por esta razón, estamos haciendo las primeras gestiones para también exportar de manera directa. Estoy seguro de que este proceso nos va a fortalecer (entrevista con López, 2018).

Las principales empresas importadoras de los bananos de Banelino son Fyffes (comprando alrededor del 70%) y Biofrusan (véase el cuadro 3.3). Mediante esta segunda empresa, los bananos de Banelino llegan a los supermercados alemanes EDEKA y TEGUT. Tanto Fyffes como Biofrusan importan a través de Planta-

Gráfico 3.3 Banelino: promedios de exportaciones semanales, 2007 a 2016
(En número de cajas de 18,14 Kg)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

Cuadro 3.3 Banelino: principales importadores de sus bananos, 2009 a 2017
(En porcentajes del total exportado)

Importador	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fyffes	47	50	47	68	68	68	69	68	81
Winfresh	15	12	13	10	10				
Biofrusan	15	13	14	11	11	10	10	18	6
M&M Fruit	6	1	4						
Fruidor	8	9	5	2		2	1	2	1
Ecologista	4	4	5						
Frutierre	2	0	5	3	4	1	3		
Agrofair	1	1	2						
Dole	1	2	1						
IKA ECO				3	3	6	10	8	10
Apofruit				1	2	1			
Plantaciones de Norte Holanda						8	4	2	
Banamiel						3	1	1	0
Otros	1	8	3	2	2	1	1		2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia a partir de los datos, aproximados, de Banelino.

ciones del Norte que, a su vez, también vende a otros importadores más pequeños para colocar el banano de Banelino.

Desde el punto de vista comercial, Banelino se relaciona principalmente con las dos empresas exportadoras y las dos principales empresas importadoras mencionadas anteriormente; pero también mantiene diálogos directos con compradores finales como algunos importantes supermercados británicos y el supermercado alemán TEGUT. Con este último, Banelino ha construido una relación muy estrecha y fructuosa, a partir de los ámbitos ambientales y de sostenibilidad de la agricultura a pequeña escala.

TEGUT compra en condiciones parecidas al comercio justo. Sin embargo, las exportacio-

nes de banano orgánico a este supermercado se interrumpieron a finales de 2016, cuando TEGUT empezó a requerir la certificación *Demeter* para bananos biodinámicos²³. Su ob-

²³ La agricultura biodinámica se base en el enfoque holístico promovido por Rudolf Steiner desde los primeros años veinte del siglo pasado. Según indica la certificación *Demeter* en su página web: «los agricultores biodinámicos devuelven más a la tierra de lo que le quitan cuando cultivan y crían animales. La finca se considera como un organismo en el que las plantas, los animales y los seres humanos están conjuntamente integrados. La diferencia más significativa es que en la agricultura biodinámica se trabaja con las energías vitales en la naturaleza y no solamente con las necesidades materiales. Un aspecto de esto es la consideración de los ritmos cósmicos en la producción vegetal y la cría animal (por ejemplo, en un cultivo; la siembra y la cosecha deben estar programadas si es posible en los días favorables)». Véase: <https://www.demeter.es/agricultura-biodinamica/>

jetivo es seguir diferenciándose de los otros comercializadores de bananos orgánicos alemanes. Desde comienzo de 2017, Banelino ha recibido el apoyo de TEGUT para empezar a producir bananos biodinámicos y obtener la certificación, aunque todavía no se concretaron nuevas ventas. A pesar de ello, la relación de cooperación entre los dos socios sigue siendo beneficiosa y se quiere mantener en el largo plazo. Al momento de la investigación, 11 productores socios de Banelino ya producían según las normas *Demeter*.

TEGUT quiere los bananos de Banelino, pero ya solo quiere importar bananos biodinámicos, para diferenciarse del orgánico. Por esta razón, nos está ayudando con el proceso de certificación de un grupo de productores que pronto esperamos puedan exportar bananos certificados *Demeter* al supermercado TEGUT. Para Banelino TEGUT siempre ha sido un mercado seguro, de 3.000 cajas semanales y las relaciones son de verdad muy buenas, directas, transparentes y de largo plazo. Enfocadas totalmente en los

aspectos ambientales, pero a la vez muy comprometidas con la agricultura a pequeña escala (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Banelino busca vender toda su exportación en condiciones *Fairtrade*. Si bien la asociación ya se encuentra cercana al 90% (véase el cuadro 3.4), aún queda trabajo por realizar. Las exportaciones no certificadas no se venden al valor estable del precio mínimo, ni reciben el premio. Sin embargo, hay algunos compradores que pagan un buen precio, pero no usan la marca *Fairtrade*. Por otro lado, mientras que casi toda la producción es orgánica, no toda se logra exportar como tal, especialmente los bananos más pequeños.

Para mediados de 2018, Banelino estaba exportando un 60% del potencial productivo exportable de sus socios, todo en condiciones *Fairtrade*. Sin embargo, el otro 40% no se lograba exportar y se estaba colocando en los mercados locales. Actualmente se están buscando nuevos mercados en los Estados Unidos y Europa, y se

Cuadro 3.4 Banelino: exportaciones totales de bananos, por categorías, 2010 a 2017 (En número de cajas de 18,14 Kg y porcentajes)								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fairtrade	1.399.406	1.361.357	1.286.132	1.015.233	1.240.101	1.345.183	1.258.383	1.053.318
No Fairtrade	286.625	300.801	192.180	274.151	171.794	70.799	171.597	143.634
% Fairtrade	83	82	87	79	88	95	88	88
Orgánico	1.197.358	1.168.163	1.138.372	1.071.688	1.272.991	1.280.665	1.294.731	1.111.712
Convencional	488.673	493.995	339.940	213.417	140.904	135.317	135.249	85.240
% Orgánico	71	70	77	83	90	90	91	93
Totales	1.686.031	1.662.158	1.478.312	1.285.105	1.413.895	1.415.982	1.429.980	1.196.952
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.								

está tratando de reactivar canales comerciales en lugares como los Países Bajos (entrevista con López, 2018).

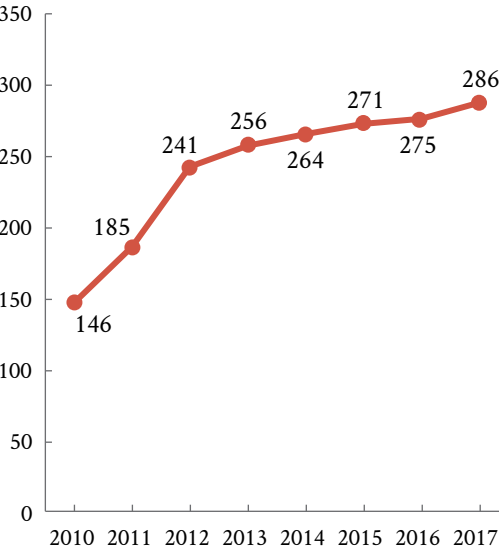
Domingo López, Subdirector Ejecutivo de Banelino, durante la entrevista rescató el fortalecimiento de la organización en todos los aspectos comerciales y de gestión de riesgos financieros, como uno de los principales impactos positivos del comercio justo.

Sin embargo, a parte de la certificación *Fairtrade*, con la cual Banelino cuenta desde el 2000, la asociación tiene otras certificaciones: orgánica (desde el año 200), *GlobalGap* (desde 2003), *Rainforest Alliance* (desde 2016), y *Demeter* (desde 2018)²⁴. La certificación *Rainforest Alliance* fue requerida por el supermercado británico TESCO. Para los productores supuso cumplir con nuevos criterios como: a) análisis adicionales de aguas; b) incluir duchas en las infraestructuras; c) ulteriores criterios en protección del medioambiente, los recursos naturales y la vida silvestre; d) mejoras en los mecanismos de comunicación con las comunidades y en las condiciones laborales. Sin embargo, después de los primeros pedidos en 2017, en 2018 la relación comercial con TESCO no continuó²⁵.

²⁴ En 2018, Banelino pagó los siguientes montos en concepto de certificaciones: casi 2.600 dólares para la certificación *Fairtrade*; 7.200 dólares para *Rainforest Alliance*; 7.200 dólares *GlobalGap* y más de 2.500 dólares para la certificación *Demeter*. El valor de la certificación orgánica en 2017 fue de 7.440 dólares. Sin embargo, como subraya la directora ejecutiva, lo más costoso es mantener las certificaciones. Banelino destina entre 80.000 y 90.000 dólares al año para todo el trabajo que se hace en ámbito de certificaciones (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

²⁵ En 2016, Banelino certificó con *Rainforest Alliance* a 78

Gráfico 3.4 Banelino: productores certificados en *GlobalGap*, 2010 a 2017
(En número de productores)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

Si bien Banelino solo exporta bananos, sus miembros cuentan con una producción más diversificada. Los asociados cultivan también aguacates, cacao, calabaza, cerezas criollas, guayabas, limones, miel de abejas y otras frutas que se comercializan a nivel local y nacional. En esta línea, entre 2014 y 2015 y como nuevo componente de la producción orgánica en biodiversidad, Banelino ha desarrollado el proyecto “Apicultura dentro del sistema de producción orgánico de un pequeño produc-

tores (el 24,8% del total de productores) y 20 empacadoras (14,5% del total de empacadoras). En 2017, se certificaron 71 nuevos productores (en total 149, correspondientes al 44,3%) y 44 nuevas empacadoras (en total 64, un 41,0%) (Banelino, 2016 y 2017b).

tor” con apoyo del Programa de Pequeños Subsidios (PPS) del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Mediante un fondo rotatorio se ha facilitado la instalación de colmenas a varios productores (véase el cuadro 3.5). Los primeros se formaron en apicultura gracias a la asistencia técnica del Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (Infotep).

La apicultura ya entró a formar parte de nuestro programa de biodiversidad. Hemos estado desarrollando capacitaciones y, de la mano con la sección de ganadería y apicultura del Ministerio de Agricultura, hemos visto toda la parte de inocuidad del producto. A los productores realmente les gusta mucho, además es rentable. Sin embargo, por los fenómenos atmosféricos y la escala muy familiar, el proyecto aún no da el necesario salto cuantitativo (entrevista con Gómez, 2018).

En la sede de la asociación se almacena la miel, que luego se vende en el mercado local. Esto normalmente se realiza de forma directa al

consumidor o comprador en la sede de la asociación. Entre 2016 y 2018, la miel extraída alcanzó los 2940 kilos²⁶, lo que significó para los productores un ingreso total de 7.680 dólares.

A pesar de que nuestros productores nunca fueron apicultores, el proyecto tiene mucho futuro y se puede fácilmente empezar a producir derivados como jalea real, propóleos, entre otros. Lo interesante es que ya estrechamos vínculos con Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón (ASOAPIFRODA). Sus apicultores nos han acompañado y asesorado, a través de un proyecto apoyado por la ONG estadounidense *Farmer-to-Farmer* (entrevista con Gómez, 2018).

La comercialización de miel fraccionada no es la única opción para la venta de productos terminados. Para el futuro, Banelino está analizando la posibilidad de empezar a producir de manera industrial harina de banano y sus derivados, así como chips de banano revestidos de chocolate²⁷. En la actualidad, dos grupos de

Cuadro 3.5 Banelino: productores y colmenas por unidad productiva, junio 2018
 (En número de productores y colmenas)

Unidad productiva	Productores	Colmenas
Hatillo Palma	4	38
Amina	2	26
San Isidro	10	70
Juliana Jaramillo	8	58
La Caída	1	15
TOTAL	25	207

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

²⁶ En Banelino utilizan galones de 3,78 litros, 12 libras o 5,44 Kg para el almacenaje. Entre 2016 y 2018 se llenaron 541 galones.

²⁷ «Durante los años 2008 al 2010, el consumo aparente del Chip de Banano se estimó en unas 80.000, 113.000 y 150.000 cajas de 24 unidades de 30 grs. cada caja, para cada año. Mientras que la proyección futura del consumo llegaría a 175.746 cajas para el 2016. Banano Revestido de Chocolate: Para estimar el consumo aparente del Banano Revestido de Chocolate se partió de la capacidad instalada prevista en el proyecto, la cual llegará a unas 399.950 cajas de 20 unidades de 7,7 grs en el año 2016. La estructura de los precios de ambos productos, para los consumidores del área de influencia es de RD\$13,00 la funda de 30 grs. para el caso del Chip de Banano, y de RD\$15,00 la rodada de 7,7 grs. para el caso del Banano Revestido de Chocolate. Estos precios son considerados competitivos

mujeres están produciendo harina y derivados de forma artesanal.

Con un mini-proyecto financiado por la FAO, hemos capacitado a las mujeres y hemos recibido en donación unas pequeñas maquinarias y los primeros insumos para empezar el trabajo. Sin embargo, la población aún no está acostumbrada a consumir estos productos, entonces localmente no hay gran mercado todavía. Si a esto le añadimos que no pudimos hacer un buen trabajo de mercadeo, pues todavía no tenemos resultados significativos de esta experiencia. No obstante, tiene buen potencial, especialmente en relación con las compras públicas para los desayunos escolares (entrevista con Gómez, 2018).

En este ámbito, se desarrollaron dos estudios de factibilidad para analizar las potencialidades productivas y de mercado de estos productos. Uno para las organizaciones de pequeños productores de banano de comercio justo de la Línea Noroeste, y el otro para la provincia de Azua. A pesar de que los resultados de los estudios demuestran opciones interesantes en estos nichos, los dos proyectos de procesamiento y generación de productos terminados de forma industrial aún no han empezado, por

en el mercado, en vista de la calidad e higiene con los cuales se producirán estos bienes. En el caso de los precios, cada agente comercializador tendrá su margen adecuado de ganancias, mediante el proceso de venta, los cuales se inician con la fábrica que expenderá el producto en cajas, que para el caso del Chip de Banano será de 24 unidades, con un peso de 30 grs., cada caja. Mientras que en el caso del Banano Revestido de Chocolate, la caja será de 20 unidades con un peso de 7,7 grs. cada unidad» (Díaz Herrera, et al., 2011).

la necesidad de una alta inversión inicial. Durante el desarrollo de la investigación, los dos grupos de mujeres solo trabajaban por pedidos. Sin embargo, con la baja en los mercados de exportación que está sufriendo Banelino en este momento, la idea de una fábrica volvió a tomar terreno.

El 2018, fue uno de los años más difíciles para Banelino. La organización tuvo serias dificultades para colocar sus bananos en el mercado exterior. López atribuye esta baja a las decisiones tomadas por los importadores frente a las inundaciones de 2016, que desestabilizaron el volumen de oferta nacional para el año 2017, y a los dos ciclones de 2017, que influyeron negativamente en la oferta de fruta del 2018.

A mi juicio, la situación inestable en República Dominicana convenció a varios compradores a buscar bananos en otros países y nosotros sufrimos las consecuencias. Se nos está quedando fruta de muy buena calidad. Además, en este momento hay una sobreoferta de bananos dominicanos con respecto al potencial de demanda. Los compradores están aprovechando esta situación para pagar solo el mínimo *Fairtrade*, nada más que eso, así que no logramos negociar precios más altos, por ejemplo en base a la calidad de nuestra fruta (entrevista con López, 2018).

Según Runneboom de Peña, además de un cambio de preferencias hacia otros países, también se está viviendo un cambio de preferencias hacia los productores más grandes y las plantaciones privadas también certificadas.

Parece que los grandes están vendiendo más y los pequeños estamos vendiendo menos, en

un escenario que siempre ha sido de más oferta *Fairtrade* que demanda. Este año el compromiso de los compradores es bajo. Además, estamos firmando contratos de 6 meses y no de un año. Al mismo tiempo, estamos viendo una tendencia en la cual los compradores se están enfocando más en plantaciones privadas certificadas, para beneficiar a los trabajadores rurales contratados, y menos en lo que significa el comercio justo para los pequeños productores asociados. Con las preocupaciones internacionales por los obreros agrícolas, además, parece ser que los compradores optan por trabajar con grandes plantaciones donde existe menos informalidad laboral que entre la mano de obra empleada por pequeños productores (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Los aspectos climáticos también han influido negativamente en el desempeño actual de los productores asociados a Banelino. En 2016, 101 productores fueron golpeados por fuertes inundaciones, afectando un área de casi 470 hectáreas. Esto impactó directamente en un 35% del volumen de exportación.

Producimos bananos orgánicos y estamos aplicando las enseñanzas del programa de biodiversidad. Sin embargo, es una lucha constante contra los fenómenos atmosféricos que cuando son duros acaban con todo. Lo peor para nosotros son las inundaciones del río, las matas se pudren y hay que volver a empezar de nuevo. En esas ocasiones hay que esperar unos diez meses para volver a producir como antes (Núñez Álvarez, 2018).

En 2017, 318 productores fueron afectados por dos huracanes en el mes de septiembre.

Estos fenómenos atmosféricos golpearon duramente un área total de 563 hectáreas de los socios de Banelino. Debido a las inundaciones, 97 productores perdieron casi 400 hectáreas, mientras que 227 productores se vieron afectados por los fuertes vientos que dañaron un total de casi 170 hectáreas y un 38% del volumen de exportación (Banelino, 2017c).

María Genao es productora de la zona Juliana Jaramillo. Entre su madre, hermano y ella suman 15 hectáreas de terreno. Desde 2011, los tres son socios de Banelino, cultivando en biodiversidad y también desarrollan apicultura. En sus fincas hay aguacates, cerezas, cítricos, cocos, frijoles y mangos. Solo en el caso de los limones han podido venderlos localmente, los demás frutos los consumen en la familia. Genao es ejemplo de una nueva generación de agricultores. Antes vivía en los Estados Unidos, pero después de la muerte de su padre, los tres decidieron volver a la provincia de Monte Cristi, donde nacieron.

Gracias a las capacitaciones de Banelino y a la Escuela Bananera pudimos aprender del cultivo y sumarnos a este negocio. Me siento muy preparada ahora, gracias al apoyo técnico de la asociación. Hoy solo nos dedicamos a la agricultura. La agricultura es muy bonita, pero tiene muchos riesgos. En los momentos de crisis se sienten los beneficios de estar asociados. Banelino siempre está ahí para ayudarnos. Sin la organización ya habríamos fracasado en nuestro intento de volver al campo (entrevista con Genao, 2018).

Los primeros años desde su regreso se caracterizaron por muchas inversiones para adap-

tar la finca y aprender del proceso. Cuando la producción entró a buen régimen, como la mayoría de los productores de Banelino, la familia de Genao sufrió las consecuencias de los fenómenos atmosféricos extremos de 2016 y 2017. Recién en 2018 lograron recuperar el ritmo normal de producción: «Ahora estamos estimando que podremos entregar, entre las tres parcelas, unas 5 paletas (240 cajas) de bananos la semana. Estaríamos hablando de unos 2.200 dólares brutos por semana» (entrevista con Genao, 2018).

Si bien en 2018 las cajas orgánicas y *Fairtrade* se exportaban a 9,70 dólares, anteriormente Banelino había logrado negociar mejores precios. Por ejemplo, en 2016 el precio mínimo *Fairtrade* era 9,60 dólares por caja para el banano orgánico, pero Banelino vendía ciertas cantidades por 10,60 dólares por caja (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

En cuanto al prefinanciamiento, en el rubro de banano se exporta semanalmente y, por tanto, no se suele incluir en los contratos. En la actualidad, los compradores pagan de forma muy rápida (una semana), antes de que el producto llegue a destino. Anteriormente, los compradores solían cobrar una tasa por aplicar este “pronto-pago”, pero ya no lo hacen, acercándose *de facto* al principio del prefinanciamiento en comercio justo, y limitando mucho los problemas de liquidez de las organizaciones de productores (entrevista con López, 2018).

Según comenta la directora ejecutiva, Banelino retiene 0,80 dólares por caja para los gastos administrativos, de oficina, asistencia técnica, certificaciones, capacitación y seguimiento a

Cuadro 3.6 Bananos de la República Dominicana: precio mínimo y premio Fairtrade, junio de 2018 (En dólares y dólares por caja de 18,14kg)			
Variedad	Condi- ción*	Precio mínimo Fairtrade	Premio Fair- trade (dólar por caja)
Orgánico	Ex Works	9,70	1,00
	FOB	13,60	1,00
Conven- cional	Ex Works	7,10	1,00
	FOB	11,00	1,00

Nota: *Freight On Board, o Free On Board, significa que el precio incluye el material de empaque y paletizado, los costos de transporte desde el centro de empaque hasta el puerto, los costos de carga al barco y los trámites e impuestos de exportación. El precio *Ex Works* no incluye estos costos y vale para la producción hasta que el banano esté listo para el empaque.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Fairtrade International disponible en la base de datos sobre precios mínimos *Fairtrade* (<https://www.fairtrade.net/standards/price-and-premium-info.html>).

los programas y proyectos, además de la logística. Este valor se estableció en base a una producción de entre 20 y 25 mil cajas semanales: «respecto a otras organizaciones es más alto, pero se debe principalmente a la cantidad de pequeños productores asociados a Banelino. Cuanto más pequeños productores, más es el nivel de gastos internos para todas las gestiones de capacitación y cumplimiento con las buenas prácticas y el manejo de la fruta antes de la exportación» (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Con estos datos, el productor estaría recibiendo 8,90 dólares por caja orgánica. En 2016, Banelino calculó que los costos promedio de producción alcanzaban los 9,23 dólares por caja orgánica, incluyendo también la mano

de obra del mismo productor dueño de la finca. Los técnicos de Banelino estiman que, en promedio, un productor de Banelino logra ahorrar unos 50 centavos de dólar por caja de 18,14 Kg.

Los ingresos de las ventas del banano aquí en Dominicana dependen mucho de los eventos climáticos. Además, hay semanas que la producción sube y otras que baja. A finales de 2015, antes de la fuerte bajada que tuvimos en 2016 y 2017, en mi finca producíamos 2 cajas y medio por tarea, en promedio, semanalmente. Mi finca es de 4 hectáreas, o 64 tareas. En aquel entonces pude calcular un ingreso familiar de alrededor de 13.000 dólares, al neto de los gastos de la finca. Más o menos entre 1 y 2 dólares por caja (productor entrevistado en el Grupo Focal Banelino, 2018).

Yo tengo 30 tareas de tierra (1,87 hectáreas), y produzco entre 1,5 y 2 cajas semanales por tarea. El precio *Fairtrade* para una caja ahora es de 9,70 dólares, pero Banelino retiene una parte para los gastos administrativos y logísticos. Personalmente he podido calcular que logro recibir unos 50 centavos de dólar netos por caja (aproximadamente 2.650 dólares al año). Con los ingresos de las ventas de banano a través de Banelino podemos seguir trabajando en la finca y nos mantenemos como familia (productor entrevistado en el Grupo Focal Banelino, 2018).

Élido Peña tiene 63 años y es productor de Banelino desde 2004. Su finca es de aproximadamente 6 hectáreas, con buena diversificación en biodiversidad y casi 20 colmenas. En promedio, produce 2 cajas de 18,14 Kg semanales por tarea (32 por hectárea), lo cual equivale a casi

1.700 dólares de ingresos brutos semanales: «yo estimo que de estos ingresos por las ventas reinvierto en la finca más del 60%. Con el resto cubro todos los demás gastos fijos para vivir» (entrevista con Peña, 2018). Peña contrata a 5 trabajadores de manera fija durante toda la semana y puede llegar a contratar a otros 7 en el momento del proceso y empaque de los bananos. Todos son haitianos, solo el conductor del camión es dominicano. Peña está gastando más de 445 dólares quincenales para la mano de obra: «el salario mínimo que pago son 325 pesos diarios (6,60 dólares). Buena parte de lo que reinvierto en la finca se destina a la mano de obra» (entrevista con Peña, 2018).

