



Labañou Solidaria

DIAGNÓSTICO INICIAL PARA EL INGRESO DE LAS ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES Y Y PEQUEÑAS PRODUCTORAS DEL VALLE DE SAN MIGUEL EN MERCADOS DE ALTA RENTABILIDAD

(Comercio Justo y Orgánico)

CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN DE LA IDENTIFICACIÓN

El objetivo de de esta fase es el de recoger la información necesaria para poder tomar las decisiones iniciales sobre una intervención que tenga efectos en el impulso del desarrollo económico local. Se realiza este diagnóstico inicial tras la visita de una primera expedición de la Asociación Labañou Solidaria ONGD (de aquí en adelante LS) en Mayo del 2010 en la que la población de San Miguel hizo una demanda expresa a nuestra organización para que prestásemos apoyo en la introducción al mercado del Comercio Justo (de aquí en adelante CJ). Durante este último año ha sido el Ing. Sulpicio Flores, representante legal en el Perú de L.S., el encargado de identificar y contactar personas y organizaciones relevantes en la zona con las que trabajar y establecer relaciones de colaboración.

En la expedición de este Octubre de 2011 el equipo de LS dispone de una técnica especializada en el mercado del CJ para realizar este diagnóstico inicial, la Lic. Lucía Vázquez. En este diagnóstico se ofrece la recogida de datos realizada hasta ahora tanto desde España como en terreno para su posterior valoración a la hora del diseño de una intervención.

METODOLOGÍA

Desde España y Perú el personal técnico de L.S llevó a cabo una investigación previa de la situación del mercado actual en Perú y de las reglas que lo conforman, identificando además las personas y organizaciones relevantes que se conforman como actores territoriales y grupos de interés de los que obtener información de calidad.

El Ing. Sulpicio Flores realizó varias vistas a la cuenca de San Miguel a lo largo de este año identificando líderes de las asociaciones y realizando unos breves cuestionarios para conocer el estado organizativo de las asociaciones presentes en la zona y su adecuación a las exigencias del CJ.

Se llevaron a cabo cinco entrevistas en profundidad después del trabajo realizado por el Ing. Sulpicio Flores:

- En primer lugar se estableció comunicación vía mail y Skype con el Sr. Emilio Rojas, Oficial de Enlace del Sello de CJ (FLO) en Perú. Esta organización, FLO (Fairtrade Labelling Organization) se encarga de informar a las asociaciones acerca de los requisitos y gestiona el proceso de certificación.
- Se realizaron dos entrevistas (Jueves 13 y Viernes 14 de Octubre de 2011) en profundidad con el Sr. Dante Muriel de la Cooperativa Incahuasi, ambas en Cusco.
- Se llevó a cabo otra entrevista en profundidad con el Sr. Manuel Echegaray de COCLA el Viernes 21 de Octubre de 2011 en la sede de Quillatours en Quillabamba.
- Asimismo se ha realizado una visita y entrevista a la gerente de la Hacienda Potreros, la Ing. Gloria Coronado
- Se ha realizado un encuentro con productores y productoras del Valle de San Miguel el día Lunes 24 de Octubre de 2011 en la localidad de Yuveni. Se destaca la presencia de 60 personas, mujeres y hombres representantes de todas las asociaciones y sectores del valle.
- Los días 25 y 26 de Octubre de 2011 se realizaron 9 visitas a diferentes líderes y familias productoras de distintos sectores a lo largo del valle para conducir entrevistas semi-estructuradas.

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

A través de la recogida de información primaria y secundaria realizada antes y después de la visita a San Miguel se han identificado las necesidades fundamentales en la que se exige mayor esfuerzo.

Por un lado el CJ requiere que las organizaciones de pequeños y pequeñas productoras que quieren introducirse al CJ tienen que tener un nivel de organización adecuado que permita a

largo plazo realizar actividades de exportación por sí mismas o a través de otras cooperativas de 2º grado. Asimismo estas organizaciones han de cumplir una serie de requisitos de transparencia, democracia, equidad de género en la participación y gestión que serán auditados para alcanzar la certificación.

En segundo lugar el mercado del CJ requiere un alto nivel de calidad del producto que cubra las exigencias de los mercados internacionales. En muchos casos los cafés certificados en CJ y para el mercado orgánico participan también de la cualificación como cafés gourmet, o cafés especiales como el café Femenino es accediendo así a los mercados de mayor rentabilidad.

Respecto al primer punto el valle de San Miguel cuenta una Central de Asociaciones a la que pertenecen 24 asociaciones de pequeños y pequeñas productoras, de las que sólo 3 están legalizadas a pesar de que existe un paquete municipal para estimular la comercialización que pretende fortalecer y legalizar las organizaciones hasta Junio del 2012. Se requiere un trabajo previo de sensibilización orientado a fomentar y mejorar el asociacionismo para contrarrestar tendencias del mercado que en los últimos años han debilitado este espíritu, así como para establecer el grado de compromiso de las familias a la hora de asumir el proceso de certificación.

Con respecto al segundo punto el territorio es muy rico en recursos naturales y tiene gran tradición en el cultivo del café, del que se dispone en cantidad y calidad. Los mayores problemas que se han detectado en este campo tienen que ver con la post-cosecha. Es necesario un trabajo de sensibilización sobre la importancia de mantener la calidad a lo largo de todo el proceso productivo para impedir que se malogren los frutos de un año de trabajo por una mala gestión de la post-cosecha, exige además un trabajo técnico orientado a contrarrestar esta problemática de la que es fácil salir con las herramientas y recursos físicos adecuados.

A continuación se muestra una análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

Debilidades

1. Las organizaciones presentes en os diferentes sectores siguen siendo débiles. Por su parte la Central de Productores tampoco está fortalecida y su Junta Directiva adolece de falta de legitimidad entre los socios y socias.
2. El espíritu de cooperativismo y asociacionismo se ha visto afectado por diferentes dinámicas. Los propios socios y socias de las organizaciones desconfían de éstas, se destaca como consecuencia de este problema una falta de lealtad hacia sus propias organizaciones y una falta de trabajo conjunto. Los socios y socias han desarrollado

una actitud pasiva aportando trabajo a las cooperativas y asociaciones y no utilizan los canales de queja adecuados para motivar un cambio en éstas.

3. Existe una falta notable de formación en negocios y se ha descuidado la formación y atracción de líderes jóvenes, tanto hombres como mujeres que se preparen para asumir tales tareas.
4. A pesar de que algunas familias productoras ya han trabajado en el mercado del CJ a través de otras cooperativas desconocen prácticamente el funcionamiento y ventajas de este mercado. En muchos casos por la actitud pasiva mencionada anteriormente pero en la mayor parte porque no se les ha proporcionado la información necesaria por parte de estas cooperativas intermediarias.
5. Se descuida de manera notable el trabajo de la post-cosecha, arruinando en parte el trabajo realizado en la cosecha. Las facilidades de procesamiento se encuentran en las explotaciones familiares con lo que detraen tiempo de otras actividades y su gestión no es uniforme. Asimismo existe una dejadez en los trabajos previos a la cosecha como podas y renovación de plantones.
6. A pesar de que algunas familias trabajan con certificación orgánica ésta requiere el uso de insumos externos por lo que las variaciones en el precio de éstos puede dificultar la sostenibilidad de estas prácticas, de acuerdo a nuestro experto el Ing. Sulpicio Flores