Al igual que lo ocurrido con los productores colombianos de Cosurca, Peña se encuentra ya pensando en cómo será el tránsito de la finca desde su administración a la siguiente, ya que sus cuatro hijos son profesionales casados y que no viven en la zona. Peña tiene en claro que, llegado el momento, sus hijos tendrán que ponerse de acuerdo para que uno solo siga con la finca, ya que dividirla entre los cuatro significaría poco terreno para cada uno y probablemente todos venderían.

Productores como Peña, subsisten gracias al paraguas institucional y la estabilidad que otorga Banelino. Gracias a la asociación y al comercio justo, José Abigail, otro socio de Banelino, se ha convertido en un productor independiente.

A la semana entrego una paleta de guineos (48 cajas) y recibo aproximadamente 23 mil pesos (460 dólares). En promedio, calculo que un 70% son gastos de finca, aunque no todos los gastos

se hacen semanalmente. Por ejemplo, los abonos o las fumigaciones pueden ser una vez al mes. Si el comercio justo no existiera tampoco nosotros existiéramos. En el mercado local no se puede. Precios y estabilidad en el comercio justo para mí son los aspectos más importantes (entrevista con Pérez Gómez, 2018).

El mercado local vive una constante inestabilidad por la sobreoferta de bananos prácticamente durante todo el año. Además, en las zonas productivas, persiste la presencia de muchos intermediarios que aún se quedan con las mayores ganancias de las ventas, comprando muy barato a los productores. Según los comentarios de los entrevistados, la venta del producto al mercado local ni siquiera cubre los costos de producción: «tomando como ejemplo una caja de banano convencional, los costos de producción para un pequeño productor asociado podrían llegar a 6 dólares. La exportación en comercio justo garantiza a la organización 7,10 dólares, pero el mercado local estaría pagando esa caja quizás 2 dólares» (entrevista a López, 2018).

Roberto Sánchez es productor asociado desde hace 10 años, actualmente es vicepresidente de la Junta Directiva de Banelino. Tiene 3,75 hectáreas (60 tareas), en parte en biodiversidad: «mi finca está certificada *Rainforest Alliance*. Con esta certificación también hemos adquirido nuevos conocimientos» (entrevista con Sánchez, 2018). Ahora su familia solo trabaja en la producción bananera, ya que conlleva mucho tiempo y dedicación.

Al estar asociados logramos mantenernos de forma sostenible. En promedio logro producir

entre 2 y 2,5 cajas semanales por tarea, de las cuales media caja se coloca en el mercado local, el resto va a Banelino para la exportación. Considero que, cubiertos todos los gastos fijos de la finca y de la familia, en promedio podemos ahorrar unos 8 mil pesos semanales (160 dólares). Sin embargo, en los últimos años los costos de producción y el valor de la canasta familiar han subido mucho (entrevista con Sánchez, 2018).

Entre 2012 y 2017, los costos de producción han aumentado constantemente. Actualmente Banelino está aplicando la metodología de estudio de costos que el sistema *Fairtrade* promueve a través de sus redes de productores, a fin de analizar cómo han variado las estructuras de costos en varios rubros productivos. Lamentablemente, al momento de la investigación, los resultados del estudio de costos aún no estaban disponibles. Sin embargo, Banelino contaba con algunos datos que demostraban lo que todos los productores están sufriendo: un aumento general de los costos de producción.

Según los datos disponibles, Banelino considera que el costo promedio anual para producir bananos orgánicos en una hectárea de tierra aumentó de casi 5.945 dólares, en 2012, a cerca de 13.800 dólares, en 2017²⁸. Este monto incluye la mano de obra del mismo productor dueño de la finca y es más alto de lo que el productor recibiría (11.850 dólares) por la venta anual de 25,6 cajas orgánicas semanales por hectárea (1,6 por tarea) al precio de 8,90 dólares (9,70 dólares menos 0,80 dólares que Banelino retiene para los gastos).

²⁸ El costo por tarea en 2012 era más de 370 dólares y, en 2017, subió por sobre los 860 dólares.

Si los costos de producción han ido subiendo paulatinamente, la productividad se ha mantenido casi constante. En los primeros años desde su constitución formal, ya se notaban las diferencias entre los socios más antiguos y los nuevos. Zariroh (2007) evidenciaba como la antigüedad de participación tenía efectos positivos en la productividad del cultivo. Si en promedio los rendimientos oscilaban entre 25 y 26 toneladas al año por hectárea (1,7 cajas semanales por tarea), los miembros más antiguos alcanzaban una productividad cercana al promedio nacional (40 toneladas por hectárea o 2,7 cajas semanales por tarea).

Esos fueron buenos años, pero la situación ha cambiado, sobre todo por la incidencia del cambio climático. La recuperación de un primer evento atmosférico extremo es relativamente fácil, pero cuando se suman más y más eventos, todo se complica. La situación actual también ha cambiado por la relación entre costos de producción e ingresos. Entre menos ingresos, menos inversiones en la finca y menor productividad. En las fincas más pequeñas la productividad ha bajado más (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

En la actualidad, después del aumento de los eventos climáticos extremos, entre los productores promedio (ni los mejores, ni los con resultados más bajos), la productividad se mantiene entre 24 y 27 cajas semanales por hectárea. Sin embargo, la productividad varía mucho durante el año, y también antes y después de los fenómenos atmosféricos fuertes como sequías, fuertes lluvias, huracanes o inundaciones que en el caribe son habituales. Debido a ello, es complicado contar con pro-

medios que describan las realidades de las fincas de los pequeños productores bananeros de esta zona.

Sin embargo, la productividad aumenta bastante en aquellas fincas donde el pequeño productor está aplicando las mejores prácticas agrícolas orgánicas y para la sostenibilidad en biodiversidad, y los biofertilizantes producidos por Banelino. Con estos productores se pueden alcanzar más fácilmente niveles de productividad de entre 40 y 48 cajas semanales por hectárea.

3.3 PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y EN BIODIVERSIDAD

Según datos del Foro Mundial Bananero, la República Dominicana era el mayor productor de banano orgánico en 2017, con más del 55% de la producción mundial.

En 2015, el país contaba con cerca de 12.000 hectáreas de banano orgánico y exportaba más de 240.000 toneladas (más de 150 millones de dólares). Más del 50% de las exportaciones de banano fueron orgánicas, producidas por más de 1.000 productores. Aproximadamente el 95% de las exportaciones dominicanas de banano orgánico se envían a la Unión Europea, representando casi el 50% de su oferta (FAO, 2017a: 1).

A finales de 2017, el 94,6% de los productores de Banelino estaban certificados orgánicos, 4,8% eran convencionales y el restante 0,6% seguían en transición del convencional al orgánico (Banelino, 2017c). Solo un año antes, en 2016, esos porcentajes eran: 89% orgánicos, 7% convencional y 4% en transición (Ba-

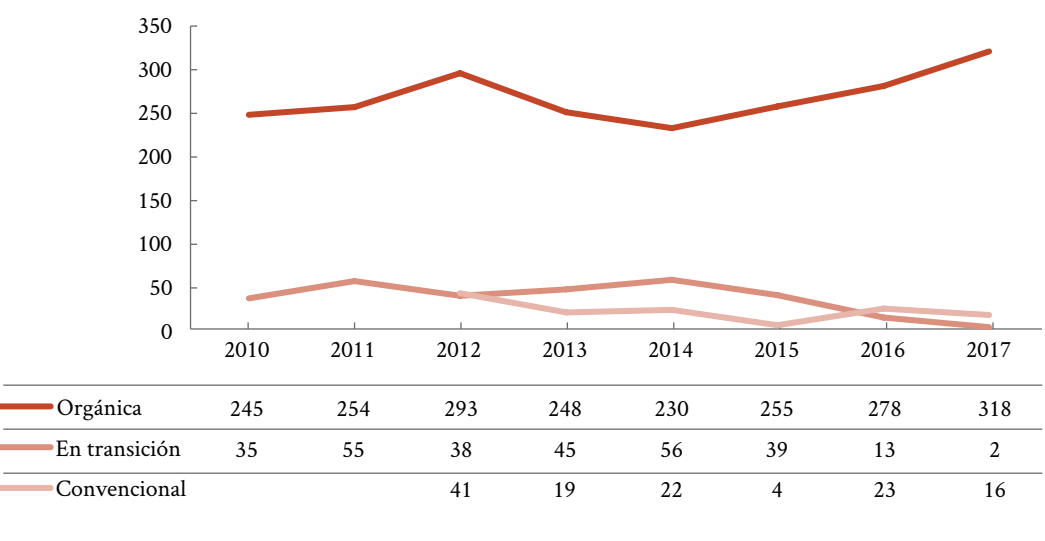
nelino, 2016), por lo que el trabajo de Banelino en la transición a producción orgánica es destacable.

En 1998, el huracán Georges arrasó con gran parte de las plantaciones de banano de la zona. Al renovarlas, los productores de Banelino empezaron la apuesta por la producción orgánica. Entre 2003 y 2006, Banelino aumentó la producción orgánica pasando de un 37% a un 75% de su producción total, y al mismo tiempo ha mejorado la calidad del banano para el mercado local (Zarioh, 2007). «Nuestra meta es llegar al 100% porque entendemos que el futuro de la República Dominicana está en la agricultura orgánica. Como país es bien difícil competir, [pero] en el orgánico competimos mejor, y también aportamos más al medio ambiente» (Runneboom de Peña en Funglo-de, 2011).

El trabajo con biodiversidad también ha sido importante. El mismo comenzó en 2006, cuando Banelino implementó acciones concretas para enriquecer la biodiversidad dentro de las fincas bananeras, tradicionalmente dedicadas solo al cultivo del banano. A través de la producción orgánica en biodiversidad, los pequeños productores miembros de Banelino desarrollan, en sus parcelas, “calles” o “corredores” en los cuales incluyen otros cultivos, como cacao, cítricos, aguacate, mango o guayaba. Con ello combinan sistemas radiculares con barreras vivas, donde la temperatura baja y se busca el necesario espacio vital para que las diferentes plantas cooperen y no compitan en su crecimiento.

La presencia de otras plantas, así como la cobertura de suelo con frijoles, leguminosas, legumbres, maní forrajero y hierbas, enriquece

Gráfico 3.5 Banelino: socios con producción orgánica, en transición y convencional, 2010 a 2017 (Número de productores)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

los suelos, conserva humedad y limita la proliferación de plagas y enfermedades en los bananos²⁹. Los productores que implementan estas prácticas han sido adecuadamente formados (FAO, 2017a; IDEAS y CLAC, 2016).

Trabajar con los componentes de biodiversidad no solo es un desafío para los productores convencionales sino también para los productores orgánicos. Muchos de ellos creen que hacer agricultura orgánica significa simplemente cambiar los insumos y fertilizantes convencionales por los orgánicos. Sin embargo, la biodiversidad incluye sostenibilidad de los suelos, diversidad de cultivos, el cuidado del medio ambiente, el componente animal y el ser humano, que también es parte del sistema (entrevista con Gandini, 2018).

Según Gustavo Gandini (2018), responsable del programa de producción en biodiversidad, el primer desafío es entender qué significa biodiversidad en las fincas de banano:

Nosotros partimos de un modelo en el cual el 10% de la finca tiene que tener otro cultivo diferente al banano, pero en el mismo espacio. Y debe haber, por lo menos, tres especies conviviendo juntos. De ahí promovemos que se cultiven otros frutales, como cítricos, cacao, cerezas tropicales o criollas, y el coco. Al mismo

tiempo, cuidamos los suelos, que son las bases de todo cultivo. Por esta razón, trabajamos con cobertura de suelo. Finalmente, incluimos el componente animal, con las abejas. Éstas necesitan flores y árboles de servicio que ofrezcan una buena cantidad de polen (entrevista con Gandini, 2018).

Los árboles melíferos también desempeñan la función de cortavientos, protegiendo mejor las matas de banano. Los productores que cultivan en biodiversidad producen a su vez abonos y bioles con materia orgánica de la propia finca, estiércol y otros componentes³⁰.

Los beneficios de esta práctica productiva, que ya es considerada un buen ejemplo a seguir por otras organizaciones de pequeños productores bananeros³¹, son múltiples: a) mayor sostenibilidad de la producción orgánica gracias al aumento de la producción y de la productividad; b) mejor control de plagas; c) se incrementa la

³⁰ En un principio, Banelino tenía algunas pequeñas iniciativas de producción de abono orgánico en las unidades productivas. Paralelamente, se fomentaba la producción de abonos orgánicos a nivel de finca. En la actualidad, Banelino cuenta con una fábrica de biofertilizantes, como iniciativa propia a nivel de organización, con una capacidad instalada de 230 mil litros cada dos meses aproximadamente. En la actualidad se están produciendo unos 83 mil litros (entrevista con Gandini, 2018).

³¹ Del 9 al 20 de marzo de 2018, por ejemplo, en el marco del Proyecto de Inversión Pública de Banano Orgánico ejecutado por la Dirección Regional de Agricultura de Piura (DRAP) del Gobierno Regional, un grupo de pequeños productores de asociaciones de banano orgánico de la región de Piura (Perú), y técnicos de la DRAP, participaron en un programa de aprendizaje e intercambio de experiencias con Banelino. Véase: <http://agricultura.regionpiura.gob.pe/noticias-euro/3927>

²⁹ A diferencia de Europa, donde en primavera se remueve el terreno para que los rayos del sol lleguen más directamente, en el trópico no hace falta que el terreno se caliente: «Todo lo contrario de lo que querían enseñarnos. Lo que necesitamos aquí es mantener el suelo fresco, entonces hay que trabajar con cobertura de suelo» (Gustavo Gandini, agrónomo de Banelino, en Coscione, 2011: 309).

conservación, la calidad y la materia orgánica de los suelos; d) aumenta la eficiencia en la conservación y el uso de los recursos hídricos para el riego; e) incremento de flora y fauna benéficas; f) menor uso de recursos externos; g) mayor diversificación de los ingresos gracias a las otras especies plantadas y la apicultura (FAO, 2017a; Coscione, 2011: 308).

Banelino no tiene control sobre toda la fruta de sus socios, solo sobre el banano que se exporta. En este sentido, es difícil que la asociación tenga datos exactos de productividad. Sin embargo, hay que considerar que los productores que trabajan en biodiversidad son también los más motivados y que invierten más horas de trabajo en sus fincas (entrevista con Runneboom de Peña, 2018). Según los cálculos del departamento de producción de Banelino, el rendimiento promedio de las fincas de sus socios varía dependiendo de modelo productivo:

1. Fincas en transición: 730 Kg de banano por hectárea a la semana (entre 60 y 65% exportable);
2. Fincas orgánicas: 696 Kg (un 60% exportable);
3. Fincas orgánicas en biodiversidad: 1.054 Kg (entre 60 y 65% exportable).

Uno de los desafíos actuales de Banelino es elevar la productividad junto con bajar los costos, debido a que los precios en los mercados se estancan. En este sentido, se están aplicando metodologías de trabajo mejoradas e introduciendo nuevas tecnologías:

Se han aprovechado las pérdidas de los últimos años para sembrar solo después de haber

nivelado los terrenos, garantizando una mejor distribución de las plantas y mejor aprovechamiento del suelo. Además, hemos introducido plantitas *in vitro*, más resistentes a las enfermedades y con mayor productividad: 1,25 cajas con un racimo, cuando con las otras plantas llegamos a media caja por racimo, o 0,70-0,80 (entrevista con López, 2018).

Según los datos que maneja la organización, las fincas renovadas con banano *in vitro* (pero no en biodiversidad) están teniendo una productividad promedio de 909 Kg semanales por hectárea, de los cuales un 65% es exportable.

A pesar los avances con la producción orgánica en biodiversidad, siguen siendo necesarias las fumigaciones (realizadas con productos orgánicos) para combatir plagas y enfermedades como la *Sigatoka* Negra. En este aspecto, Gandini subraya que Banelino implementa un sistema de preaviso biológico y climático. En base a ello, las fumigaciones no responden a un calendario fijo, como en la mayoría de las fincas, sino al análisis biológico de la enfermedad en las fincas y su comparación con los datos de las estaciones meteorológicas. De esta manera, se mantiene un conocimiento más detallado de las situaciones de las fincas. Ello ha permitido llegar a 12 o 14 fumigaciones al año –un 33% menos del número de aplicaciones que usan otras fincas– siempre con productos orgánicos permitidos por las certificaciones (entrevista con Gandini, 2018).

Con nuestro modelo estamos tratando de demostrar que en la producción orgánica en biodiversidad las plantas de bananos se vuelven más resistentes, o se adaptan y responden me-

jor a los ataques de las enfermedades. Científicamente aún no podemos demostrarlo, pero nuestras apreciaciones van en esta dirección (entrevista con Gandini, 2018).

Recientemente, Banelino ha comenzado a introducir colmenas apícolas en algunas de las parcelas orgánicas en biodiversidad, incurriendo en la producción de miel multiflora. Además de generar otro producto comercializable en los mercados locales, introducir las abejas en las fincas bananeras también tiene como objetivo mejorar la productividad de todas las plantas presentes. Ello, a su vez, refuerza la sostenibilidad del sistema productivo en biodiversidad (FAO, 2017a; entrevista con Gandini, 2018).

La mata de banano no le da alimentación a las abejas, pero los demás árboles y plantas sí. Las abejas, finalmente, son como un termómetro de la parcela. Nos dan una indicación clara del estado de salud del cultivo. Si hay abejas realmente significa que es un sistema orgánico donde se respeta el medio ambiente y se aplican prácticas que no las afectan. Y nuestra miel es de muy buena calidad (entrevista con Gandini, 2018).

El programa de producción orgánica en biodiversidad empezó en 2006 con el proyecto Calidad Total, una alianza público-privada que incluía el apoyo del supermercado alemán TEGUT y de la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ). El supermercado financiaba con un euro por caja varias líneas de trabajo: 1) optimización de los sistemas de riego; 2) diversificación del cultivo y biodiversidad para la reducción del riesgo y mejora

de la producción orgánica; 3) acceso a medicamentos y atención médica; 4) construcción de salas de capacitación y desarrollo de programas de capacitación en el campo agrícola y social (TEGUT, 2017). A estas contribuciones, siempre se han sumado los aportes del premio *Fairtrade*.

En general, esta relación tiene una clara apuesta por la sostenibilidad ambiental, la producción sana y responsable, mayor diversificación³² y también por la autogestión. Ello persigue reducir al máximo los insumos externos antes considerados indispensables para mantener los cultivos de banano.

Dentro de la cultura bananera, este método de cultivo es una locura; rompe con todos los principios del cultivo tradicional, según el cual todo lo que no es banano es una “maleza”. En Banelino no utilizamos la palabra “maleza”, hemos logrado que en la mayoría de los casos le digan “hierbas”, y en otro “buenaza”. [...] Quien produce abonos o fertilizantes también financia investigaciones y estudios que apoyan sus posiciones en el mercado (Gandini en Coscione, 2011: 308).

Siete años después de estos comentarios, según Gandini (2018), el sistema de cultivos

³² Los productores de Banelino siguieron las prácticas del monocultivo instalado por las multinacionales bananeras. No tienen tradición de diversificación productiva. Hace una década, Zariroh (2007) notaba que el 51% de los pequeños productores entrevistados solo dependían de los ingresos del banano: «Entre los que perciben ingresos de otras actividades, 86% practica la ganadería [...] en particular los que tienen las superficies más pequeñas (< 2,2 has)».

tradicionales ya colapsó y la misma industria convencional está proponiendo nuevos enfoques y nuevas investigaciones. Hoy hay más conciencia de que sin sostenibilidad de suelos y biodiversidad habrá cada vez menos productos. En este sentido, más actores externos le están pidiendo al productor cambiar sus métodos, por lo que en República Dominicana otras empresas ya están aplicando el mismo modelo. Además, las certificaciones orgánicas también están incluyendo los diferentes componentes de la biodiversidad en sus evaluaciones.

Sin embargo, el productor bananero promedio aún no está acostumbrado a este cambio. Transformar el discurso y las lógicas de producción debe necesariamente pasar por métodos prácticos que demuestren la sostenibilidad de los nuevos modelos.

Ya se está hablando de microorganismos, de protección, de cobertura de suelo. Antes se nos enseñaba que incluir otras plantas en las fincas de banano generaría competencia por los nutrientes y por el agua, o llevaría a una mayor cantidad de insectos y plagas. Hoy sabemos que es todo lo contrario. Las diferentes plantas intercambian nutrientes, protegen y regeneran el suelo. La evaporación del agua se reduce al tener cobertura de suelo, eso garantiza mejor retención hídrica para todas las plantas. Finalmente, con cobertura de suelo todos los insectos benéficos y agentes naturales que protegen contrarrestan las plagas se mantienen vivos y limitan su incidencia (entrevista con Gandini, 2018).

Finalmente, al necesitar más involucramiento de parte del productor, el cultivo en biodiver-

sidad y la diversificación promueven que los pequeños productores se mantengan bien cerca de la finca y de la actividad agropecuaria en general.

Al momento de desarrollar esta investigación, 119 productores se encuentran directamente involucrados en los procesos de promoción de la biodiversidad en sus fincas y ya se certificaron con *Rainforest Alliance*. Además, otros 23 están implementando la cobertura de suelo con plantas de servicio y 25 productores cuentan con colmenas y se dedican a la apicultura. A pesar de haber empezado el programa hace varios años, es sobre todo a partir de 2016 que los productores de Banelino se están involucrando más seriamente en incluir los componentes de biodiversidad. El ingreso de Banelino en el esquema de *Rainforest Alliance* está acelerando el proceso.

Como desafíos para el futuro de la producción orgánica, la directora ejecutiva subraya la amenaza que representaría el cambio del régimen orgánico de la Unión Europea. Según comentó, este cambio conllevaría, para los productores de más de 5 hectáreas, pasar de la certificación grupal (donde es la asociación que se certifica y se responsabiliza de la gestión del control interno), a la certificación individual. Como productor «este sistema generaría más confusión, quitaría a la organización la seguridad de un único sistema interno de trazabilidad y control de calidad, y tiene el riesgo de que los productores se fidelicen cada vez menos con su organización, teniendo la posibilidad de vender banano orgánico de manera individual» (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

3.4 LOS CRITERIOS *FAIRTRADE* DE SERVICIOS LABORALES Y MIGRATORIOS DE BANELINO

De manera general, Banelino lleva tiempo con pocas o ningunas “no conformidades” y no tiene problemas en cumplir a cabalidad con todos los criterios *Fairtrade*. Como subraya la directora ejecutiva, mucho depende de las grandes inversiones, especialmente en personal, que Banelino ha hecho para mantener un cumplimiento efectivo de todos los estándares de todas las certificaciones (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Los principales criterios *Fairtrade* para los ámbitos sociales y de desarrollo fueron revisados con Rosalba Gómez, encargada del seguimiento al cumplimiento de los estándares *Fairtrade* en Banelino. Como en el caso de Cosurca, también para Banelino se analizaron fundamentalmente aquellos criterios en los cuales la asociación presenta los principales retos. Sin embargo, para poder abordar dichos desafíos se requiere explicar primero el marco normativo en ámbito migratorio vigente en el país.

A) El ámbito migratorio

La migración al país se regula mediante la Ley 285 General de Migración, del año 2004, que fue reglamentada recién en octubre de 2011, quedando pendiente el Plan Nacional de Regularización de Extranjeros (PNRE). En septiembre de 2013, el Tribunal Constitucional dispuso que el Ministerio de Interior y Policía procediera a implementar dicho plan, instituido formalmente mediante el decreto presidencial número 327-13 de 29 de noviembre

de 2013. El PNRE se aplicó entre el 2 de junio de 2014 y el 17 de junio de 2015. Todos los extranjeros llegados a República Dominicana antes del 18 de octubre de 2011, y que se encontraban en situación migratoria irregular, tenían derecho a participar del PNRE.

Se estima que más de 30.000 trabajadores están directamente involucrados en la industria, de los cuales más del 65% son de origen haitiano (aproximadamente el 8% son mujeres), a pesar de que el Código de Trabajo dispone que los empleadores no podrán contratar mano de obra extranjera cuando ésta exceda el 20%, salvo casos puntuales que establece la ley. El empleo de trabajadores haitianos en la producción bananera es un fenómeno relativamente reciente, que data del año 2000, como resultado del resurgimiento y expansión de la producción y exportación de banano (FAO, 2017b: 2).

En este contexto, el sistema *Fairtrade International*, a través de la certificadora FLO-Cert, implementó nuevos criterios de cumplimiento específicos para la República Dominicana, a partir de octubre de 2014. Estos criterios aplican para organizaciones de pequeños productores y para empresas privadas. Los mismos guardan relación con los trabajadores extranjeros contratados³³ por los productores

³³ Por lo general, según comenta la directora ejecutiva de Banelino, los trabajadores dominicanos se desempeñan más en las plantas procesadoras/empacadoras, en el ámbito administrativo y en la asistencia técnica. Por el contrario, los extranjeros trabajan casi todos en las actividades agrícolas. En las fincas más grandes y con pocos miembros familiares, se suele contratar a más personal fijo. En los otros casos, son los miembros de las familias quienes llevan a cabo la mayor parte del trabajo; se con-

miembros de Banelino y también por la misma asociación.

3.3.0.01 La organización garantiza que los trabajadores inmigrantes con más de 60 días de trabajo después de ser contratados tienen un pasaporte (o al menos un comprobante oficial que demuestre que el trámite está en curso). En caso de que los trabajadores no posean los documentos necesarios para solicitar un pasaporte, se dispone de un comprobante oficial que demuestre que los documentos han sido solicitados.

3.3.0.02 La organización garantiza que los trabajadores inmigrantes con más de 60 días de trabajo después de ser contratados tienen un pasaporte y una visa válida (al menos una visa múltiple de negocios o un comprobante oficial que demuestre que el trámite está en curso). Al menos el 25% de los trabajadores migrantes elegibles para la visa NM1 la tienen y para el resto de los trabajadores migrantes elegibles para la NM1 la empresa puede demostrar que el trámite está en curso. Solamente se aceptará un 5% del total de los trabajadores inmigrantes contratados sin estos documentos a menos que las autoridades nacionales obstaculicen de alguna manera el proceso de legalización.

3.3.0.02 (Se aplica si más del 5 % de los trabajadores migrantes no tienen documentos legales de trabajo porque eso esté prohibido por autoridades nacionales) La organización toma acciones a

nivel local y gubernamental para mejorar la situación y para llegar a una solución de las condiciones ilegales de trabajo y de la discriminación de los trabajadores migrantes a largo plazo.

Según Banelino, estos nuevos criterios son actualmente los más difíciles de cumplir, a pesar de todos los esfuerzos que se están llevando a cabo en dicha dirección. Son criterios específicos para la República Dominicana, por lo tanto no es posible hacer una comparación con la otra organización considerada en este estudio.

Desde que comenzó el PNRE, Banelino ha apoyado activamente a los trabajadores inmigrantes (todos haitianos) contratados por sus socios, en todas sus gestiones para obtener pasaporte, visa y carné³⁴.

Yo trabajo hace tres años con Luis, hago de todo en la finca, en la comunidad de Tierra Fría. Él me ha permitido tener el pasaporte y el carnet de identidad. Me cubre el seguro, tengo mis vacaciones y me trata bien. Desde que he llegado de Haití sólo he trabajado con Banelino. Es la mejor compañía, porque hace de todo por nosotros (entrevista con Emanio, en Trabajadores, 2018).

Aquí hacen algo particular para nosotros. Me ayudaron con el carnet de identidad, mi hijo va a una escuela que tiene el apoyo de Banelino. Lavo los bananos y cocino. Recibo 500 pesos

trata personal externo mayormente para tareas puntuales que no se repiten todas las semanas (aplicación de abonos, mantenimiento de los canales de riego, etc.) (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

³⁴ Las gestiones se hicieron tanto con el consulado de Dajabón como con el de Santiago de los Caballeros. Para poder empezar el trámite del PNRE los ciudadanos haitianos necesitaban acta de nacimiento, 2 fotos para pasaporte y pagar una tasa de más de 80 dólares (Banelino, 2016).

al día (10 dólares) y tengo cobertura de salud. Puedo hacer el Papanicolaou gratis, recibo medicamentos, de todo. Quiero seguir en Banelino, porque son buena gente (entrevista con Mikelage, en Trabajadores, 2018).

Entre septiembre y diciembre de 2014, con apoyo técnico del proyecto Medidas de Acompañamiento al Banano (BAM), financiado por la Unión Europea, Banelino llevó a cabo un primer diagnóstico sobre la situación de los trabajadores migrantes. La mayoría de los censados no tenía ni carné de identidad ni pasaporte; sin estos documentos no podían acogerse al plan de regularización. Alcanzar el 95% de trabajadores extranjeros con visa NM1, por lo tanto, se perfilaba como una meta muy compleja, aunque no imposible. Su cumplimiento requeriría tiempo e inversiones, por lo cual se usó una parte significativa de premio *Fairtrade* y recursos propios de los productores.

De los 1.715 trabajadores extranjeros censados en 2014, Banelino logró inscribir en el plan a 1.561 (91%). Asimismo, en febrero de 2018 el gobierno dominicano abrió la fase de renovación de carnés dentro del PNRE, para los extranjeros que opten por renovar su estatus migratorio. En consecuencia, Banelino inició en abril su apoyo interno al proceso de renovación, posibilitando la entrega de carnés renovados. Hasta agosto de 2018, el gobierno continuó con el proceso. A su vez, Banelino siguió con la promoción, a través de su plataforma de servicios laborales y migratorios, del proceso de formalización de los trabajadores de sus socios.

El trabajo de Banelino no siempre redunda en los frutos esperados por los productores.

Esto se debe a que, en cuanto los trabajadores haitianos reciben su pasaporte y visa, muchos tienden a optar por dejar las zonas rurales y migrar hacia las ciudades u otros países, como Brasil, Chile o Ecuador.

Llevo 8 años aquí en la producción de banano. Hace varios años que trabajo para Carlos, me paga 350 pesos (7 dólares) por día y me trata bien. Todos los trabajadores nos sentimos bien con él. Banelino me ha ayudado en el proceso de los documentos y el seguro médico. Puedo ir a la clínica y también mi pareja ha recibido apoyo. Hemos recibido la visita de los médicos extranjeros de los Estados Unidos y también participo hace 4 años de la escuela de alfabetización de Banelino. Hasta que siga en el país voy a seguir viviendo aquí porque me tratan bien. Pero usted sabe que los haitianos un día estamos aquí y otro día puede que ya migramos de nuevo. Si tenemos los papeles nos gusta movernos. Yo pienso irme a otro país, Chile o Brasil, para mejorar. Pero hasta ahora no tengo las posibilidades (entrevista con Najasse, en Trabajadores, 2018).

Esto se suma a la alta movilidad laboral ya existente en el sector, debida a dos principales factores. Primero, la búsqueda de mejores condiciones y mejores remuneraciones en otros rubros agrícolas. Segundo, la movilidad al interior mismo del sector bananero, donde también hay muchas empresas privadas certificadas *Fairtrade* en las que el premio lo maneja directamente el Comité de Trabajadores. A menudo, como comentan en Banelino, los trabajadores de estas plantaciones certificadas terminan repartiendo el premio a nivel personal, por lo que se pierde el sentido de apoyo al

desarrollo comunitario, intrínseco al concepto de premio social de comercio justo, y tan importante para generar condiciones de vida dignas y asegurar el acceso a servicios básicos a productores, trabajadores y la comunidad en su conjunto.

Rosalba Gómez dio su visión sobre el tema. La mayoría de los trabajadores haitianos, que trabajan con productores asociados, conocen bien sus derechos y la libertad de asociarse. Algunos de ellos, de hecho, están participando de las Asociaciones Solidarias de Obreros Migrantes de la Línea Noroeste (ASOMILIN), lo más parecido a un sindicato de trabajadores rurales migrantes en esta región: «Sin embargo, la mayoría se mueve mucho de una parte a otra del país, o incluso emigra. Por tanto, no tiene a fortalecer sus vínculos con asociaciones de trabajadores de la localidad o región donde está permaneciendo» (entrevista con Gómez, 2018).

Según las estimaciones no oficiales que compartió la directora ejecutiva de Banelino, la rotación promedio de la mano de obra extranjera en organizaciones de pequeños productores alcanza entre un 40 y un 50%. Este porcentaje baja al 30% en plantaciones privadas (entrevista con Runneboom de Peña, 2018). Ello hace que muchos de los entrevistados en Banelino se pregunten hasta cuándo el sector agrícola de la línea Noroeste, y otras provincias, va a continuar invirtiendo en la documentación y regularización de los trabajadores migrantes, si muchos de ellos abandonan el sector una vez que cuenten con visa y pasaporte.

Los datos del Censo Laboral de Banelino (junio de 2018) ilustran más claramente la alta

movilidad de la mano de obra haitiana y la dificultad que ello implica para cumplir con los criterios requeridos. El porcentaje de trabajadores extranjeros documentados y regularizados alcanzó en junio de 2018 el 61,7% (véase el cuadro 3.7). El resto de los trabajadores estaba en proceso de completar la documentación, iniciando por el pasaporte.

Los trabajadores de nueva entrada, para los cuales se ha solicitado el pasaporte, representan el restante 38,3%. De hecho, Banelino considera este porcentaje como la tasa de movilidad de mano de obra extranjeras en sus comunidades. Es decir, el porcentaje de trabajadores nuevos con los cuales hay que empezar el proceso de documentación.

Lamentablemente para Banelino y sus socios, muchísimos de los trabajadores que obtuvieron sus documentos se han ido a trabajar a otros lu-

Cuadro 3.7 Banelino: características de los trabajadores según el Censo Laboral, junio de 2018 (Número de personas)	
Total Trabajadores	1.952
Dominicanos	606
Extranjeros	1.346
Hombres	1.655
Mujeres	297
Permanentes (fijos)	820
Para los procesos (no permanentes)	1.132
Con contratos escritos	891
Documentados por el PNRE	831
Pasaportes solicitados al consulado haitiano de Santiago de los Caballeros en 2017	515
Fuente: elaboración propia con datos de Banelino.	

gares del país o incluso han dejado el país. Entonces llegan nuevos trabajadores con los cuales nuevamente debemos empezar el proceso de regularización. Esta es la realidad que estamos viviendo (entrevista con Álvarez, 2018).

En las auditorías, *FLO-Cert* reconoció los enormes esfuerzos que Banelino está llevando a cabo para formalizar a todos los trabajadores, en un territorio donde la informalidad es alta y en un rubro donde la movilidad de mano de obra haitiana pone en riesgo la inversión que todas las empresas están haciendo para intentar formalizar y, por ende, mantener a su mano de obra.

B) Condiciones del empleo

Con respecto al ámbito laboral, el criterio 3.3.21 prevé «tener para todos los trabajadores permanentes un contrato de trabajo legal vinculante por escrito» (Fairtrade International, 2011). Sin embargo, este criterio no es muy relevante para los socios de Banelino, debido a dos razones. Primero, el criterio aplica a aquellos productores que trabajan con una cantidad “significativa” de trabajadores (al menos 20 para la República Dominicana). Segundo, el código del trabajo del país permite los contratos verbales (entrevista con Gómez, 2018).

Con el fin de abordar los temas laborales, y gracias al apoyo del proyecto BAM, Banelino creó una Plataforma de Servicios Laborales y Migratorios en 2016. Esta se ocupa tanto de la regularización de los trabajadores extranjeros, como de la formalización de los trabajadores dominicanos y de los mismos productores dueños de las fincas. En todos estos aspectos,

el equipo técnico de Banelino recibió el acompañamiento del Ministerio del Trabajo, la Dirección General de Migración, la Tesorería de la Seguridad Social (TSS) y de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (entrevista con Gómez, 2018).

Los pequeños productores o agricultores familiares fueron incorporados al proceso de formalización debido, en parte, a que desde el 2012 deben declarar ingresos brutos en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII). Esta nueva exigencia continúa resultándoles difícil, por lo que requieren apoyo. La Plataforma facilita a los productores la comprensión de los procesos requeridos por las autoridades, los asesora en el cumplimiento de la Ley y para que asuman también este compromiso tributario. Asimismo, este cambio va de la mano con el tema laboral y migratorio de sus trabajadores (Banelino, 2016 y 2017b).

Hace dos años, con el apoyo de la OIT empecé el acompañamiento a Banelino en todos los procesos relacionados con la Plataforma de Servicios Laborales y Migratorios. En el último año y medio pudimos sistematizar las tareas para brindar una mejor atención en este ámbito. Hoy estamos dotando al productor de una carpeta con todos los documentos y registros laborales necesarios para la formalización económica de su actividad y laboral con sus trabajadores. Sin embargo, es un gran desafío, porque al productor le supone pagar impuestos que antes no pagaba (entrevista con Álvarez, 2018).

En junio de 2018, un buen número de pequeños productores miembros de Banelino habían formalizado su actividad económica y pagado

sus impuestos en la DGII. Un pequeño número también lo había hecho en la TSS. Este número aún es bajo porque, a partir del cambio institucional, se consolidó un nuevo sistema de la TSS que requiere la formalización previa en la DGII. Antes, la gran mayoría de los productores recibían los servicios de salud dentro de lo que se conocía como Seguro Social, que solo garantizaba atención médica en las zonas rurales de pertenencia³⁵. Ahora, la TSS incluye el seguro médico para la gran mayoría de los centros médicos a nivel nacional, el seguro de riesgos laborales y las cotizaciones para el fondo de pensión.

La formalización laboral, tanto de los productores como de sus trabajadores, es casi tan complicada como la regularización de los trabajadores extranjeros. Banelino sigue haciendo incidencia con las autoridades nacionales para que se flexibilicen los trámites en ambos temas y sean de fácil acceso y uso por parte de los pequeños productores que no manejan las herramientas informáticas (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Según Banelino, entre las dificultades que hoy aún hacen lento este proceso se pueden mencionar: a) la complejidad y el costo de los procesos de formalización laboral en las diferentes

entidades públicas; b) la comprensión y proceso de apropiación, por parte del productor, de los trámites en las diferentes instituciones para formalizarse y cumplir con las normas laborales; c) la falta generalizada de cultura laboral y empresarial formal entre los pequeños productores³⁶; d) los fenómenos naturales que, con periodicidad, afecta severamente la actividad económica de los productores, bajando producción y productividad; y e) el nivel de deudas acumuladas en la DGII desde el 2012, ya que los productores nunca habían declarado rentas al no manejar una contabilidad organizada como pequeña empresa.

C) Los aspectos salariales

Con respecto al criterio *Fairtrade* sobre salario mínimo³⁷, vale la pena mencionar que los socios de Banelino pagan casi siempre por encima de ello. El salario mínimo para mano de obra agrícola no calificada a nivel nacional es de 320,4 pesos dominicanos el día (6,5 dólares). Los productores entrevistados pa-

³⁵ Lograr inscribir a un trabajador en el antiguo Seguro Social era simple, pero el servicio era muy básico. El Estado dominicano decidió cambiar el sistema, pasando todo a la Tesorería de la Seguridad Social. Ahora la inscripción se hace totalmente en línea; por tanto, los pequeños productores tienen mayores dificultades y necesitan el apoyo del equipo técnico de Banelino. Son muy pocos los que pueden gestionar la herramienta informática (entrevista con Gómez, 2018).

³⁶ El pequeño productor dominicano no está acostumbrado a guardar todas las documentaciones y facturas relativas a ventas y compras de insumos u otros gastos. De esta manera, cuando tiene que declarar ingresos y egresos no cuenta con la documentación necesaria. Además, como nunca lo ha hecho antes, ahora debería pagar multas por todos los años que no hizo las declaraciones correspondientes desde la entrada en vigor de la nueva ley (entrevista con Gómez, 2018).

³⁷ «3.3.17 Usted y los miembros de su organización deben fijar los salarios para los trabajadores de acuerdo a la normativa del CCT (Convenio Colectivo de Trabajo) cuando exista, o a un salario promedio, o al nivel del salario mínimo oficial para ocupaciones similares, el que sea superior. Usted debe especificar los salarios para todas las funciones de los empleados» (Fairtrade International, 2011).

gan desde 350 y hasta 600 pesos (entre 7 y 12 dólares) al día, dependiendo de las tareas que realiza el trabajador. Estos valores ya son comunes en todas las zonas de influencia de la organización. Sin embargo, según se comentó durante el grupo focal, no eran comunes antes de que Banelino empezara sus actividades en las cinco unidades productivas.

María Genao, su madre y hermano, por ejemplo, contratan en total a 3 trabajadores fijos. Dos ganan 8,1 dólares, el otro gana 12,2 dólares al día. Con los beneficios del comercio justo, Banelino pudo apoyar la reparación de las viviendas de los trabajadores de Genao: «nuestros trabajadores es como si fueran familia. Me llena de satisfacción verlos ahora en un hogar seguro. Gracias a Banelino y los recursos del comercio justo fue posible darles una vivienda digna» (entrevista con Genao, 2018).

Mercedito Cabrera tiene 60 años, entró a Banelino en 2003 y es productor de la unidad San Isidro (Laguna Salada). Su hijo, de 30 años, también es socio y entre los dos suman unas 16,25 hectáreas. Cabrera produce en biodiversidad y también desarrolla la apicultura desde hace unos 3 años. Hoy solo se dedica al banano, aunque anteriormente ha trabajado para otras empresas y en diferentes proyectos de desarrollo rural como profesional agrónomo.

En mi parcela, 200 tareas, tenemos una productividad de 1,5 cajas semanales por tarea, con una producción de 300 cajas semanales. En algunos periodos del año puede subir hasta 2 por tarea por un total de 400 cajas semanales. Tengo entre 12 y 15 trabajadores, cinco dominicanos el

resto extranjeros; ya pudimos apoyar a nueve haitianos con todos sus trámites de regularización. Los trabajadores reciben, dependiendo del trabajo, entre 325, 350 y 450 pesos diarios (6,6, 7,1 y 9,1 dólares). Una vez cubiertas las inversiones en finca, alrededor de un 30-35% de los ingresos generados por las ventas del banano se quedan como beneficios. Con esa parte cubrimos los demás gastos familiares y de vida (entrevista con Cabrera, 2018).

Apoyar a un trabajador extranjero en su proceso de regularización le cuesta al productor entre 400 y 500 dólares. Solo los impuestos para tramitar la VISA ascienden a 200 dólares, el pasaporte otros 80 dólares (o 100 en caso de procedimiento acelerado). A veces el productor los descuenta del salario del trabajador, otras el productor paga la mitad o el 100% de su bolsillo. En la mayoría de las veces esta inversión se pierde porque el trabajador se va (entrevista con Gómez, 2018).

En el grupo focal también se preguntó sobre los salarios que los pequeños productores pagan a sus trabajadores. Las cifras variaron desde 350 hasta 500 pesos diarios (entre 7,1 y 10,1 dólares). Todas por encima del mínimo legal establecido. Los participantes en el grupo focal subrayaron que desde que Banelino está presente en la zona, y sus productores pueden pagar salarios más altos del mínimo legal, las demás empresas y organizaciones bananeras se tuvieron que adaptar a los nuevos rangos. En este momento, todas las empresas están pagando más o menos lo mismo, de lo contrario no encontrarían trabajadores disponibles.

D) El potencial reto de los aspectos ambientales

Según los entrevistados en Banelino, algunos problemas concretos en el cumplimiento de los criterios se pueden presentar en el manejo de los insumos externos y envases en las fincas o en las empacadoras. Algo similar se constató también en Cosurca, donde el técnico de campo hizo referencia al mismo problema, así como a la rigidez de ciertos criterios que para su cumplimiento necesitan inversiones en infraestructuras a veces casi imposibles para pequeños caficultores. Por tanto, según lo que se pudo apreciar, existe potencialmente un riesgo mayor de “no conformidades” en aspectos ambientales y manejo de fincas, más que en los aspectos sociales y de desarrollo. Sin embargo, en este estudio no se analizó el cumplimiento de criterios en aspectos productivos y ambientales.

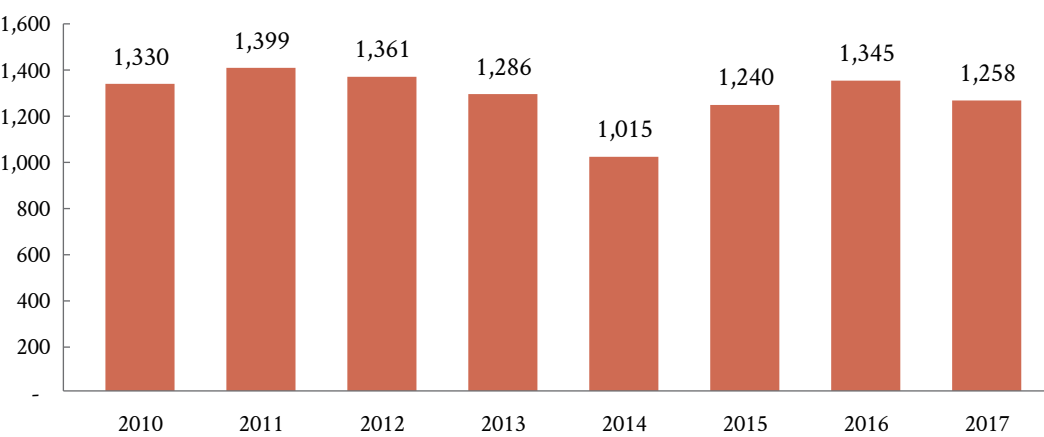
3.5 LAS INVERSIONES DEL PREMIO FAIRTRADE

En el comercio justo certificado *Fairtrade*, el premio de las exportaciones de banano corresponde a 1 dólar por caja. En este sentido, es muy fácil saber qué cantidad ha recibido Banelino en concepto de premio. Como se puede ver al comprar el gráfico 3.6 con el cuadro 3.4, el valor del premio disponible en un determinado año corresponde a la cantidad de cajas certificadas exportadas el año anterior.

Son cantidades considerables para el desarrollo de la organización y su entorno. En su gran mayoría, las inversiones sociales de Banelino dependen directamente del premio *Fairtrade*, sin el cual la asociación no podría llevar a cabo las acciones incluidas en sus planes.

La gestión del premio *Fairtrade* es transparente, todos los productores decidimos en asamblea

Gráfico 3.6 Banelino: montos del premio *Fairtrade*, por el banano exportado, 2010 a 2017
(En miles de dólares)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

en qué áreas y qué cantidad de premio se va a invertir. Después, en cada unidad productiva, dependiendo de las necesidades levantadas, se empiezan las inversiones. La distribución es equitativa según el número de productores, pero se da especial apoyo a los más pequeños y necesitados (entrevista con Peña, 2018).

La asociación cuenta con un Plan Estratégico 2014-2020 que incluye cinco ejes de fortalecimiento y desarrollo: 1) fortalecimiento institucional; 2) producción y calidad; 3) cuidado medioambiental; 4) desarrollo social, humano y comunitario; y 5) cumplimiento de normas y estándares de certificaciones éticas y de producto (Banelino, 2014b). Cada uno de estos ejes estratégicos tiene a su vez metas específicas.

Además del Plan Estratégico, Banelino cuenta con el Plan de Desarrollo *Fairtrade* para cada año. «Esta herramienta del comercio justo ha realmente fortalecido la organización y empoderado a sus productores. Nos permite invertir ahí donde se necesita dándole lógica y transparencia a la toma de decisiones interna y el manejo de los recursos» (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Dado que Banelino desarrolla su Asamblea General en los meses de octubre o noviembre, el actual Plan de Desarrollo *Fairtrade* 2017-2018 empezó en diciembre de 2017 y terminará en octubre de 2018. Este Plan de Desarrollo *Fairtrade* incluye acciones en 9 ámbitos: 1) fortalecimiento institucional; 2) producción y calidad; 3) medio ambiente; 4) educación; 5) salud; 6) comunidad; 7) vivienda; 8) certificaciones; 9) otros (Banelino, 2017d).

La lista de los beneficios que mi familia recibió gracias al premio de comercio justo es muy larga, pero los principales fueron las inversiones en la vivienda, los estudios de mis hijos en la universidad y los materiales escolares de mis nietos, los medicamentos, la atención médica en la clínica de Banelino y una cirugía delicada a uno de mis hijos. Realmente estaremos siempre muy agradecidos de la oportunidad de estar asociados a Banelino (entrevista con Núñez Álvarez, 2018).

El premio se distribuye de manera equitativa entre las diferentes zonas productivas, enfocando en las necesidades levantadas por los productores y el Plan Estratégico 2014-2020. Cada año se revisa la inversión hecha el año anterior. El presupuesto de algunos ítems se repite, de otros cambia, pero la distribución se mantiene constante con los años. Esta lógica ha sido bien acogida por los socios (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

En ámbito de fortalecimiento institucional se están considerando diferentes acciones. Estas incluyen: la Escuela de Liderazgo y Empoderamiento de las Mujeres, que Banelino replicará a partir del primer piloto que CLAC desarrolló en El Salvador; el apoyo al Comité Pro-Joven de Banelino para el desarrollo del vivero de diferentes plantas que alimentarán la biodiversidad de las fincas; la Escuela Bananera para jóvenes; la Plataforma de Servicios Laborales y Migratorios y los procesos de regularización migratoria.

En el ámbito de producción y calidad se invirtió en las siguientes áreas: el análisis de suelo, foliar y fruta; el apoyo económico a las pólizas

Cuadro 3.8 Banelino: metas del Plan Estratégico 2014-2020

Eje	Metas
1. Fortalecimiento institucional	Fomentar y promover la participación activa de la mujer en la organización; Fomentar la participación activa de los jóvenes en la producción bananera y en la organización; Fortalecer el empoderamiento y el bienestar de trabajadores y productores; Consolidar el desarrollo de la organización en miembros, área, servicios e impacto.
2. Producción y calidad	Aumentar la productividad a 2 cajas por tarea en el 100% de las fincas; Capacitar al 80% de productores socios y sus trabajadores fijos para aumentar la competitividad y mejorar la eficiencia laboral; Gestionar financiamiento para incrementar la productividad; Reparar y mejorar las infraestructuras para el manejo inocuo de la fruta, una mejor eficiencia laboral y el cumplimiento con las normas de certificaciones.
3. Cuidado medio-ambiental	Garantizar la recolección de las fundas plásticas en todas las zonas productivas; Investigar e implementar un sistema de reciclaje o reúso de plásticos; Instalar un vivero para suplir plantas de cobertura, rompe-vientos, protección de ríos y biodiversidad; Sembrar barreras vivas de protección de viento; Capacitar a 200 productores y 200 trabajadores en prácticas de riego por inundación para reducir la erosión; Realizar jornadas comunitarias de limpieza y reforestación; Organizar una feria y un festival ecológico, con un comité mixto de hombres y mujeres, adultos y jóvenes, formado para este fin; Capacitar jóvenes y mujeres artesanas, usando fibras y productos naturales; Implementar la educación medioambiental en las escuelas; Incrementar la cantidad de Pequeños Productores que aplican los conocimientos adquiridos en fincas; Implementar programas rutinarios de capacitación a 300 productores y trabajadores anuales; Implementar un sistema informático para el seguimiento, monitoreo y evaluación; Capacitar a 300 productores en temas de cambio climático y medidas de adaptación.
4. Desarrollo social, humano y comunitario	Educación: Facilitar el acceso a una educación de calidad con el fin de que los beneficiarios estén mejor preparados académicamente y formados en principios y valores para asumir un mayor compromiso y responsabilidad con la agricultura, el medio ambiente y la comunidad; Salud: Aportar a una mejor calidad de vida de nuestros productores, trabajadores, sus familias y la comunidad; Vivienda: Crear condiciones de vida más dignas a productores, trabajadores y sus familias. Mejoramiento de viviendas a 15 productores/año; Mejoramiento de viviendas u hogar a 15 trabajadores institucionales/año; Mejoramiento de vivienda u hogar a 15 trabajadores de productores; Comunidad: Promover hábitos y compromisos, acorde a nuestros valores y principios en jóvenes y adultos de las comunidades; Deporte: Apoyar, incentivar y promover las prácticas deportivas en trabajadores, productores y la comunidad con el fin de mejorar la calidad de vida física, social y emocional.
5. Cumplimiento de normas	Inspecciones internas al 100% de los productores y empacadoras, respecto a las normas Orgánicas, GlobalGap en general y las normas laborales y medioambientales de Comercio Justo (FLO); Implementación de nuevos requerimientos adicionales de clientes; Seguimiento a los productores en cuanto a las Buenas Prácticas Agrícolas.

Fuente: Banelino (2014b).

Cuadro 3.9 Banelino: ámbitos de inversión del premio Fairtrade, 2013-2017
(En dólares)

Ámbitos de inversión	2013	2014	2015	2016	2017
1. Fortalecimiento institucional	42.004	55.063	88.023	70.289	82.337
2. Producción y calidad	317.871	282.038	324.827	280.072	337.306
3. Medio ambiente	192.909	188.717	39.056	27.396	38.713
4. Educación	293.513	314.858	338.140	325.288	350.001
5. Salud	167.119	149.229	173.626	181.686	164.580
6. Comunidad	10.232	16.835	18.337	29.497	21.572
7. Vivienda	113.412	136.768	88.714	106.561	88.656
8. Certificaciones	*	*	83.524	78.810	101.444
9. Otros	31.610	20.615	23.780	8.809	72.314

Nota: * Este componente, en estos años, estaba incluido en la línea de trabajo de medio ambiente.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Banelino.

de seguro agrícola para daños sufridos por fenómenos naturales; la reparación, rehabilitación y el mantenimiento de las plantas empacadoras, caminos, cable vías, sistemas de riego; y el fomento de la producción de fertilizantes en la fábrica de biofermentos.

En el cuidado del medio ambiente, destacan los siguientes temas: la diversificación productiva con siembra de coco; el manejo responsable de los plásticos que se usan en la producción³⁸; y el fomento a los incrementos de biodiversidad en las fincas. Además, desde hace algunos años Banelino cuenta con 7 estaciones meteorológicas: dos en la sede y las otras cinco en las unidades productivas. Éstas que arrojan

informaciones claves para los cultivos, manejo de plagas y enfermedades, y gestión de los recursos hídricos, entre otros aspectos. Estas estaciones están integradas a la Plataforma de Información Climática-CLIMARED a nivel nacional (Banelino, 2016).

También en el ámbito medioambiental, Banelino implementó un Sistema de Energía Alternativo. En 2017, se instalaron paneles solares en el techo del almacén central. Este sistema, producirá 91.507 KW/h anuales, reduciendo el consumo tradicional de energía no renovable en más de un 90% y las emisiones de CO₂ en un valor de 60.450 Kg al año. Durante los primeros meses desde su implementación, según Banelino (2017b) el consumo mensual promedio bajó de 90.000 pesos dominicanos (1.825 dólares) a 25.000 (507 dólares).

En vivienda, todos los entrevistados resaltan la rehabilitación y mejoras de las casas de socios y trabajadores, o parte de ellas. José Abigail Pé-

³⁸ Gracias a una donación del Programa Conjunto para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor del Banano, mediante el Crecimiento de Mercados Inclusivo, Banelino pudo distribuir varias máquinas compactadoras de plásticos para facilitar el almacenamiento y posterior venta a empresas de reciclaje (Banelino, 2012).

rez Gómez es uno de los muchos productores que recibió el apoyo para contar con una vivienda digna: «Cuando entré a Banelino vivía en una casita alquilada y lo más que puedo rescatar de estos años en la asociación es que ahora tengo mi casa propia. Me han apoyado económicamente y luego me han dado préstamos a tasas muy bajas. Al mismo tiempo, mis hijos han podido estudiar gracias a las becas de Banelino» (entrevista con Pérez Gómez, 2018).

En las comunidades, además, Banelino sigue apoyando actividades culturales, folclóricas y deportivas. Algo especial es el apoyo a la casa de acogida para mujeres maltratadas en Mao, donde se atienden distintos casos de maltrato y violencia intra y extrafamiliar.

En el ámbito de la nutrición, Banelino ha ido construyendo relaciones estratégicas externas para llevar a cabo proyectos para la seguridad alimentaria y nutricional. Entre 2014 y 2015, con el apoyo de la ONG Reddom y financiación de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, Banelino ejecutó el proyecto “Huertos familiares para fortalecer la seguridad alimentaria en los bateyes de la provincia de Monte Cristi”, dirigido a 840 familias de cinco bateyes de una de las zonas más pobres del país. Se desarrollaron 150 huertos y 37 pequeñas granjas para gallinas ponedoras; se compartieron filtros para agua y se desarrollaron capacitaciones sobre nutrición, dietas variadas y saludables, salud e higiene, crianza de gallinas y comercialización de hortalizas orgánicas (Banelino, 2015). «En la comunidad vimos un cambio importante a nivel de seguridad alimentaria y nutrición. Sin embargo, lamentablemente, pocas familias aún siguen con

los huertos. No logramos instalar la cultura de la autoproducción y el autoconsumo de verduras y vegetales» (entrevista con Gómez, 2018).

Finalmente, el presupuesto del plan anual de desarrollo considera también el cumplimiento de los estándares de las certificaciones y elementos de urgencia como los fondos de emergencia para productores afectados por desastres naturales:

Antes de entrar a Banelino el negocio era horrible. En el mercado nacional se lograba vender bien 3 meses al año (invierno europeo). Los otros 9 era todo un desorden. Tenía que pedir prestado, acumular deudas, no podía mantener los equipos, etc. Con Banelino todo cambió. También en los aspectos sociales. Todos mis hijos recibieron beca de Banelino y ahora son profesionales. Recuerdo que durante una inundación en la cual muchos productores de mi zona perdieron casi todo, Banelino les entregaba una canasta de comida cada quince días. En los caminos y sistemas de riego, de los cuales me beneficio, he recibido el apoyo de la asociación a través del premio. El acondicionamiento o mejora de mi casa también (entrevista con Peña, 2018).

Durante la década 2000-2009, el premio *Fair-trade* que recibió Banelino se invirtió de la siguiente manera: 37% para la competitividad del productor (infraestructuras para empaque, producción, certificación u otros); 34% en beneficios generales para los productores (siembra, resiembra, desarrollo asamblea, y censo, entre otros); 5% en temas medioambientales; 7% en beneficios sociales tanto para el productor como para el trabajador (educación,

vivienda, salud, alimentación, y condiciones laborales); un 2% en beneficios institucionales para Banelino (asistencia técnica y promoción del comercio justo); y un 15% en beneficios para las comunidades (educación, salud, deporte, religión, y actividades culturales) (Coscione, 2011).

Entre 2010 y 2017, sobre un total de casi 9,3 millones de dólares de premio, la asociación invirtió el 27% en producción y calidad, 27% en educación, 13% en salud, 10% en vivienda, 8% en medio ambiente, 6% en fortalecimiento institucional, 2% en actividades comunitarias y culturales, y 7% en otros ítems como certificaciones y fondos de emergencia.

3.6 LOS BENEFICIOS SOCIALES EN EDUCACIÓN Y SALUD

Educación y salud representan un 40% de toda la inversión garantizada por el premio *Fairtrade*. En estos dos ámbitos la población local percibe claramente la presencia de la asociación en las comunidades. El patrocinio a ocho escuelas rurales, el apoyo al Instituto de Niños Especiales (IDENE), los centros médicos y las jornadas de atención comunitaria, son ejemplos de los principales beneficios que se mencionan a continuación.

A) El enfoque comunitario

Zarioh (2007), en su estudio de impacto con Banelino, apuntaba a un aspecto muy importante del premio *Fairtrade*: su estabilidad. El 80% de los productores entrevistados confirmaba que la estabilidad ofrecida por el comercio justo era lo que más los beneficiaba.

No importa si hay abundancia o escasez, si sube o baja la producción. El productor pensará en algún momento que está perdiendo pero no es así, porque lo importante es la estabilidad en el mercado que brinda esa alternativa de comercio (Domingo Antonio López, técnico de Banelino, en López, 2015).

Creo que el mayor impacto del comercio justo está en la estabilidad de precio y de las relaciones comerciales. Al principio del año yo ya sé a cuánto voy a vender y también hasta qué cantidades puedo entregar a Banelino. Si me aseguraran que tenemos una opción de comerciar segura para la yuca, yo me pondría a sembrar yuca también. Estabilidad y claridad en el negocio es lo más importante. Esto es lo que vimos en Banelino con el comercio justo (entrevista con Peña, 2018).

Runneboom de Peña estuvo siempre convencida de algo clave para entender el impacto del comercio justo: su fortaleza está en el sentido de comunidad y el apoyo a un desarrollo conjunto. El precio y el premio *Fairtrade* por sí solos no pueden sacar al productor de la pobreza, así como tampoco las familias de los socios pueden alcanzar una vida digna si no se asegura una vida digna para toda la comunidad.

La clave es, como la misma filosofía del comercio justo lo enseña, invertir en la comunidad donde viven tanto el productor como el trabajador. Invertimos en un bien común que, a pesar de que no sea suficiente para nadie, no genera desigualdad y apoya el desarrollo comunitario (Runneboom de Peña en Coscione, 2011: 296).

No se puede crear vida digna sin desarrollar la comunidad, la vida digna no es solo en tu familia, sino en tu entorno también. [...] No podemos crear buenas condiciones para 300 y dejar a miles y miles de gente con malas condiciones. Por ejemplo, lo que son educación y salud los estamos trabajando muy a nivel comunitario y los productores y trabajadores se benefician (Runneboom de Peña en CNCJ-Perú, 2010).

Dentro de esta filosofía, se insertan los planes estratégicos y los de desarrollo de Banelino y sus acciones cotidianas. Las labores de Banelino son bien amplias: desde el trabajo productivo y comercial, con la promoción de los principios, criterios, beneficios y retos del comercio justo, hasta el apoyo al desarrollo local de sus familias y comunidades en ámbitos educativos, de salud y nutrición, ambientales y de infraestructuras, entre otros.

B) Educación

En el ámbito educativo, Banelino patrocina a nueve escuelas en las zonas geográficas de sus unidades productivas. Concretamente, con el premio *Fairtrade* ha apoyado la construcción de varias de ellas y el mantenimiento de todas; cubre los salarios de varios maestros y personal de apoyo; financia programas de educación artística y aporta facilidades deportivas, útiles escolares y uniformes. En todas las escuelas, además, se promueven las huertas escolares, para interesar a los niños y jóvenes en la agricultura (Runneboom de Peña en Funglode, 2011).

En nuestra escolita hay nietos de productores de Banelino; y antes tuvimos varios hijos de productores que ahora estudian en la univer-

sidad. Tenemos más de diez años recibiendo el patrocinio de la asociación y siempre hemos tenido una muy buena relación. Banelino construyó el centro en 2006, apoyó la ampliación de aulas por el aumento de las matrículas, y sigue apoyando su mantenimiento, así como otras actividades especiales. Aportó con las computadoras tanto para los estudiantes como para el personal que trabaja en este centro. Nos ayuda con los materiales deportivos y didácticos, y con los regalos de navidad. Sin el apoyo de Banelino realmente no podríamos funcionar, porque el Ministerio de Educación solo cubre los honorarios de los maestros (Elba Vargas, directora de la Escuela Tierra Fría Afuera, en entrevista con Vargas E., 2018).

Este centro, hace dos años, iba a ser cerrado porque no contábamos con las condiciones necesarias para impartir las clases y para ayudar a los niños y niñas que tanto necesitan en esta comunidad. [Ahora] nosotros contamos con un equipo especializados y los recursos necesarios para así poder impartir las clases (Cristina Álvarez, maestra del Colegio San Francisco de Asís, en Banelino, 2017a).

En 2017, el patrocinio de Banelino a las escuelas se concretizó a través de: a) pago de salarios a maestros y personal administrativo; b) reparaciones de infraestructura; c) compra de equipos y materiales; y d) formación y capacitaciones al personal y alumnado para el fomento de la calidad de la educación. En total se beneficiaron 973 estudiantes y 153 adultos, entre docentes y personal administrativo (Banelino, 2017c).

En 2010, en el marco del “Programa Conjunto para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor

del Banano, mediante el crecimiento de Mercados Inclusivos (PC Banano)³⁹, se desarrolló un diagnóstico de la educación formal y niveles de instrucción de los beneficiarios del programa. Estos incluían: propietario y a la vez trabajador de su finca, encargado de fincas o personal que trabaja en ella, y trabajador/a de la planta empacadora. El 19,4% de los entrevistados en Banelino no tenía experiencia escolar (83,3% de los cuales eran trabajadores de planta empacadora y 16,7% propietarios); el 48,4% solo contaba con la escuela primaria (60% trabajadores de planta empacadora, 26,7% encargados de finca; 13,3% propietarios); el 22,6% con la secundaria (100% trabajadores de planta empacadora); y un 9,7% tenía estudios universitarios (66,7% trabajadores de planta empacadora y 33,3% encargados de finca). Este último porcentaje es el más alto entre las siete organizaciones de pequeños productores de banano *Fairtrade* que participaron del diagnóstico (Peña y Peña, 2010). Viendo este diagnóstico, además del apoyo directo a escuelas básicas, Banelino ha puesto en marcha varios programas de alfabetización para trabajadores⁴⁰, productores y sus familiares, además de cursos técnicos para trabajadores y jóvenes.

³⁹ Este programa fue financiado por el “Fondo para contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (F-ODM)” y trabajó con 7 organizaciones de pequeños productores de banano *Fairtrade*: Aprobano y Cooprobata de la provincia de Azuá; Asexban en la provincia de Monte Cristi; Asobanu, Asoanor, Máximo Gómez y Banelino en la provincia de Valverde.

⁴⁰ Los programas de alfabetización se enfocaron especialmente en la población extranjera. En 2016, por ejemplo, solo un 29% de los participantes eran dominicanos.

Finalmente, el aporte directo a los estudios universitarios de los hijos de los productores a través de becas ha sido de gran relevancia para la educación de los jóvenes. En 2017, se otorgaron 101 becas para diferentes universidades nacionales: 65 a hijos de productores; 4 a productores; 9 a hijos de empleados de la asociación; 20 a empleados; y 3 a trabajadores de los productores (Banelino, 2017c y 2016): «Por medio de Banelino he logrado terminar casi mis estudios, ya muy pronto llegaré a ser ingeniero agrónomo y técnico de producción en banano orgánico» (Luis Danilo Pérez, programa Relevo Generacional de Banelino, en CLAC, 2018b).

C) El apoyo al Instituto de Niños Especiales (IDENE)

Desde 2006 Banelino también apoya al Instituto de Niños Especiales (IDENE). Este se fundó en 1999, cuando varias madres de niños y niñas que presentan diferentes condiciones como autismo, Síndrome de Down, Parálisis Cerebral Infantil (PCI), retrasos cognitivos, y trastorno psicomotor, entendieron la necesidad de una propuesta educativa que realmente pudiera beneficiar a sus hijos. Carmen Vargas es una de las madres fundadoras y actualmente es presidenta de la Asociación de Padres del IDENE:

Yo tengo una hija con Síndrome de Down, una jovencita de 27 años. En aquel entonces yo iba a Santiago de los Caballeros a buscar terapias o escuelas porque aquí en Mao no había opciones. En 1997 ingresamos a mi hija en una escuela regular. A la semana de empezar las clases la sacaban del aula y la dejaban en el patio, porque los

padres de los otros niños no querían que estuviera con ellos. Como si tuviera una enfermedad contagiosa (entrevista con Vargas, 2018).

Al descubrir esta y otras situaciones similares, Vargas y otras madres buscaron la manera de organizar terapias y procesos educativos en los espacios de otras escuelas. Empezaron con seis niños, pero al terminar el primer año llegaron a 18. Hasta el año 2006, el instituto se mantenía prácticamente de forma voluntaria, con aportes personales de los padres que pudieran hacerlo. Ese año Vargas se acercó a Banelino solicitando donaciones para los regalos de Navidad. Un grupo de representantes de Banelino fue a conocer a los niños y prometieron apoyar la construcción de la escuela, si los padres conseguían un terreno. En menos de una semana, el Ayuntamiento de la ciudad de Mao donó un terreno a la asociación de padres y Banelino mantuvo su promesa. En 2009, se inauguró la nueva infraestructura del IDENE. Casi veinte años después de su fundación, Vargas sigue al frente del IDENE, una escuela especial única en su naturaleza en la línea noroeste y el país, que ya atiende a cien niños entre un año y medio y 22 años.

En el caso de esta escuela tenemos el apoyo directo del supermercado alemán EDEKA [...]. Nosotros entendemos que estos tipos de proyectos, necesariamente a largo plazo, no pueden depender solamente de la exportación a organizaciones de comercio justo. Por eso diversificamos mucho nuestras relaciones comerciales. Del 20% del banano que no exportamos bajo las condiciones de comercio justo, [...] un 12-13% de todas maneras lo exportamos con algún tipo de compromiso social y de desarrollo, apoya-

do por el comprador (Runneboom de Peña, en Coscione, 2011: 301).

Desde 2008, EDEKA ha mantenido su apoyo al Instituto como objetivo de impacto social. En la actualidad, el Instituto emplea a 47 personas. Más del 60% de los sueldos de los profesionales que trabajan en el IDENE los cubre Banelino a través del premio *Fairtrade* y otros ingresos. Otra parte, desde 2017, la cubre el Estado dominicano.

Entre 2013 y 2014, siempre gracias al apoyo adicional del supermercado alemán EDEKA, el IDENE empezó un piloto dirigido a diez niños con parálisis cerebral infantil (PCI). En estos casos muy complejos, las terapias a temprana edad que ofrece el IDENE facilitan una mejor recuperación y adaptabilidad (Banelino, 2016): «Tenemos niños de varios distritos de esta región, no solo de Mao. De 7:30 a 15:30 horas los niños se quedan en el Instituto. Un bus subvencionado por Banelino pasa a recoger a sus casas varios de ellos, sobre todo los que tienen parálisis cerebral» (entrevista con Vargas, 2018). Antes, la escuela no contaba con un transporte, «lo que hacía que ellos vinieran en “motoconcho” poniendo en peligro su integridad física y, en días de lluvia, su presencia en nuestro centro» (María Isabel Mora, coordinadora docente del IDENE, en Banelino, 2017b).

Poco a poco el IDENE ha ido ampliando y mejorando sus infraestructuras incluyendo el comedor, una piscina para hidroterapia, una cancha deportiva para diversión y para la preparación a las olimpiadas especiales, y espacios para las artes y musicoterapia. «[Además], te-

nemos terapia con animales, por eso tenemos el área de pequeño zoológico en el que los niños tienen contacto directo con los animales [y esto] los ayuda muchísimo en su desarrollo» (Vargas, en Banelino, 2017b).

El Instituto cuenta con espacios para los talleres laborales como panadería, salón de belleza, empaques de especies, donde los adolescentes reciben formación laboral. En los talleres de panadería, el IDENE también está usando las harinas de banano producidas por los dos grupos de mujeres productoras de Banelino.

Hemos desarrollado esa seguridad en ellos mismos, de creer que ellos pueden y sus familias también, porque tenían expectativas muy bajas. En el taller de panadería han mostrado que les gusta. [...] Estamos buscando también que nuestros niños y niñas puedan desarrollarse en el área deportiva; ya tenemos el acercamiento para que ellos puedan participar en olimpiadas especiales (Marina Peralta, Directora Académica del IDEN, en Banelino, 2017b).

El IDENE ha cubierto gastos y realizado varias inversiones con los aportes del premio *Fairtrade* de Banelino y el apoyo de EDEKA. Por ejemplo, durante el año escolar 2014-2015, el patrocinio al IDENE se materializó en: a) transporte escolar; b) pago de nóminas del personal; c) equipos y materiales didácticos; d) desarrollo de actividades lúdicas y ambientales; e) construcción de la cocina-comedor y del techado de la cancha deportiva multiuso, gracias a los fondos especiales derivados de la relación con el supermercado alemán; f) asistencia técnica para la implementación del huerto y las

zonas de aprendizaje ambiental y zoológico (Banelino, 2015).

Para el futuro, el IDENE ya adquirió otro terreno para ampliar los espacios dedicados a los más pequeños, a las terapias y a las reuniones del personal y de los padres. La percepción de estos últimos sobre sus hijos ha cambiado totalmente.

Han aprendido a desarrollarse, cosa que yo pensaba que no podían por todas sus limitaciones. En la sociedad, al ver que son niños especiales, a veces se piensa que no son capaces de hacer muchas cosas que ellos [sí] pueden lograr hacer. [...] Hay cosas que uno como madre no se los puede enseñar, y ellos me han ayudado mucho en ello, en muchas cosas (Franca Lucía Fernández, madre de un niño del IDENE, en Banelino, 2017b).

La mayoría de los padres ha dejado de ponerles límites a los hijos, entendiendo que ellos mismos llegan a poner sus propios límites. Según Vargas, de hecho, hay un gran trabajo por hacer sobre todo con los padres, para que cambien la manera con la cual se relacionan con sus hijos y emprendan con ellos actividades laborales (panadería, salones de belleza, entre otros) que reciban el apoyo del IDENE pero que sean independientes.

D) Salud

En los ámbitos relacionados con la salud, las inversiones del premio *Fairtrade* también son muy relevantes. El objetivo de Banelino es proporcionar atención primaria tanto a los socios, trabajadores y sus familias, como a las

comunidades de sus zonas de influencia. En algunos aspectos, como la odontología, se ofrece una atención especializada.

Para tal fin, la organización mantiene dos centros de atención médica. El Centro de Salud Banelino-Mao empezó sus operaciones en 2010 y es el principal centro de atención de la asociación. En él se ofrecen servicios de medicina general, laboratorio, odontología y enfermería. Según la doctora Rossaly Rodríguez, directora del centro, los problemas de salud más recurrentes entre las personas que acuden al centro son los característicos de la actividad agrícola bananera: dolor de espalda, de cabeza y gastritis; a los cuales se suman los típicos procesos gripales, infecciones de orina y vaginales, entre otros.

Tanto en el centro aquí en Mao como en Monte Cristi trabajan un médico y una enfermera. El laboratorio solo lo tenemos aquí en Mao, mientras que la atención odontológica se presta tanto en Mao como en Monte Cristi, con una doctora y una asistente en ambos lugares. En total, estamos hablando de unas 10 personas que trabajan en estos servicios de salud de Banelino. Además, dos promotores de salud en Mao y cuatro en Monte Cristi (entrevista con Rodríguez R., 2018).

Sin embargo, el personal médico del centro también se desplaza a las comunidades de manera regular para llevar a cabo acciones de salud preventiva como prevención de cáncer, pruebas de Papanicolaou, aplicación de vacunas, pruebas de VIH, y talleres de planificación familiar, entre otros (Banelino, 2015).

Este programa [de salud preventiva] ya va a cumplir sus 13 años ininterrumpidos. Nos dimos cuenta de que ya no era suficiente estar aquí en el dispensario, y que las personas vinieran al dispensario, sino ir nosotros donde ellos (Dr. Miguel García Tatis, director del Programa de Salud Preventiva de Banelino, en CLAC, 2018b).

La ambulancia de Banelino se usa más como transporte que como atención médica móvil. Sin embargo, en casos urgentes, un médico y enfermera responden el llamado. La mayoría de los servicios son gratis para los socios, sus trabajadores y familiares. Mientras que para las demás personas tienen un bajo costo respecto a las otras clínicas de la zona (entrevista con Rodríguez R., 2018).

Solo en 2017, a través de los diferentes programas de salud, Banelino logró prestar casi 12.700 servicios de salud a pacientes de las dos provincias (véase el cuadro 3.10). El 65% de los socios se han beneficiados de este derecho, mejorando sus condiciones de vida y las de sus familiares (Banelino, 2017c). «Desde que entré a Banelino mi esposa siempre ha recibido su tratamiento médico, nunca ha fallado. Si no fuera así quizás ella no estaría viva» (entrevista con Peña, 2018).

Banelino recibe el apoyo internacional de la ONG estadounidense *Timmy Global Health*, con la cual se mantiene una relación desde el 2014. La ONG se encarga de establecer relaciones con clínicas y facultades de medicina en los Estados Unidos para organizar grupos de médicos, estudiantes y enfermeros voluntarios. Estos dedican aproximadamente una semana

Cuadro 3.10 Banelino: servicios prestados con el Programa de Salud, 2017 (Número)			
Servicios	Mao	Monte Cristi	Total
Servicios médicos			194
Consultas en el Centro Médico Banelino (CMB)	1.018		1.018
Consultas comunidad	1.009	1.841	2.850
Laboratorio	655	-	655
Enfermería	1.882	-	1.882
Jornadas con la ONG TGH	1.416	2.072	3.488
Vacunas	-	462	462
Desparasitación	157	-	157
Papanicolaou CMB	215	-	215
Pruebas de VIH	87	-	87
Seguimiento hipertensión arterial y diabetes mellitus	131	155	286
Planificación familiar	791	-	791
Odontología	449	155	604
TOTAL	7.810	4.685	12.689
Fuente: Banelino, 2017c.			

para llevar a cabo diferentes jornadas de atención en las comunidades rurales.

Aquí la ONG tiene un coordinador local que se ocupa de toda la logística. Nosotros apoyamos buscando traductores y facilitando la comunicación con la comunidad. Si es necesario contratamos médicos locales. Trabajamos todos los días de una semana y normalmente llevamos a cabo 4 o 5 semanas de este tipo al año. Tanto en Mao como en Monte Cristi (entrevista con Rodríguez R., 2018).

En 2014, primer año de esta relación, los voluntarios estadounidenses atendieron a 196 mujeres y 146 hombres (Banelino, 2014a). Estas semanas de trabajo en las comunidades intentan resolver lo que según la doctora Rodríguez (2018) aún es un desafío: la dispersión

geográfica de las diferentes zonas productivas. Hecho que realmente dificulta el acercamiento a los centros y una atención más continua y eficaz:

El problema lo tenemos sobre todo con los trabajadores y sus familias. Para los productores es más fácil llegar a los centros existentes, pero la movilidad para los trabajadores, casi todos haitianos, es un problema. Especialmente cuando están indocumentados y, por tanto, no se arriesgan a salir de los bateyes por temor a ser arrestados por los policías de migración, en algún retén en las carreteras, y devueltos a Haití. En este sentido, faltarían algunos centros más en las comunidades, porque en este momento debemos pedir apoyo a iglesias o escuelas, y las condiciones no son ideales (entrevista con Rodríguez R., 2018).

El Ministerio de Salud colabora con Banelino en algunos de los servicios prestados. Ejemplos son los talleres de planificación familiar y las campañas de vacunación. Aunque las relaciones entre Banelino y el Ministerio son buenas, según la dirigencia de Banelino, la presencia de la salud pública en las zonas rurales es escasa y sus servicios son lentos.

Especialmente, las mujeres confirman el aporte de las acciones de salud patrocinadas por Banelino. Así lo expresa, por ejemplo, la productora Ana del Carmen Pérez: «hemos tenido progreso. Hemos reparado la vivienda. [...] Banelino es mi segunda casa, yo uso medicamentos mensual[mente], nada más tengo que ir a buscarlo, todos los meses ahí están» (CLAC, 2018b).

3.7 LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES Y DE LOS JÓVENES

El Plan Estratégico de Banelino considera dos metas generales relacionadas con el involucramiento de los jóvenes y las mujeres: 1) promover el compromiso de los socios y su familia con la institución, impulsando el relevo generacional; 2) promover la participación activa de las mujeres en la organización (Banelino, 2014b).

La inclusión de los jóvenes se puso en marcha sobre todo gracias a dos instrumentos: la Escuela Bananera y el Comité Pro-Jóvenes. En la actualidad, el 7% de la membresía de Banelino son hijos o nietos de socios. Por otro lado, el empoderamiento de las mujeres, mediante el Comité de Mujeres, ha permitido alcanzar un 30% de membresía femenina. Estas mujeres

son activas tanto en la producción como en las actividades sociales y medioambientales de la asociación.

Según Runneboom de Peña, es aún difícil que las productoras asuman cargos en la junta directiva de la organización. Sin embargo, las mujeres de Banelino «no son nada sumisas, todo lo contrario, y que la actitud de los hombres es bastante pro mujer; te puedes dar cuenta viendo cuántas mujeres trabajan aquí en los puestos clave de las oficinas. En toda la parte de control interno, de servicios sociales, de contabilidad, gerencia, todas somos mujeres» (Coscione 2011: 293-294).

Si bien Peña y Peña (2010) señalaban que solo un 25,8% de la mano de obra en Banelino era femenina en 2010, se trata de uno de los porcentajes más altos respecto a las otras 6 organizaciones consideradas en dicho estudio. En 2018, según los datos del censo elaborado por la Plataforma de Servicios Laborales y Migratorios, solo el 15,2% de los trabajadores contratados en finca son mujeres. De las 346 parcelas asociadas a Banelino, 242 (69,9%) están a nombre de un hombre, 102 (29,5%) están a nombre de una mujer, y solo 2 (0,6%) están a nombre tanto del hombre como de la mujer. Sin embargo, de las 98 personas contratadas directamente por Banelino, 41 (42%) son mujeres.

Con las mujeres no es tan fácil de momento, porque siempre pasan más tiempo en la casa y en familia. Muchas dependen de sus familiares para que puedan llegar a las instalaciones de Banelino, pocas son realmente independientes. Sin embargo, cuando las mujeres, productoras,

esposas de productores e hijas de productoras, deciden hacer algo, no hay duda que lo hacen con gran compromiso (entrevista con Pichardo, 2018).

En 2014, en Banelino se creó un Comité de Mujeres. Este comité, poco a poco, fortalece sus mecanismos internos, desarrolla capacitaciones agrícolas y de manejo de los recursos familiares, y promueve una mayor participación de las mujeres. Con ellas, Banelino llevará a cabo en 2019 la Escuela de Liderazgo para Mujeres, que la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) desarrolla desde el año 2014⁴¹. El objetivo es capacitar por lo menos a tres mujeres por zona productivas. Ellas, después, pueden replicar los contenidos con otras mujeres productoras o esposas e hijas de productores (entrevista con Gómez, 2018).

Desde 2013, existen dos grupos de mujeres que están produciendo de manera artesanal harina de banano y sus derivados. Recibieron capacitaciones, así como los primeros insumos y maquinarias artesanales, para panificar biscochos, galletas y muffins, entre otros. Además, se dedican a la fabricación de artesanías con materiales derivados de la producción, como las mismas hojas del banano.

A través de Banelino el rol de las mujeres ha cambiado positivamente, tanto en la casa como en la comunidad. Nos hemos empoderado y hemos logrado un papel importante en Baneli-

no. Nuestra directora ejecutiva, Doña Marike, siempre insiste mucho en que seamos activas, participes y realmente nos empoderemos en todos los procesos, desde la producción hasta las actividades de la organización. Yo hasta participé en la directiva de Banelino, como secretaria (productora entrevistada en el Grupo Focal Banelino, 2018).

Soy productora de la unidad productiva de Hattillo Palma. Llevo 16 años en Banelino. Pero también soy maestra, en una de las escuelas patrocinada por Banelino. En todos los aspectos hemos vivido mejoras, porque ahora tenemos más ganancias y lo podemos ver sobre todo materialmente. Tanto la comunidad como nuestras familias hemos avanzado. En la escuela no solo los niños son beneficiados, sino también los padres, los maestros... si tenemos aulas lo debemos a Banelino, si tenemos verja perimetral lo debemos a Banelino. Yo no tenía casa, y ahora tengo una casa; mis hijos están estudiando, uno inglés y la otra está en la universidad gracias a la beca de Banelino. El hijo mayor es parte del grupo de jóvenes de Banelino y participa del programa de apicultura. Mis hijos quieren quedarse en la finca. Las fincas bananeras en el comercio justo permiten vivir dignamente, a pesar de las muchas inversiones que hay que hacer (productora entrevistada en el Grupo Focal Banelino, 2018).

Banelino también ha sido muy activa respecto al trabajo con los jóvenes. Para ello tiene una Escuela Bananera, becas y un Comité Pro-Jóvenes. El último está activo desde 2015 y lo conforman unos 15 a 17 jóvenes, hijos y nietos de productores, que lideran diferentes actividades, como la “Campaña de sensibilización

⁴¹ Para más informaciones véase: <http://clac-comercio-justo.org/lineas-de-trabajo/ejes-trasversales/genero>

sobre el manejo de materiales utilizados en las plantas empacadoras”, enfocada en la reducción, reutilización y reciclaje de las bolsas de plástico (Banelino, 2017c).

La campaña, además, se ha convertido en una herramienta que nuestro comité usa para acercarse a más jóvenes, hablar con ellos y poco a poco ver si se pueden convencer a involucrarse más directamente a las labores agrícolas (entrevista con Tejada, 2018).

Carlos Tejada tiene 23 años y es hijo de un productor socio de La Caída. Desde comienzos de 2017, se ha convertido en socio de Banelino. Su padre le ha cedido casi dos hectáreas de tierra y él se ha ido involucrando cada vez más en la producción de bananos: «de momento solo tengo bananos en la finca, pero estoy recibiendo la asistencia técnica y participando de varias capacitaciones para empezar con el programa de biodiversidad» (entrevista con Tejada, 2018). Si bien Tejada está estudiando turismo y para ser piloto aviador, mantiene el deseo de quedarse en el campo. A diferencia de lo que podría haber ocurrido en otra época, él entiende que con los beneficios que ha recibido su familia gracias al comercio justo, puede haber también futuro para él, así como para otros jóvenes.

La edad promedio de nuestros agricultores es de 54 años; eso quiere decir que estamos avanzando. Nos está preocupando que los productores no están siendo relevados por generaciones nuevas y este es un negocio que tiene que seguir. Por eso estamos incentivando a los hijos de los productores para que se acerquen a los padres y les tomen cariño a la finca, que sigan

la tradición del proceso productivo (Domingo Antonio López, técnico de Banelino, en López, 2015).

En 2017, el 30% de los socios de Banelino tenía más de 60 años; el 24% entre 51 y 60; otro 24% entre 41 y 50; el 15% entre 31 y 40, y solo un 7% entre 21 y 30 años (Banelino, 2017c). La inclusión de los jóvenes en la asociación y el relevo generacional en las fincas ya es un desafío, especialmente para los productores más pequeños. Sin embargo, gracias al desarrollo que ha tenido Banelino, los productores han podido progresar y hoy pueden manejar más fácilmente la inclusión de sus hijos en el negocio. Algunos de ellos, como José Nicolás Peguero, ya están compartiendo la finca con un hijo: «yo comencé con 12 tareas de tierra, hoy me encuentro con 40 tareas más y a un hijo le di como 20 tareas, para que él vaya posicionándose con su familia» (Peguero, en CLAC, 2018b). Sin embargo, como evidencia la directora ejecutiva, en la actualidad la inclusión de jóvenes es un gran reto, porque la gran mayoría de ellos no tienen tierra⁴² o tienen que compartirla con padres y hermanos y, por tanto, no es tan atractivo participar de manera más activa (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Para aquellos hijos e hijas de productores y trabajadores que desean seguir las labores de

⁴² Según la directora ejecutiva de Banelino, una hectárea de tierra para el cultivo bananero en la Línea Noroeste puede costar entre 16.000 y 35.000 dólares. Sin otra reforma agraria a nivel Estatal, sería realmente muy difícil el acceso a nuevas tierras (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

producción agrícola orgánica en las fincas bananeras, Banelino ha creado la Escuela Bananera, con un enfoque de producción ecológica y sostenible. Su principal objetivo es capacitar a los hijos de productores, trabajadores y relacionados de Banelino sobre el sistema de producción de banano orgánico. Con ello, los jóvenes podrían involucrarse en el mundo y la filosofía de la agricultura orgánica, dando pasos hacia su autonomía económica, posibilitando así un mejor relevo generacional.

La escuela bananera nació a raíz de los resultados de la línea de base⁴³ que evidenciaban como nuestros productores ya están en edad avanzada. Por ello, necesitamos fomentar una mayor participación de los jóvenes para que se inserten en las actividades de Banelino y en las labores de agricultura orgánica en las fincas. Los primeros cinco grupos empezaron en 2014 (entrevista con Pichardo, 2018).

A principios de 2018, 243 jóvenes ya habían terminado el curso de la escuela. En el primer ciclo (2014) participaron 89 hombres y 41 mujeres, en el segundo (2015) 31 hombres y 28 mujeres, en el tercero (2017), 45 hombres y 9 mujeres: «como habíamos empezado con muchos en el 2014, en 2016 no había suficientes participantes para organizar otro ciclo. Mientras que ahora en 2018, estamos a punto de empezar con los nuevos cursos» (entrevista con Pichardo, 2018).

⁴³ En 2009, Banelino condujo el primer y hasta ahora único estudio de línea de base sobre las condiciones económicas, de salud, educación y prácticas medioambientales de productores, trabajadores, hogares y escolares de las comunidades rurales en sus zonas productivas.

Tejada es uno de los egresados de la escuela. De ella rescata las enseñanzas para convivir de manera más sana y sostenible con el ambiente, así como los módulos sociales y de gestión: «a través de módulos como el de cooperativismo es que entendí que, si de verdad nos dedicamos a lo que tenemos con amor y todos unidos, podemos llegar a tener lo que queremos y ser líderes en lo que hacemos» (entrevista con Tejada, 2018). El programa consta de 8 módulos y se desarrolla durante 3-4 meses, un día a la semana, con 8 horas teóricas y 4 prácticas; tanto en las instalaciones de Banelino como en las fincas, emparadoras y demás instalaciones de producción. Los módulos incluyen una introducción a la agricultura orgánica, la administración de las fincas, las buenas prácticas agrícolas (cosecha, postcosecha, transporte), análisis de riesgo, la inspección y auditorías para las certificaciones, principios del cooperativismo y elementos básicos de informática.

La escuela bananera también está abierta para estudiantes universitarios de facultades con las cuales tenemos convenios. Por ejemplo, las facultades de agronomía de UTESA (Universidad Tecnológica de Santiago, privada) y de la UASD (Universidad Autónoma de Santo Domingo, pública). Para estos estudiantes la escuela es un buen complemento porque aterrizan más sus estudios y se relacionan bien con la organización. Se crea un vínculo muy especial con los estudiantes, a pesar de que a nivel institucional aún no logramos un acuerdo para que el título de la escuela bananera sea un certificado formal entregado por Banelino y una entidad académica reconocida (entrevista con Pichardo, 2018).

Otro participante de la Escuela Bananera es Freddy Jesús Rodríguez, que tiene 20 años y lleva tres estudiando agronomía. Su abuelo, de 76 años, es productor socio de Banelino y le ha transmitido el interés por la producción bananera. Debido a ello, Rodríguez forma parte del Comité Pro-Jóvenes de Banelino, con la firma intención de adquirir pronto un terreno y convertirse en productor de banano.

En la escuela ampliaron nuestros conocimientos sobre banano orgánico y, sobre todo, nos incentivaron muy bien a que siguiéramos en la producción. Los aspectos de biodiversidad, de los microorganismos y de la sostenibilidad de los suelos, son todos importantes para abaratar costos, reduciendo los insumos, y contrarrestar el cambio climático. En el futuro me gustaría producir, pero también trabajar en el área de certificación e inspecciones. Seguramente quedarme en el campo. En la ciudad no hay progreso, el progreso está en el campo (entrevista con Rodríguez F.J., 2018).

Además de su interés desde el ámbito laboral y agrícola, Rodríguez también se interesa por Banelino debido a que conoció los beneficios sociales que ésta ofrece. Gracias a las ventas del banano, su abuelo recibía un mejor ingreso y pudo arreglar su casa y progresar. «Banelino es una buena empresa, ayuda mucho a sus productores y familiares, y también a las comunidades. Personalmente he recibido capacitaciones y también una beca para estudiar en la universidad. Me cubrieron toda la matrícula» (entrevista con Rodríguez F.J., 2018).

Patricia Núñez también tiene 20 años. Si bien su abuelo es agricultor y en la familia siempre

se han promovido los procesos de aprendizaje en el rubro bananero, su padre recién ha ingresado a Banelino. Núñez está estudiando contabilidad en Mao y cree que podría trabajar en la parte administrativa de la finca familiar, por lo que decidió participar de la Escuela Bananera. En este momento ya se ocupa de las nóminas de los trabajadores, mientras que la madre se encarga de los costos de producción y ventas.

Gleidys Medrano tiene 33 años, es hija de socios de Banelino, de la zona productiva San Isidro y recibió la beca Banelino para estudiar en la universidad⁴⁴; asimismo, es uno de los representantes más activos dentro del Comité Pro-Jóvenes, ya que considera que son los jóvenes del comité quienes deben responsabilizarse de la tarea de atraer a más jóvenes hacia la producción y comercialización del banano:

Nos toca a nosotros del Comité transmitir lo que aprendimos y enamorar a otros jóvenes. Si llevamos bien el mensaje, la agricultura puede ser algo atractivo para los jóvenes, de lo contrario es difícil, porque la juventud de hoy quiere migrar a otra ciudad o a Estados Unidos. Yo tengo familia en Nueva York, pero trabajando de manera asociativa el campo es sostenible (entrevista con Medrano, 2018).

⁴⁴ Banelino le entregaba 40.000 pesos por año para su carrera de enfermería (entre 800 y 900 dólares). El costo de la matrícula que Medrano pagó durante la carrera fue de 14.000 pesos por cuatrimestre (285 dólares). Para recibir la beca, los estudiantes deben contar con un índice académico (2,5) mayor al índice requerido por la misma universidad (2 sobre 4).

En 2017, Medrano pudo compartir la experiencia de la Escuela Bananera durante las actividades del proyecto “Ruta de Aprendizajes - Iniciativas para la generación de oportunidades de empleo y autoempleo a través de actividades rurales agrícolas y no agrícolas, diseñadas por y para jóvenes”, financiado por la FAO, el FIDA y Procasur. A raíz de dicho intercambio de experiencias, el Comité presentó a la gerencia de Banelino la propuesta de crear un vivero para plantas de servicio y frutales que sirvan para aumentar la diversificación y biodiversidad de las parcelas de los productores. La idea es que sean los jóvenes del Comité quienes gestionen el vivero, sus recursos y los ingresos de sus ventas. (entrevistas con Medrano, 2018; y con Pichardo, 2018).

Además de las actividades educativas y agrícolas, el Comité Pro-Jóvenes, actualmente conformado por 15 personas, también le da seguimiento a los diálogos relacionados con las rutas turísticas que se quieren desarrollar en la región noroeste del país⁴⁵:

El turismo no es solamente sol y playa. Ya estamos hablando de agro-ecoturismo, donde en las rutas se combinan las partes agrícolas y ecológicas. Mi objetivo es preparar mi finca para ser parte de la ruta y recibir a los turistas,

⁴⁵ Se espera establecer cuatro rutas turísticas entre las provincias de Santiago Rodríguez, Valverde, Monte Cristi y Dajabón. En Valverde, Banelino desarrollaría la ruta del banano orgánico, en Santiago Rodríguez la ruta del casabe, en Monte Cristi la del turismo de aventura, y en Dajabón la ruta de la miel. La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) es la entidad internacional que está apoyando el Ministerio de Turismo en este proceso (entrevista con Gandini, 2018).

nacionales y extranjeros. Tengo pensado hacer cuatro cabañas y ofrecer también alojamiento (entrevista con Tejada, 2018).

Finalmente, el Comité lidera la mencionada campaña sobre el manejo de los plásticos en las plantas empacadoras:

Una parte de las bolsas de plástico se compacta en cubos y después se vende a una empresa que los recicla. Otra parte se usa para crear sopor-tes para las matas de banano. De esta manera se evita comprar cuerdas y se reciclan los materiales mismos ya en uso en la finca (entrevista con Rodríguez F.J., 2018).

En 2011, Runneboom de Peña justamente mencionaba que Banelino estaba implementando el programa Basura Útil, porque para ser orgánicos y sostenibles los productores tienen que demostrarlo no solo en las fincas sino en sus casas y comunidades también.

Nosotros capacitamos a nuestros productores no solo en buenas prácticas [agrícolas, sino] también en hábitos; y en la comunidad tenemos un programa que se llama “Basura Útil” [para] separar las basuras, reciclarlas, hacer las personas más conscientes sobre el daño que [provo-ca] la basura. Es un programa que estamos trabajando en los bateyes. [...] En la producción de banano se usa mucho plástico, y todavía tenemos el problema de cómo manejar el plástico, pero sí ya estamos trabajando el tema de reciclaje (Runneboom de Peña en Funglode, 2011).

El manejo de los residuos plásticos sigue siendo un desafío importante también para las comunidades rurales. En este sentido, los productores

res de Banelino parecen haber interiorizado una preocupación y una responsabilidad que actualmente ya se ha convertido en un gran desafío para todos los países del mundo. Como parte de esta campaña se está promoviendo también el reutilizo del bagote (lo que queda del racimo una vez recogidos los frutos) y del tronco para preparar un compostaje sencillo a nivel de parcela (entrevista con Gómez, 2018).

Según los técnicos de Banelino, la Escuela Bananera ha tenido varios impactos medibles: el 20% de los participantes ha empezado a trabajar en la producción junto a sus padres; un 7% de los jóvenes ya tiene fincas propias en las cuales han empezado a manejar la producción; un 45% está motivado a empezar carreras universitarias o técnicas relacionadas con la agricultura; y un 65% se insertó laboralmente en el rubro bananero (entrevista con Pichardo, 2018).

3.8 CONCLUSIONES

Desde hace varios años Banelino es considerada un modelo a seguir entre las organizaciones de pequeños productores de bananos orgánicos y de comercio justo. Por un lado, influye positivamente en la imagen internacional del país, sobre todo en términos de lo que se puede lograr organizando a los pequeños productores agrícolas de la mano del comercio justo (entrevista con Runneboom de Peña, 2018). Este enfoque comercial alternativo le permitió elevar la competitividad del rubro bananero dominicano, mejorar la sostenibilidad y productividad de las fincas de sus miembros, demostrar su credibilidad y posicionarse como socio comercial responsable y de calidad (Zarioh, 2007).

Por otro lado, su desempeño comercial, administrativo y de gestión evidencia el impacto de circuitos comerciales más justos, estables y con relaciones de largo plazo, en el fortalecimiento organizativo y el empoderamiento de sus productores. Sin embargo, a pesar de sus acciones de incidencia en los ámbitos laboral-migratorio y de la producción orgánica, aún incide poco en las políticas públicas nacionales.

Las cinco comunidades de las dos provincias donde operan los socios de Banelino, se han visto beneficiadas por el trabajo de los productores y las inversiones productivas, económicas y sociales llevadas a cabo por la asociación. Concretamente, Banelino genera más de dos mil empleos, y sus ingresos permiten la subsistencia de las familias de productores y trabajadores. Además, es un aporte fundamental para todos los pequeños negocios y emprendimientos en las comunidades.

Para orientar su plan de trabajo, el Programa de Desarrollo Social de Banelino publicó en abril de 2009 una línea de base sobre diferentes aspectos económicos y sociales. Este estudio identificó varios retos (Martínez, et al., 2009: 68-69):

1. Incluir a los hijos de los productores o a nuevos productores más jóvenes;
2. Desarrollar nuevas actividades artísticas, artesanales y deportivas, entre otras, para favorecer el desarrollo integral de los jóvenes de las comunidades;
3. Seguir apoyando las mejoras en las viviendas de productores y trabajadores;
4. Promover mejores prácticas de purificación de agua; y

5. Hábitos para una alimentación más sana y balanceada que reduzca los problemas de salud;
6. Desarrollar fumigaciones y operativos de limpieza comunitaria de forma regular, para un mejor manejo de la basura;
7. Concientizar en valores sociales y valores familiares, para responder al alcoholismo, a la pobre educación sexual y los embarazos de adolescentes;
8. Llevar a cabo programas de alfabetización para adultos mayores y trabajadores haitianos;
9. Seguir educando sobre los aspectos medioambientales.

De manera general, la línea de base evidenció mejores condiciones de vida de los productores asociados, respecto a los miembros de la comunidad encuestados. Esto fue especialmente evidente en los ámbitos de vivienda, acceso a la educación, a los servicios de salud, y los demás beneficios que los productores y trabajadores reciben a través de los diferentes programas sociales y de salud de la asociación (Martínez, et al., 2009).

Cuando empezamos, estábamos vivos sí, pero no éramos nadie. No teníamos nada. Ahora tengo una casa de verdad, once hijos y los bananos han dado para muchas cosas. Tengo dos parcelas, una de 30 y otra de 35 tareas, las trabajamos en familia y solo se contratan uno o dos trabajadores cuando se necesiten, pero no fijos. Desde que he empezado a trabajar con Banelino las cosas van bien, con altos y bajos, pero vivimos dignamente. El comercio justo nos ha llevado adonde estamos. Al principio no lo entendíamos, pero a través de las

asambleas y capacitaciones hoy sabemos lo que significa, lo que podemos hacer y lo que no (Núñez Álvarez, 2018).

Uno de los desafíos de hoy es actualizar la línea de base que se publicó en 2009. A dicho fin, Banelino está planeando desarrollar una nueva, a diez años de la primera. Esto permitiría ver claramente los avances en terreno en todos los aspectos considerados en la primera (demográficos, económicos, de salud, nutrición, educación y de beneficios generales). Sin embargo, la directora ejecutiva de Banelino afirma que se han producido los siguientes avances en los últimos años:

1. La inclusión de jóvenes y mujeres se mejoró con una mayor integración de la familia en las actividades de la asociación;
2. El desarrollo de capacidades técnicas de los productores;
3. El mejoramiento de las viviendas de los productores, tanto por los aportes del productor (vía precio) como por aquellos del comercio justo (vía premio);
4. El mejoramiento en los medios de transporte que ahora usan los productores;
5. El mejoramiento del nivel educacional de los hijos de los productores, gracias a las becas recibidas a través de la asociación;
6. La infraestructura para aguas y saneamiento, donde han convergido las inversiones del Estado y de Banelino, en varios proyectos, algunos exitosos otros menos. El aporte estatal aumentó en el tiempo y las instituciones públicas lideran este aspecto;
7. El acceso a servicios de salud adecuados también ha mejorado mucho gracias al apoyo de Banelino;

8. En programas de alfabetización, la asociación ha ido invirtiendo con mucho éxito sobre todo en la población trabajadora;
9. En términos de inclusión de jóvenes y mujeres, se nota la integración familiar mucho más que antes, cuando solo el socio participaba de las actividades de Banelino;
10. La mayor conciencia ambiental de los socios y trabajadores gracias a la educación ambiental de Banelino en estos aspectos. Existe un creciente involucramiento de los miembros en la producción en biodiversidad y de los jóvenes en la campaña de reciclaje y reutilización de los plásticos (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Gracias al premio *Fairtrade*, Banelino ha podido desarrollar proyectos en varios ámbitos y demostrar concretamente la multidimensionalidad del enfoque de desarrollo del comercio justo. Sin embargo, involucrarse en muchos temas puede también ser contraproducente.

Desde mi punto de vista, siento que Banelino quiere dar mucho y a veces no podemos llegar a todos. Aunque tengamos todas las intenciones para hacer muchas cosas a veces deberíamos concentrarnos en algunas y establecer mejor nuestros parámetros (entrevista con Pichardo, 2018).

Por otro lado, desde la dirección ejecutiva de Banelino, se considera necesario construir alianzas para desarrollar estudios sobre el impacto del cambio climático en la producción a pequeña escala. El objetivo sería entender a cabalidad los desafíos actuales para la sostenibilidad de los pequeños productores en la

cadena de valor del banano y de otros rubros agrícolas.

Por el cambio climático, hoy es cada vez más complicado mantener o mejorar los niveles de rendimiento del cultivo. Para seguir produciendo, muchos productores, especialmente los más afectados por inundaciones y huracanes, deben endeudarse. El nivel de deuda de ciertos productores está condicionando mucho los ingresos familiares. Además, salir de estas deudas en edad avanzada es más difícil (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Otro de los retos de Banelino es construir mejores datos y estadísticas sobre el potencial productivo de sus socios. En la actualidad, la asociación maneja solo los datos relativos a las exportaciones. No conoce las cantidades de fruta que los asociados colocan en el mercado local, ni el potencial de producción para futuros proyectos, como abastecer los desayunos escolares o producir harina de banano u otros derivados.

En este momento creo que tenemos un gran desafío en aprovechar mejor la fruta del banano para empezar a producir derivados y así diversificar nuestras opciones de venta, abriendo nuevos nichos de mercado. Podríamos hacer bananos deshidratados y venderlos como producto terminado a un muy buen precio en los Estados Unidos (entrevista con Genao, 2018).

Los integrantes del grupo focal hicieron énfasis en la relevancia que le dan a la transparencia como elemento característico de la asociación; vinculándola con el significado que para ellos tiene el comercio justo. Asimismo, dichos

productores con dificultad logran identificar alguna debilidad de Banelino:

Estamos siendo sinceros, porque en Banelino cuando tenemos una dificultad pronto se convierte en una oportunidad de mejora gracias a la comunicación y el diálogo. Aquí cada uno conoce sus derechos, sus deberes y también las tareas que le corresponden. Quien comete errores también tiene la responsabilidad de reparar (productora entrevistada en el Grupo Focal Banelino, 2018).

Ello no implica que no existan debilidades, entre ellas se encuentra la necesidad de mejorar la comunicación hacia los socios, sobre lo que se está desarrollando y logrando como organización. Gandini, por ejemplo, lo menciona claramente para el caso del número total de productores que aplican las herramientas del manejo en biodiversidad.

Según la directora ejecutiva, en este momento, un desafío de Banelino es trabajar bajo una lógica empresarial con socios de edad tan avanzada: «su forma de producir no evoluciona al mismo ritmo del mercado, en un mundo donde la tecnología avanza demasiado rápido» (entrevista con Runneboom de Peña, 2018). Además, esto se junta con un número aún muy limitado de jóvenes que sí puedan ir al mismo ritmo. Asimismo, el rubro bananero global está mostrando cada vez más interés por los trabajadores rurales empleados en medianas y grandes plantaciones privadas, y menos por los pequeños productores organizados.

Solo para tomar el caso dominicano, las organizaciones de pequeños y medianos productores

empleamos alrededor de 12 mil trabajadores rurales y las plantaciones privadas alrededor de 3 mil. Sin embargo, el mercado global está manejando cada vez más el concepto de alto riesgo con respecto a los pequeños productores, aunque estén asociados y las asociaciones como Banelino garanticen las mismas características de gestión y control de una grande plantación privada (entrevista con Runneboom de Peña, 2018).

Otra de las debilidades mencionadas es la poca propensión del pequeño productor a emprender cambios respecto a las acciones cotidianas que desarrolla en su actividad productiva. Este aspecto podría relacionarse también con la necesidad de la organización de exportar de forma más independiente y controlar otro anillo de la cadena de valor.

Se necesitan más compradores. Casi siempre se nos queda parte de la producción. Este año lo estamos viendo más que antes. Si no podemos exportar debemos vender la fruta en pésimas condiciones en el mercado local. Por ejemplo, una caja a 100 pesos (2 dólares). La misma caja de banano orgánico que para la exportación vendo a 9. Esta es la realidad, con dos dólares ni siquiera cubro los gastos. Debemos buscar más compradores, pero también otras opciones de negocio, agregando valor (entrevista con Peña, 2018).

En la actualidad tenemos debilidades para encontrar y fortalecer nuevos mercados. Habiendo alcanzado el actual grado de desarrollo, y siendo un ejemplo en el comercio justo, creo que podemos apostarle a ser independientes desde el punto de vista de la exportación. Po-

demos exportar directamente y no a través de otras empresas exportadoras que, además, ya tienen producción propia certificada *Fairtrade*. De esta manera podríamos generar más beneficios y fortalecernos más (entrevista con Cabrera, 2018).

La gerencia está estudiando las opciones para la exportación directa de sus productos. De hecho, Banelino ya está certificada también como exportadora de productos orgánicos (entrevista con Runneboom de Peña, 2018). En este aspecto, el subdirector reconoce que la asociación quizás no estuvo bien preparada para responder a la crisis en la demanda y a la competencia de las plantaciones privadas certificadas, «una debilidad que se origina mucho por la dependencia de los exportadores. Depender de ellos puede ser peligroso» (entrevista con López, 2018).

Por otro lado, Cabrera subraya que una de las oportunidades a futuro para Banelino podría ser explorar otros negocios colaterales, como una tienda de consumo o una tienda de insumos de propiedad de los mismos productores, para que estos puedan abastecerse de manera más económica y contrarrestar en algo el alza en los precios de los productos de primera necesidad (entrevista con Cabrera, 2018).

Con la experiencia de Banelino, el comercio justo *Fairtrade* ha demostrado que el pequeño productor asociado puede ser exitoso en su negocio, ser parte estable de un mercado global y, al mismo tiempo, generar desarrollo territorial en sus comunidades a través del premio y otros ingresos. Además, gracias al impacto del comercio justo, el pequeño productor empo-

derado puede sentarse a negociar directamente con los exportadores, las empresas de maduración, los importadores y otros actores de la cadena de valor.

Comercio justo es compartir con el otro. Lo mejor que nos ha pasado. Con Banelino todo fue un florecer. Ahora tengo casa, mis hijos también. Gracias a nuestro trabajo y a Banelino todo ha cambiado. Tengo 74 años, estoy contento, alegre y agradecido (productor entrevistado en el Grupo Focal Banelino, 2018).

El comercio justo es un aliado del pequeño productor, le brinda oportunidades de mercado, de precio, lo acompaña en su proceso organizativo, en fortalecer aspectos como democracia interna, la equidad y la transparencia en las relaciones económicas y sociales. Yo he visto cambiar a las comunidades donde están los productores de comercio justo. Creo que hay esperanza (entrevista con Cabrera, 2018).



Primeras etapas de plantación de banano orgánico. Foto: Luz Sosa.



Trabajadora de Banelino colocando etiqueta *Fairtrade*. Foto: Jasper Carlberg.



Erick Almanzar (hijo) y Rafael Almanzar (padre), productores de banano, verifican el estado de descomposición del fertilizante orgánico elaborado en la bio fábrica de la organización. Foto: James Rodríguez.

4. Los ámbitos de impacto evaluados

En este apartado, se resumen los principales hallazgos para ambas organizaciones, en relación con los ámbitos de impacto del comercio justo considerados en el desarrollo de la investigación. El cuadro analiza los diferentes resultados (R) y productos (P) de la Teoría del Cambio *Fairtrade* que fueron tomados en cuenta para entender en qué aspectos el impacto del comercio justo certificado *Fairtrade* ha sido más evidente en el desarrollo de las dos organizaciones.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Fortalecimiento organizacional			
Desarrollo de capacidades de socios y empleados	Capacidades entre los pequeños productores para mejorar productividad y calidad, proteger la salud, el ambiente y adaptarse al cambio climático (R)	Todos los productores rescatan que la asistencia técnica y el desarrollo de capacidades para la sostenibilidad del cultivo es uno de los elementos más importantes que aporta la cooperativa. Además, se valoran las capacitaciones sobre medidas de adaptación al cambio climático.	Los socios entienden que el apoyo técnico ha sido fundamental. Especialmente los que ya están implementando los métodos de cultivo orgánico en biodiversidad. Se mencionaron también temas de capacitación muy específicos como primeros auxilios o respuestas a posibles incendios.
	Entendimiento de los principios y las prácticas del comercio justo <i>Fairtrade</i> (R)	Este es un reto constante. Las auditorías de Flo-Cert, según Ausecha Chaux, antes solo se centraban en cómo se invertía el premio <i>Fairtrade</i> , ahora han ido profundizando en los demás aspectos. En cuanto a los criterios que los productores cumplen en las fincas, no parece haber problemas de entendimiento.	Aún hay trabajo por hacer para comunicar mejor los principios y prácticas del comercio justo <i>Fairtrade</i> . Es una labor constante, especialmente para los nuevos productores o los jóvenes. En cuanto a los criterios que los productores cumplen en las fincas, no parece haber problemas de entendimiento.
	Sistemas de gestión para el negocio y la producción (R)	Todo el equipo técnico reconoce el gran impacto que ha tenido el comercio justo <i>Fairtrade</i> en el fortalecimiento administrativo y organizacional para los desafíos de los mercados internacionales. Estar certificados y cumplir con todos los requerimientos permite entrar y mantenerse en otro nivel respecto a las demás agrupaciones campesinas no certificadas.	Las bases organizativas de Banelino se habían gestado antes de la certificación. Sin embargo, el reto de mantenerse en mercados internacionales competitivos y de calidad ha obligado a mejorar las inversiones, tanto en las fincas como en el capital humano encargado de la comercialización y gestión del negocio.
	Incrementados los servicios y apoyos a los miembros de las OPP (P)	Los entrevistados rescatan las inversiones de la cooperativa en personal de apoyo técnico para la producción orgánica. La construcción y el fortalecimiento del laboratorio de calidad, de la exportadora, y la tecnificación de la selección de los granos, entre otros aspectos, son considerados como mejoras sustanciales en los servicios ofrecidos por la cooperativa.	Este aspecto depende mucho de la innovación que la misma asociación desarrolla. En ámbito productivo, Banelino empezó hace más de 10 años el desarrollo de la agricultura orgánica en biodiversidad, está incluyendo apicultura, empezó con la producción masiva de biofertilizantes y está visibilizando opciones de agregación de valor, así como de turismo comunitario.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Posicionamiento de la organización a nivel local y nacional, e incidencia en políticas	Capacidad de influir en las políticas locales, regionales e internacionales (P)	Con los años y el acompañamiento de los aliados del movimiento del comercio justo, Cosurca ha pasado de un alcance local a un alcance departamental e internacional, posicionándose con un actor de desarrollo. Sin embargo, a nivel nacional, todavía falta profundizar en las relaciones con el gobierno colombiano.	Banelino ha estado muy presente en todas las mesas de diálogo e implementación de las nuevas políticas públicas en ámbito laboral y migratorio. En este aspecto, se ha convertido en un socio estratégico y confiable para las entidades públicas y los organismos internacionales como la OIT o el PNUD. Sin embargo, la incidencia a nivel nacional aún es un reto.
Reducción de la migración hacia las zonas urbanas	Conexiones con las comunidades para apoyar el desarrollo local (R)	La migración del campo a la ciudad no solo depende de las oportunidades económicas y sociales, sino también de los conflictos armados, sociales y ambientales aún presentes. Por ello, los beneficios del comercio justo son difíciles de evaluar. Sin embargo, Cosurca no ha perdido socios. El departamento sigue teniendo una población mayormente rural y los productores de Cosurca tienen claro que la apuesta por el arraigo territorial y su enfoque de desarrollo dependen justamente de la reapropiación económica, social y cultural de los territorios, especialmente por parte de los jóvenes.	En el caso de Banelino, el relevo generacional y la migración hacia las zonas urbanas están estrechamente ligados. La asociación es consciente de la necesidad de sostenibilidad intergeneracional y de seguir construyendo opciones que hagan atractiva la actividad agrícola bananera, para evitar que los jóvenes opten por migrar hacia las ciudades o incluso afuera del país. Sin embargo, reducir la migración hacia los centros urbanos aún es un reto.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Revisión de las acciones concernientes a los principios de no discriminación y apoyo a los grupos más vulnerables y marginalizados	Entendimiento de los principios y las prácticas del comercio justo <i>Fairtrade</i> (R) Apoyo a los grupos vulnerables y marginalizados (P)	Productores y técnicos entienden muy bien los principios fundamentales del comercio justo; sin embargo, en cuanto a las prácticas, no todos los productores están conscientes de todos los aspectos del comercio justo <i>Fairtrade</i>. Hay temas que la gerencia y los técnicos tratan más con los gerentes de las asociaciones de base y estos luego los comunican en asamblea. Cosurca está invirtiendo mucho en alianzas estratégicas para trabajar especialmente con mujeres, jóvenes y víctimas declaradas del conflicto armados. No hay programas específicos para adultos mayores, niños o personas con capacidades especiales.	Productores y técnicos entienden muy bien los principios fundamentales del comercio justo; sin embargo, se notan niveles variables de entendimiento sobre sus prácticas. Los aspectos donde se notó más concientización son los ambientales y laborales. Los productores de Banelino están bien concientizados sobre los derechos de los trabajadores migrantes, uno de los grupos más vulnerables. Varios entrevistados rescatan la igualdad entre las personas y la necesaria interdependencia de todos en la actividad agrícola. Las mujeres esposas o hijas de productores están participando más en las actividades de Banelino, lo cual promueve su rol y las empodera.
Educación y formación			
Niveles de alfabetización, escolarización e ingreso en carreras técnico-universitarias, de socios e hijos de socios	Conexiones con las comunidades para apoyar el desarrollo local (R)	De manera general, los niveles de escolarización de los socios no se diferencian de los no socios. Sin embargo, varios productores entrevistados afirman que, gracias a los ingresos, pudieron apoyar a sus hijos en los estudios. Cosurca ha desarrollado un diagnóstico con los jóvenes de las zonas rurales para conocer sus aspiraciones y vocaciones de estudio en carreras técnicas y universitarias. Los resultados constituyeron una de las principales bases para justificar la propuesta del proyecto Unicaminos.	La línea de base de 2009 evidenciaba que un 8% de los productores lee pero no escribe, sólo escribe su nombre o no lee ni escribe. Según el diagnóstico del Programa PC-Banano (2010) aún existían ciertas brechas por cerrar en términos de alfabetización. Banelino está desarrollando programas de alfabetización para trabajadores, productores y familiares. En cuanto a educación superior, se entregan becas a hijos y nietos de productores. En formación técnica Banelino desarrolla capacitaciones específicas y la Escuela Bananera.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Inversiones comunitarias en ámbito educacional	Mejorados los servicios y las infraestructuras en las comunidades (P)	Los niveles de premio que recibe la cooperativa no permiten llevar a cabo inversiones parecidas a las de Banelino. Sin embargo, desde hace varios años, Cosurca decidió cambiar el foco de sus inversiones en ámbito educativo, concentrándolas prácticamente todas en el proyecto Unicaminos.	Banelino sigue patrocinando ocho escuelas básicas y el IDENE. El apoyo se concretiza tanto en la construcción y mantenimiento de las infraestructuras, como en el pago de los honorarios de buena parte del personal docente, de administración y terapéutico.
Salud y seguridad social			
Revisión de las acciones concernientes a los principios de no al trabajo forzoso y no a la explotación infantil	Conciencia de compromiso con los derechos humanos (laborales, de género, niños) (R) Política de protección infantil proactiva (P)	El nivel de compromiso político y social asumido y promovido por la cooperativa, sus asociaciones de base y por los mismos productores, refleja una profunda relación con la defensa de los derechos humanos desde el mismo campesinado y la economía solidaria asociativa. A pesar de no tener una política escrita de protección a la infancia, Cosurca ha sabido responder a ciertas situaciones complicadas y ha promovido activamente las medidas contra el trabajo infantil, aclarando en reiteradas ocasiones la importancia de las etapas de vida de los niños, los derechos de los niños y también los criterios <i>Fairtrade</i> relacionados.	No existe problema de trabajo infantil en la producción bananera. Tanto productores como técnicos evidencian que sería imposible encontrar niños trabajando en las fincas bananeras, razón por la cual Banelino no cuenta con una política de protección infantil propia. Sin embargo, ha participado activamente de la construcción de la política de CLAC a nivel latinoamericano y está elaborando una política de protección inclusiva propia para los grupos más desprotegidos: niños, mujeres, personas con capacidades especiales, migrantes y adultos mayores.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Inversiones comunitarias en atención primaria y otros niveles de atención	Inversiones colectivas y desembolsos individuales usando el premio <i>Fairtrade</i> (R)	Los niveles de premio son bajos en relación con el número de productores socios y las necesidades de las zonas rurales del Cauca. No obstante, Cosurca ha apostado por inversiones de largo plazo, con un sentido de cambios territoriales profundos; sin descuidar las necesidades establecidas por las asociaciones.	Los niveles de premio que Banelino recibe anualmente son muy relevantes, tanto para la sostenibilidad de varias actividades de la asociación, como para todas las inversiones comunitarias que se llevan a cabo y que benefician a las familias de los productores, especialmente en las viviendas.
	Mejorados los servicios y las infraestructuras en las comunidades (P)	Por otro lado, el premio de comercio justo es una atractiva contrapartida, en muchos casos apalancando recursos de la cooperación internacional para generar un mayor impacto en el desarrollo territorial.	Lo más rescatable para las comunidades son: los patrocinios que Banelino mantiene con las escuelas; las inversiones en reparación y construcción de centros de madres o comunales; el apoyo a iglesias; y las inversiones que los productores han hecho en las emparadoras.
Diversificación productiva para la seguridad alimentaria y nutricional	Menor riesgo y vulnerabilidad; creciente seguridad alimentaria (Impacto)*	Se ha impulsado la diversificación productiva en finca con huertas caseras y pequeños corrales, para promover el consumo de vegetales, frutas, huevos y carnes de animales menores. Estos aspectos están claramente ligados a la manera tradicional de cultivar las fincas cafeteras que muchos productores rescataron durante las entrevistas.	La producción diversificada para el consumo familiar está poco desarrollada. En las fincas promueve la biodiversidad y la diversificación, pero esta no es suficiente para los desafíos nutricionales de las familias productoras. La diversificación productiva para la seguridad alimentaria es seguramente un reto.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Salud y seguridad social			
Cobertura de productores y empleados en la seguridad social	Mejoradas las condiciones laborales para los trabajadores (P)	Los empleados de planta están afiliados a la seguridad social, tal como establece el Código Sustantivo del Trabajo. Los contratistas temporales se rigen bajo las mismas normas y protecciones del trabajador. En las fincas de los socios, la producción campesina es atendida por la familia, sin una relación laboral contractual según el Código. Cuando se requiere mano de obra externa, por ejemplo durante las cosechas, en la mayoría de los casos también se aprovecha la ayuda de familiares y vecinos, estableciendo compromisos de reciprocidad y ayuda mutua.	Este es uno de los aspectos en los cuales se concentró la investigación en terreno. Los esfuerzos de Banelino son destacados y reconocidos por el sistema <i>Fairtrade</i> y organismos nacionales e internacionales. Los productores, además de pagar un salario más alto que el mínimo nacional, invierten en la regularización de sus trabajadores y en cubrir la seguridad social. Los empleados se están pasando al sistema de la TSS y ahora también están regularizando su actividad económica. En cuanto a los trabajadores contratados directamente por Banelino, no existen problemas.
Mejora de las condiciones laborales en las estructuras de la organización y en las parcelas		No se pudo conversar directamente con los temporeros contratados para la cosecha. Sin embargo, a nivel de finca, la mayor parte del trabajo lo desarrolla la familia cercana y ampliada. En la cooperativa, se pudo conversar con trabajadores del sector administrativo; estos rescatan el buen ambiente laboral y el incremento personal y profesional dentro de la cooperativa.	En las entrevistas con los trabajadores haitianos se pudo apreciar que, desde que trabajan para los productores de Banelino, han mejorado considerablemente sus condiciones laborales y de vida. De las entrevistas con los productores de Banelino, además del tema salarial, se confirma un sentido de relaciones muy familiares dentro de las fincas de los socios. Finalmente, Banelino ha hecho grandes esfuerzos para la regularización y formalización de los trabajadores extranjeros.
Participación activa de mujeres y jóvenes en la gestión y las actividades, tanto comunitarias como de la organización	Inclusión de la juventud (P)	Esta es la apuesta más clara del trabajo de Cosurca en términos de sostenibilidad de la economía campesina. La construcción de la propuesta de Unicaminos, así como otros proyectos dirigidos a los jóvenes, son ejemplos concretos de dicho proceso de inclusión.	Aún no existe una política de inclusión de jóvenes escrita y estructurada, pero sí acciones dirigidas a este ámbito. Sobresalen la Escuela Bananera y el Comité Pro-Jóvenes, como dos de las actividades que promueven mayor participación de los jóvenes, tanto en la producción como en la organización.

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Participación activa de la organización en articulaciones nacionales, regionales e internacionales	Participación en las redes y gobernanza del sistema <i>Fairtrade</i> (R)	La participación de Cosurca en el sistema <i>Fairtrade</i> se limita a los espacios de CLAC a nivel regional y de la Iniciativa Colombiana a nivel nacional. Sin embargo, Cosurca también se desenvuelve dentro del más amplio movimiento del comercio justo articulándose con otros actores y aliados internacionales.	Es una de las organizaciones de pequeños productores de banano <i>Fairtrade</i> más activa dentro del sistema <i>Fairtrade International</i> . La directora ejecutiva de Banelino ha sido por dos periodos presidenta de CLAC y, como representante de una red de productores del Sur, fue presidenta de la Junta Directiva de <i>Fairtrade International</i> . Banelino es muy activa en los procesos de gobernanza interna del sistema y participa de consultas y diálogos para influir en los estándares y precios del comercio justo certificado <i>Fairtrade</i> .
	Capacidad de influir en las políticas y regulaciones <i>Fairtrade</i> (P)	Su capacidad de influenciar las políticas y regulaciones internas del sistema <i>Fairtrade</i> , por tanto, dependen sobre todo del trabajo que se haga con CLAC a través de la Iniciativa.	

Ámbitos de impacto evaluados	Resultados (R) y productos (P) correspondientes en la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i>	Cosurca (Colombia)	Banelino (República Dominicana)
Empoderamiento y participación			
Participación activa de los socios, rotación en los cargos directivos y nuevos liderazgos	Mejorar la democracia, participación y transparencia (R)	Todos los entrevistados enfatizan la transparencia de los procesos, así como la participación y la democracia interna, como elementos característicos de la cooperativa.	Los productores entrevistados subrayan la transparencia como uno de los elementos clave en Banelino, a diferencia de otras organizaciones de pequeños productores de la zona.
	Sistemas transparentes para manejar el premio <i>Fairtrade</i> (R)	Todos los entrevistados afirman que la gestión del premio es buena y transparente.	La gestión del premio en Banelino es clara y se ha consolidado un proceso equitativo en la distribución del premio en las 5 zonas productivas. Se llevan a cabo inversiones más específicas en momentos de particular necesidad o por los eventos atmosféricos y sus consecuencias en las comunidades. Los productores rescatan que todo se hace a “la luz del sol” y de manera pública y concertada.
		Anteriormente, los productores recibían parte del premio en efectivo y después justificaban los gastos con recibos de compra. Sin embargo, para mejorar gestión y transparencia, ahora son las asociaciones de base quienes llevan a cabo las inversiones del premio. No se recogieron quejas al respecto, al contrario, se valoró el cambio.	
	Liderazgo fuerte y responsable (P)	Los estatutos permiten la reelección de los directivos del Consejo de Administración. Sin embargo, según los entrevistados, tanto en las asociaciones de base como en Cosurca hay buena alternancia de liderazgos. Según los entrevistados, hay buena convivencia entre los líderes más antiguos y los jóvenes que se incorporan, especialmente gracias a los proyectos de Unicaminos y los Museos de la Memoria.	En cuanto a la rotación de cargos directivos hay visiones diferentes. Si bien prevalece una positiva, que rescata la alternancia en los cargos, también hay quien nota cierta timidez entre los productores, especialmente las mujeres, a la hora de asumir la representación de todos los demás en la dirección de la asociación. Este aspecto sigue siendo un reto. Según los estatutos, después de un mandato de dos años, los miembros de la Junta Directiva no pueden volver a ocupar el mismo cargo, pero sí volver a ser miembro de la Junta.
Nota: * En la Teoría del Cambio <i>Fairtrade</i> solo se menciona una vez la seguridad alimentaria, entre los impactos considerados como cambios de largo plazo.			

Conclusiones

A pesar de ser organizaciones con características diferentes, de dos rubros y dos países distintos, Cosurca y Banelino tienen varios aspectos en común. Entre ellos: buenos equipos técnicos que permiten mejorar las capacidades de los productores para seguir cultivando productos de calidad; respeto por el medio ambiente y los criterios del comercio justo; relaciones estrechas con actores internacionales y compradores que permiten un mejor posicionamiento de la organización en los mercados; participación activa dentro del sistema *Fairtrade* y una profunda conexión con las comunidades, entendiendo claramente que su progreso beneficia a los productores; y la transparencia como pilar fundamental del andamiaje relacional y organizacional.

En los complejos territorios rurales del sur de Colombia, Cosurca ha logrado posicionarse como un actor clave en la construcción de alternativas económicas sostenibles y procesos de paz autogestionados. Este logro fue posible gracias a la participación activa y el empoderamiento político de sus miembros.

Desde su creación en 1993, Cosurca ha priorizado diferentes aspectos: el desarrollo de la producción orgánica, la certificación en comercio justo y el posicionamiento de la cooperativa en el mercado internacional del café,

el fortaleciendo de los ámbitos organizacional, administrativo y de gestión de riesgos.

Diez años después, la cooperativa comenzó el proceso de industrialización y constituyó la empresa exportadora. Hoy ExpoCosurca ofrece sus servicios también a otras organizaciones de pequeños productores de comercio justo, como la Federación Campesina del Cauca, la Asociación Fondo Páez o la Comunidad de Paz de San José de Apartadó.

Desde el punto de vista económico, exportar café certificado significó mejorar ingresos y oportunidades para sus productores. Se escaló eslabones en la cadena de valor del café y se atrajo la atención y el compromiso de actores internacionales interesados en cooperar con procesos territoriales estratégicos basados en alternativas económicas dinamizadoras y creados por los mismos productores asociados.

Industrialización y autonomía en la exportación representan dos piezas fundamentales en la trayectoria de Cosurca. A ellas se sumó la diversificación productiva, incluyendo jugos de fruta y panela orgánica, así como la construcción de una propuesta de educación superior técnica. A lo largo de este camino, Cosurca ha contado con el apoyo del movimiento por un comercio justo y solidario, pudiendo benefi-

ciarse de las múltiples dimensiones de su enfoque de desarrollo. Asimismo, participar de los circuitos internacionales *Fairtrade* significó diferenciarse de otros modelos de organización campesina.

La alta competencia actual, expresada en bajos precios y sobreoferta de café certificado en el mercado internacional, representa el principal reto. Diversificar la cartera de compradores ha sido la primera respuesta de la cooperativa. Sin embargo, la baja en las exportaciones certificadas va a requerir nuevas estrategias para que Cosurca se mantenga bien posicionada a nivel internacional, logre atraer nuevos clientes y aumente las ventas *Fairtrade*.

Ampliar la variedad de productos ofertados representa el otro principal reto comercial de la cooperativa. La venta de jugos de fruta y café tostado y molido aún no influyen en los ingresos de la cooperativa y sus socios. A pesar de ello, Cosurca ya está diversificando la producción y las opciones comerciales con panela y cacao orgánicos.

En los aspectos sociales, el comercio justo permitió a los productores confiar en sus capacidades y mejorar sus posibilidades de desarrollo. Ello alimentó su autoestima y generó un profundo proceso de empoderamiento y progresiva autonomía en la toma de decisiones relativas a los cultivos y el desarrollo económico. Este proceso de empoderamiento se reflejó también en las acciones que la cooperativa y sus socios han puesto en marcha para corregir los retos enfrentados para cumplir con los criterios relativos al trabajo infantil.

Con relación a la sostenibilidad ambiental, el reconocimiento por parte del comercio justo de las formas tradicionales de producción de café, y los criterios ambientales de la certificación, posibilitaron ampliar la producción orgánica y agroecológica. De dicha forma se rompió con el modelo convencional, promovido durante mucho tiempo en la caficultura colombiana. Sin embargo, aún solo la mitad del café acopiado por Cosurca es orgánico. La conversión de los cultivos convencionales sigue representando un reto para los socios de la cooperativa, especialmente los nuevos.

Finalmente, desde el punto de vista político, Cosurca se ha convertido en un interlocutor confiable para las autoridades locales, departamentales y los organismos internacionales. Gracias a estas alianzas, pudo demostrar su capacidad para construir una visión de sostenibilidad intergeneracional propia y proponer proyectos de desarrollo para el Cauca y otros departamentos. El gran reto es seguir poniendo en marcha procesos que concreticen en los territorios la apuesta nacional por la paz. La presencia de cultivos de uso ilícito y de ciertos actores armados aún la dificulta.

Desde que Banelino se certificó en el año 2000, la situación de sus productores socios y familias ha mejorado sustancialmente, tanto por los precios de venta del banano certificado como por las notables inversiones económicas, sociales y ambientales realizadas con el premio *Fairtrade*. La planificación e implementación de dichas inversiones es un ejemplo a seguir para muchas organizaciones de pequeños productores de comercio justo. Para Banelino, el progreso de sus socios no se puede separar

del progreso de las comunidades rurales en las cuales viven. Solo donde la comunidad progresa, el productor también lo hace.

Todos los productores de Banelino enfatizan que sin las ventas en comercio justo la actividad bananera sería insostenible. Los datos sobre ventas de la fruta a intermediarios locales, proporcionados por varios productores entrevistados, dan una idea clara del beneficio económico que genera el comercio justo en sus vidas. Sin embargo, en ámbito comercial, se identificaron dos retos. Por un lado, mejorar los datos sobre el potencial productivo de los socios para así ampliar las opciones comerciales, tanto internacionales como nacionales. Por el otro, empezar a exportar de manera directa y depender menos de los exportadores, para responder a las bajas de la demanda de bananos provenientes de organizaciones de pequeños productores en el mercado internacional.

Otro reto es el cambio climático, expresado en mayores temperaturas y más eventos climáticos extremos. Esto pone en riesgo las actividades de los pequeños productores y, con ellas, la sostenibilidad de las cadenas de suministro globales de productos agrícolas. En este ámbito, vale la pena desarrollar investigaciones en profundidad sobre el impacto del cambio climático en la agricultura a pequeña escala y las posibles respuestas colectivas.

En ámbito social, además de las inversiones en educación y salud, el comercio justo *Fairtrade* ha sido determinante para mejorar las condiciones de vida y laborales de los trabajadores migrantes haitianos. En la Línea Noroeste,

Banelino se ha convertido en un referente del apoyo empresarial al proceso de regularización iniciado por el gobierno dominicano. Asimismo, a través de su Plataforma de Servicios Laborales y Migratorios, está impulsando el proceso de formalización de la actividad económica de sus productores. De manera progresiva, esta formalización en la Dirección General de Impuestos Internos se convertirá en obligatoria para poder acceder a los beneficios de la Tesorería de la Seguridad Social.

En cuanto a los aspectos ambientales, los ingresos generados por el comercio justo, y las relaciones con algunos compradores, están permitiendo mantener y profundizar el programa de producción orgánica en biodiversidad. Al mismo tiempo, los jóvenes están concientizando a productores, trabajadores y familiares en el cuidado del medio ambiente, para reducir, reutilizar y reciclar los plásticos empleados en los cultivos y en las empaquetadoras. Además, Banelino pudo construir un sistema de energía alternativo para su sede, instalando paneles solares que permiten un ahorro energético notable, además de ser un aporte concreto a la mitigación del cambio climático.

En ámbito político, especialmente a raíz de la incidencia desarrollada en los aspectos migratorios, Banelino se ha posicionado como un actor protagónico del sector bananero dominicano. A través de su trabajo de años ha demostrado lo que los pequeños productores organizados pueden lograr de la mano del comercio justo internacional. Sin embargo, la incidencia política y social en otros ámbitos de las políticas públicas sigue siendo un importante reto para la asociación. Otro reto actual

es poder trabajar con una lógica empresarial con socios de una edad promedio de 54 años.

Los productores de ambas organizaciones han entendido claramente la importancia de la inclusión de jóvenes y mujeres en la sostenibilidad de sus actividades productivas y de la misma organización. Con acciones distintas, tanto Cosurca como Banelino apuestan a la educación técnica de los jóvenes para mantenerlos ligados a las actividad agrícola y comercial, y a la revalorización del rol de las mujeres en las fincas y en la organización. Ambas organizaciones consideran al relevo generacional como un desafío que puede comprometer seriamente su sostenibilidad en el mediano y largo plazo. En este ámbito, tanto la gerencia de Cosurca como la de Banelino coinciden en la urgencia y necesidad de políticas públicas nacionales que potencien el desarrollo rural y devuelva el atractivo a la actividad agrícola, a fin de atraer a las generaciones presentes y futuras.

Cosurca y Banelino son dos organizaciones de productores exitosas dentro del movimiento por un comercio justo. Su éxito, sin embargo, no solo se debe a los beneficios que garantiza el nicho de mercado *Fairtrade*, también depende del liderazgo fuerte y comprometido de su gerencia, personal técnico y asociados. Cuando la sabiduría campesina, las competencias técnicas, el compromiso humano y los esquemas económicos asociativos y cooperativos se juntan con la responsabilidad y voluntad de compradores comprometidos, respaldados por consumidores conscientes y responsables, los beneficios son evidentes.

Bibliografía

- Aranda, J. y Morales, C. (2002), "Poverty Alleviation through Participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of CEPACO, Oaxaca, Mexico", proyecto de investigación financiado por la Fundación Ford. Fort Collins (Estados Unidos), Colorado State University.
- Banelino (2017a), *Escuelas Banelino – República Dominicana*, video de Banelino. Mao (República Dominicana), Banelino. <https://www.youtube.com/watch?v=pGAmlkokblc> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- (2017b), *Instituto de Enseñanzas de Niños Especiales IDENE*, video de Banelino. Mao (República Dominicana), Banelino. <https://www.youtube.com/watch?v=AsQuifDKTqA> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- (2017c), *Memoria Anual 2017*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2017d), *Plan de Desarrollo Fairtrade*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2016), *Memoria Anual 2016*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2015), *Memoria Anual 2015*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2014a), *Memoria Anual 2014*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2014b), *Plan Estratégico 2014-2020*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2012), *Memoria Anual 2012*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- (2011), *Memoria Anual 2011*. Mao (República Dominicana), Banelino.
- Barreto de Sousa Henriques, M. (2012), "*Laboratorio de Paz*" en territorios de violencia(s). ¿Abriendo caminos para la paz positiva en Colombia?, Volumen I, Tesis de Doctorado en Relaciones Internacionales, especialidad Política Internacional y Resolución de Conflictos, Faculdade de Economia. Coimbra, Universidade de Coimbra. https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/19204/3/Miguel_Henriques_disserta%C3%A7%C3%A3o_RI-2012.pdf [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Belgische Technische Coöperatie (BTC) (2012), *FAIR TRADE in war zones*. Bruselas, Belgian Development Agency.
- CEVAL (2012), *Informe Final. Estudio del Impacto del Comercio Justo Fairtrade*, Estudio comisionado por TransFair Alemania y la Fundación Max Havelaar Suiza, Centrum für Evaluation (CEval). Saarbrücken, Universität des Saarlandes.
- CLAC (2018a), *Impacto Comercio Justo Fairtrade (relevancia generacional)*, video de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). <https://youtu.be/S4CN7yfQ12k> [fecha de consulta: mayo de 2017].

- ____ (2018b), *Banelino – República Dominicana*, video de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). <https://youtu.be/I5XoS-Z6Pa8Q> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- CNCJ-Perú (2010), *Banelino – Entrevista a Marike de Peña*, video de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Perú. <https://youtu.be/r7Jr2ju-9f6Y> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Coscione, M. y Mulder, N. (editores) (2017), *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Santiago de Chile y Santa Tecla (El Salvador), CEPAL y CLAC.
- Coscione, M. (2011), *Comercio Justo en la República Dominicana: café, cacao y banano*. Santo Domingo, Funglode.
- Costantino, M. (2013), “Fair Trade impact and the price fetish”, Working Papers 122. Forlì (Italia), AICCON.
- Cosurca (2015), *Video Institucional*. <https://www.youtube.com/watch?v=KMDf8r3w5QM&t=218s> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- ____ (2010), *Plan Estratégico Cosurca 2011-2019*. Timbío (Colombia), Cosurca.
- Darko, E. et al. (2017), *The impact of Fairtrade. A review of research evidence 2009-2015*. Londres, Overseas Development Institute (ODI).
- Díaz Herrera, R. et al. (2011), *Estudio de Factibilidad para fabricar y comercializar chips de banano y banano revestido de chocolate, en las Provincias de Azua, Montecristi y Valverde*, Programa Conjunto para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor del Banano Mediante el Crecimiento de Mercados Inclusivos (Proyecto FAO UNJP/DOM/013/SPA). Santo Domingo, Instituto de Innovación en Biotecnología e Industrias.
- Duval, L. (2007), *Estudio de los efectos y del impacto del comercio justo certificado en el Perú y en República Dominicana. Estudio de la organización de productores COCLA, Perú – Síntesis*, estudio comisionado por Max Havelaar France. Auzeville (Francia), Oréade-Brèche.
- El Espectador (2018, 29 de mayo), “El café de Cauca en manos de los jóvenes”. Bogotá, El Espectador. <https://colombia2020.elespectador.com/territorio/el-cafe-de-cauca-en-manos-de-los-jovenes> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- El Tiempo (2004, 31 de marzo), “Cosurca refuerza exportaciones”. Bogotá, Archivo Redacción El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1574468> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Fairtrade International (2017), “Indicadores OPP para el número medio de trabajadores y para tamaño de la finca”. Bonn, Fairtrade International. https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2017-08-01_SPO_Indicator_table_SP.pdf [fecha de consulta: julio de 2017].
- ____ (2015), *Journeys to change. Fairtrade Theory of change. Version 2.0*. Bonn, Fairtrade International, https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/1612-Fairtrade_Theory_of_Change.pdf [fecha de consulta: mayo de 2018].
- ____ (2011), *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores. Versión actual: 01.05.2011 v 1.5*. Bonn, Fairtrade International, https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/SPO_SP.pdf [fecha de consulta: mayo de 2018].
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2017a), *Producción de banano orgánico en la República Dominicana*, Secretaría del Foro Mundial Bananero, Colección de Buenas Prácticas, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma, FAO.
- ____ (2017b), *Trabajadores migrantes en la industria bananera*, Secretaría del Foro Mundial Bananero,

- ro, Colección de Buenas Prácticas, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma, FAO.
- (2017c), *Comités de mujeres en la industria bananera*, Secretaría del Foro Mundial Bananero, Colección de Buenas Prácticas, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma, FAO.
- FLO-CERT (2017), *Lista pública de Criterios de Cumplimiento - Organizaciones de pequeños productores*. Bonn, FLO-CERT. https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/08/Organizaciones-de-peque%C3%B1os-productores_CriteriosDeCumplimiento_es-1.pdf [fecha de consulta: mayo de 2018].
- (2014), “Trabajadores migrantes en la República Dominicana Política para Organizaciones de Pequeños Productores y Empresas de Trabajo Contratado”. Documento explicativo, Válido desde: 02/10/2014, Distribución: Pública. Bonn, FLO-CERT.
- Funglode (2011), *Experiencias dominicanas de Comercio Justo y sus aportaciones al desarrollo local*, video de la Fundación Global Democracia y Desarrollo. Santo Domingo, Funglode. https://youtu.be/adA_bejqaAE [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Gobernación del Cauca (2015), *Plan Departamental de Desarrollo 2016 – 2019 “Cauca, Territorio de Paz”*. Popayán, Gobernación del Cauca. <http://www.cauca.gov.co/informes/plan-de-desarrollo-cauca-territorio-de-paz-2016-2019> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- IDEAS y CLAC (2016), *Soberanía Alimentaria. La voz de los pequeños productores 2016*. Villafranca de Córdoba (España), IDEAS. <http://ideas.coop/wp-content/uploads/2016/10/cambioclimaticoweb.pdf> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Inter-American Foundation (IAF) (2017), *COSURCA: Sowing Peace in Colombia*, video de la Inter-American Foundation. <https://www.youtube.com/watch?v=ewUzB3MkheA> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Liu, P. (2009), *La certificación en la cadena de valor de las frutas frescas. El ejemplo de la industria del banano*, Servicios de políticas comerciales, División de Comercio y Mercados, FAO. Roma, FAO. <http://www.fao.org/3/a-i0529s.pdf> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- López, Y. (2015), “Banelino y el ‘arte’ de producir banano orgánico”, Revista Online AmoAmao, República Dominicana. <http://amoamao.net/web-site/?p=8332> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Martínez, J. M. et al. (2009), *Línea de base sobre condiciones económicas, salud, educación y prácticas medioambientales de productores, trabajadores, hogares y escolares de las comunidades*, Santo Domingo, Banelino Misión Rural e INCODER (2012), *Un modelo cooperativo como estrategia para la Zona de desarrollo empresarial La Primavera – Vichada*, Convenio. 00637 - de 2011. Bogotá, INCODER - CORPORACIÓN LATINOAMERICANA MISIÓN RURAL <http://www.misionrural.net/fscommand/zde.pdf> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Misión Tierra Territorios (2011), *Cosurca, en entrevista para Misión Tierra Territorios*. Bogotá, Corporación Latinoamericana Misión Rural. <https://www.youtube.com/watch?v=LIV8yhUuvKY&t=13s> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2011), *Programa Conjunto para el “Fortalecimiento de la cadena de valor del banano mediante el crecimiento de mercados inclusivos”, Resumen Ejecutivo de Evaluación Intermedia*, Organización Internacional del Trabajo. Santo Domingo, OIT.
- Patron, C. (2009), *Comercio Justo en República Dominicana (2)*, Video de Max Havelaar France por FLO International. Disponible en: <https://youtu.be/57uxh5gZLEw> <https://www.youtube.com/>

- watch?v=57uxh5gZLEw [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Peña y Peña, R. (2010), *Diagnóstico sobre la educación formal y los niveles de instrucción de los beneficiarios del PC Banano*, Segundo Producto Necesidades de Capacitación de la Consultoría Nacional para Identificar y Diseñar un Programa de Capacitación Formal a Beneficiarios del Pc Banano. Contrato Cnc-Pnud-Pc Banano-003. Santo Domingo, Consejo Nacional de Competitividad.
- Prada Páez, A. (2015), *Procesos de identificación de lo campesino y lo caucano en la Cooperativa del Sur del Cauca (COSURCA). Estudio de caso de una organización campesina*, Trabajo de grado, Carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
- Suyusama, et al. (2014), *Experiencias significativas. Región Macizo – Alto Paña*. Pasto (Colombia), Comisión Europea, Departamento para la Prosperidad Social – DPS, Programa Suyusama.
- ____ (2013), *Proceso Estratégico Territorial Economías Propias. Sistematización experiencias COSURCA – AS-PHONAR*. Pasto (Colombia), Comisión Europea, Departamento para la Prosperidad Social – DPS, Programa Suyusama.
- TEGUT (2017), “Bio-Bananen für bessere Lebensbedingungen”. <https://www.tegut.com/aktuell/artikel/tegut-fairbindet-bio-bananen.html> [fecha de consulta: junio de 2017].
- Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA) (2015), “Proyectos - Distribución de la propiedad rural, Socialización de resultados técnicos UPRA”, Presentación en la Jornada de inducción y reinducción, Rendición de cuentas permanente de la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria. Bogotá, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. <http://www.upra.gov.co/documents/10184/23342/Proyectos+Distribuci%C3%B3n+de+la+Propiedad+de+la+propiedad.pdf/d78e382c-77ac-4d60-9cfd-da42fb5be8b9> [fecha de consulta: mayo de 2017].
- Vagneron, I. y Roquigny, S. (2010), “What do we really know about the impact of fair trade? A synthesis”. París, Plateforme pour le commerce équitable (PFCE).
- Vásquez Perdomo, Á. et al. (2011), *Estudio de Factibilidad para Fabricación y Comercialización de Harina de Banano, en las Provincias de Azua, Montecristi y Valverde*, Programa Conjunto para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor del Banano Mediante el Crecimiento de Mercados Inclusivos (Proyecto FAO UNJP/DOM/013/SPA). Santo Domingo, Instituto de Innovación en Biotecnología e Industrias.
- Zarioh, N. (2007), *Análisis del impacto del Comercio Justo en República Dominicana. Estudio en la organización de productores BANELINO – Síntesis*, estudio comisionado por Max Havelaar France. Auzeville (Francia), Oréade-Brèche.

Entrevistas realizadas

Álvarez, Yohanna (2018), coordinadora de la plataforma de servicios laborales y migratorios de Banelino. 26 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Angulo Velasco, Lupercio (2018), responsable del Departamento de Gestión y Cooperación Solidaria de Cosurca. 14 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Ante Campo, Carolina (2018), secretaria general de Cosurca y ExpoCosurca. 14 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Ausecha Chaux, René (2018), gerente general de Cosurca y ExpoCosurca. 12 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Ausecha Garzón, Diana Milena (2018), productora de Asprosi. 14 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Bastidas, Rigoberto (2018), auxiliar de tesorería de Cosurca. 14 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Bello Flor, Melfi María (2018), productora socia de Asocamp. 12 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Cabrera, Mercedito (2018), productor de la unidad productiva San Isidro, socio de Banelino. 28 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Delacruz Muñoz, Denys Omar (2018), funcionario municipal de la alcaldía de Patía; secretario del consejo de administración de Cosurca y presidente de la junta directiva de ExpoCosurca. 12 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Gandini, Gustavo (2018), responsable del departamento de agricultura orgánica, biodiversidad y medio ambiente de Banelino. 25 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Genao, María (2018), productora de la unidad Juliana Jaramillo. 25 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Gómez, Olga María (2018), profesora universitaria y consultora en Cosurca para el proyecto Unicaminos. 12 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Gómez, Rosalba (2018), oficial *Fairtrade* y responsable del Programa Social y Medioambiental en Banelino. 25 y 26 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Grupo Focal Banelino (2018), entrevista grupal con productores socios de Banelino. 27 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Grupo Focal Cosurca (2018), entrevista grupal con productores socios de Cosurca. 13 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Jiménez, Luis (2018), productor y representante legal de Asoproa. 12 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Ledezma, Adonay (2018), productor, representante legal de Asprosi y presidente del Consejo de Administración de Cosurca. 12 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Ledezma Ausecha, Yohan Jarvy (2018), facilitador técnico y joven productor socio de Asprosi. 14 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

López, Domingo (2018), subdirector ejecutivo de Banelino. 26 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Magín Papamija, Ana Ilia (2018), productora, integrante del consejo de administración de Asprosur y de Cosurca. 15 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Medrano, Gleidys (2018), hija de productor socio de Banelino y participante del Comité Pro Jóvenes de Banelino. 27 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Núñez Álvarez, Concepción (2018), productora de la unidad Juliana Jaramillo, socia fundadora de Banelino. 25 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Núñez, Patricia (2018), hija de productor socio de Banelino. 27 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Papamija, Ruber (2018), técnico de Cosurca, responsable de los controles internos para la certificación *Fairtrade*. 11 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Peña, Élido (2018), productor de la unidad Juliana Jaramillo, socio de Banelino. 25 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Pérez Gómez, José Abigail (2018), productor de la unidad Ámina, socio de Banelino. 25 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Pichardo, Yahaira (2018), coordinadora de capacitaciones en el departamento social y medioambiental de Banelino. 26 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Rodríguez, Rossaly (2018), directora médico del centro de salud de Banelino. 28 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Rodríguez, Freddy Jesús (2018), nieto de productor socio de Banelino. 27 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Runneboom de Peña, Marike (2018), directora ejecutiva de Banelino. 25 y 28 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Sánchez, Roberto (2018), productor y vicepresidente de la Junta Directiva de Banelino. 28 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Tejeda, Carlos (2018), hijo de productor socio de Banelino. 27 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Trabajadores (2018), Emanio, Najasse y Mikellange. 25 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Urbano, Freddy (2018), técnico de Cosurca, coordinador comercial de Cosurca. 11 de junio, Timbío, Cauca, Colombia.

Vargas, Elba (2018), directora de la escuela Tierra Fría Afuera, patrocinada por Banelino. 28 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Vargas, Carmen (2018), madre fundadora y presidenta de la Asociación de Padres del IDENE. 26 de junio, Mao, Valverde, República Dominicana.

Anexo

Fairtrade: principales estándares sociales para organizaciones de pequeños productores, considerados en las entrevistas

A partir del	Tipología *	Criterio y consideraciones
TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO		
Año 0	B (M)	3.3.5 Usted y los miembros de su organización no deben emplear trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión. Debe explicarles esto a todos los trabajadores.
TRABAJO INFANTIL Y PROTECCIÓN DE LA INFANCIA		
Año 0	B (M)	3.3.7 Usted y los miembros de su organización no deben emplear a menores de 15 años o menores de la edad definida por la legislación local, la que sea más alta.
Año 0	B	3.3.8 Los hijos menores de 15 años de los miembros pueden ayudarlos en sus fincas bajo estrictas condiciones: usted debe asegurarse de que trabajan sólo después de la escuela o durante los días festivos, que el trabajo que hagan sea apropiado para su edad y condición física, que no trabajen jornadas largas y/o bajo condiciones peligrosas o de explotación y que sus padres o tutores los supervisen y orienten.
Año 0	B	3.3.9 Usted y los miembros de su organización no deben someter a los trabajadores menores de 18 años a ningún tipo de trabajo que, por su naturaleza o las circunstancias en que se lleva a cabo pueda poner en peligro su salud, seguridad o moralidad y su asistencia a la escuela.
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA		
Año 0	B (M)	3.3.12 Usted y los miembros de su organización deben asegurarse de que todos los trabajadores son libres de afiliarse a una organización de trabajadores de su elección y que los trabajadores son libres de participar en las negociaciones del grupo sobre sus condiciones de trabajo. En la práctica, no se deben negar estos derechos. Usted no debe haberse opuesto a estos derechos en los últimos dos años.
Año 0	B	3.3.13 Usted y los miembros de su organización deben permitir a los sindicatos sin sede en la organización tener acceso a los trabajadores y compartir información con los mismos. Usted no debe interferir en estas reuniones.
Año 3	D	3.3.15 Si no hay ningún sindicato activo y reconocido en su área, si los sindicatos están prohibidos por la ley o si los sindicatos son dirigidos por el gobierno y no por los miembros, entonces usted y los miembros de su organización que emplean a un número significativo de trabajadores deben fomentar que los trabajadores elijan democráticamente a su organización de trabajadores. La organización de trabajadores representará a los trabajadores en sus negociaciones con usted para defender sus intereses.
CONDICIONES DE EMPLEO		
Año 0	B (M)	3.3.17 Usted y los miembros de su organización deben fijar los salarios para los trabajadores de acuerdo a la normativa del CCT (Convenio Colectivo de Trabajo) cuando exista, o a un salario promedio, o al nivel del salario mínimo oficial para ocupaciones similares, el que sea superior. Usted debe especificar los salarios para todas las funciones de los empleados.

Fairtrade: principales estándares sociales para organizaciones de pequeños productores, considerados en las entrevistas

A partir del	Tipología *	Criterio y consideraciones
Año 0	B (M)	3.3.18 Para los casos de remuneración basada en la producción, cuotas, o la remuneración a destajo, durante la jornada laboral normal, usted y los miembros de su organización deben pagar el salario mínimo proporcional o la media de la industria relevante, la que sea superior. La información sobre este tipo de pago debe estar disponible para todos los trabajadores y las organizaciones de trabajadores. En los casos de trabajo a destajo, el trabajador debe concordar con que el pago sea justo y usted y los miembros de su organización deben hacer transparente el método de cálculo y al alcance del trabajador. Usted y los miembros de su organización no deben utilizar el empleo remunerado basado en la producción, cuotas, o la remuneración a destajo, como medio para evitar el establecimiento de contratos basados en tiempo y no en producción.
Año 3	D	3.3.21 Usted y los miembros de su organización deben tener para todos los trabajadores permanentes un contrato de trabajo legal vinculante por escrito que incluya por lo menos lo siguiente: las obligaciones del trabajo relacionados al puesto, la protección al trabajador en caso de la pérdida de salario en caso de enfermedad, la incapacidad por accidente, y un tiempo de notificación previa para la disolución del contrato que es el mismo plazo del empleador.
Año 3	D	3.3.23 Usted y los miembros de su organización deben incrementar gradualmente los salarios, superiores a la media regional y al salario mínimo oficial.
Año 6	D	3.3.25 Usted y los miembros de su organización deben otorgar a los trabajadores de temporada, permanentes, locales y migrantes, los mismos beneficios y condiciones de empleo equivalentes por el mismo trabajo realizado. De no ser posible, usted y los miembros de su organización deben proporcionar una alternativa y beneficio equivalente.
SALUD Y SEGURIDAD LABORAL		
Año 0	B (M)	3.3.27 Usted y los miembros de su organización deben realizar en forma segura los procesos de trabajo, así como también deben ser seguros los lugares de trabajo y el equipo en el lugar de la producción.
Año 0	B (M)	3.3.28 Las siguientes personas no deben desempeñar tareas de trabajo potencialmente peligroso: menores de 18 años, mujeres embarazadas o en periodo de lactancia, personas con alteraciones mentales que incapacitan, personas con enfermedades crónicas, hepáticas o renales, y personas con enfermedades respiratorias.

Fairtrade: principales estándares sociales para organizaciones de pequeños productores, considerados en las entrevistas

A partir del	Tipología *	Criterio y consideraciones
Año 3	B	3.3.34 Cuando usted efectúe trabajo peligroso, usted y los miembros de su organización deben exponer claramente en un sitio visible en el lugar de trabajo toda la información, instrucciones de seguridad, intervalos de reentrada y recomendaciones higiénicas, en el idioma o los idiomas locales y con pictogramas.
Año 3	B	3.3.35 Usted y los miembros de su organización deben proporcionar y pagar por equipo personal de protección para todos los trabajadores que realizan trabajo peligroso. Usted debe asegurarse de que el equipo de protección personal se utiliza y que su reposición se encarga y distribuye a su debido tiempo.
4.1 POTENCIAL DE DESARROLLO		
Año 1	B	4.1.1 Usted debe planificar y documentar por lo menos una actividad con la intención de promover el progreso de su negocio, organización, miembros, trabajadores, comunidad y/o ambiente. El plan se denomina el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade.
Año 1	B	4.1.2 Usted debe incluir todas las actividades que han planificado financiar con la Prima de Comercio Justo Fairtrade en el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade antes de implementar las actividades.
Año 1	B (M)	4.1.3 Antes de implementar el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade, usted debe presentarlo a la Asamblea General para su aprobación. Usted debe documentar sus decisiones.
Año 1	B	4.1.4 Usted debe tener un sistema contable que realice un seguimiento preciso de los gastos del Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade, y en particular identifique de forma transparente la Prima de Comercio Justo Fairtrade. Usted debe poder demostrar que la Prima Comercio Justo Fairtrade se usa siguiendo las normas apropiadas.
Año 6	D	4.1.9 Usted debe tener una actividad en su Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade para mantener o mejorar las prácticas de producción sostenibles dentro de su ecosistema.
Año 6	D	4.1.10 Usted debe diseñar y empezar a implementar un proceso para recopilar y analizar las necesidades de desarrollo en su organización.
4.2 DEMOCRACIA, PARTICIPACIÓN Y TRANSPARENCIA		
Año 0	B (M)	4.2.1 La estructura de su organización debe tener: - una Asamblea General como el cuerpo decisorio supremo dónde todas las decisiones principales son discutidas y tomadas - igual derecho de voto para todos los miembros en la Asamblea General - un Consejo elegido en elecciones libres, justas y transparentes

Fairtrade: principales estándares sociales para organizaciones de pequeños productores, considerados en las entrevistas

A partir del	Tipología *	Criterio y consideraciones
Año 0	B	4.2.3 Usted debe seguir sus propias reglas y regulaciones, tales como la constitución, los estatutos y las políticas internas incluyendo las de los procesos electorales y de admisión y un sistema de delegados (si procede).
Año 0	B	4.2.8 Usted debe tener una administración en funcionamiento con al menos una persona o comité responsable del manejo de la administración y contabilidad.
Año 0	B	4.2.10 Usted debe tener una cuenta bancaria con más de un signatario, a menos que esto último sea imposible. Si usted es una organización de 2º o 3er grado, debe tener una cuenta bancaria activa registrada su nombre. Si la Prima Fairtrade es traspasada al nivel de las organizaciones miembros, las organizaciones miembros individuales deben tener cuantas bancarias activas registradas a su nombre.
Año 3	D	4.2.11 Usted debe explicar a sus miembros las formas en las que pueden participar en la organización, para que puedan tener más control sobre ella.
Año 3	D	4.2.13 Usted debe compartir los resultados de auditoría con sus miembros, en un formato y lenguaje que sea accesible para ellos.
4.3 NO DISCRIMINACIÓN		
Año 0	B (M)	4.3.1 Usted no debe discriminar a miembros o restringir la afiliación de nuevos miembros por motivos de raza, color, género, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, estatus HIV/SIDA, religión, opinión política, idioma, propiedades, nacionalidad, etnicidad u origen social. Usted no debe discriminar en relación a la participación, derecho a voto, derecho a ser elegido, acceso a los mercados, acceso a capacitación, apoyo técnico o cualquier otro beneficio para los miembros.
Año 3	D	4.3.3 Usted debe identificar a los grupos minoritarios/desfavorecidos dentro de su organización de acuerdo a por ejemplo, género, edad, ingreso o superficie de tierra.
Año 6	D	4.3.4 Usted debe tener programas funcionando relacionados a los grupos minoritarios/desfavorecidos identificados para mejorar su posición social y económica en su organización.

Notas: * B = Criterio básico; D = Criterio en desarrollo; M = Criterio mayor (el incumplimiento con un criterio de cumplimiento mayor puede llevar a sanciones de certificación). El criterio “mayor” según la denominación de la certificación Flo-Cert.

Fuente: Fairtrade International (2011), *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores*. Versión actual: 01.05.2011 v 1.5, Bonn, Fairtrade International.

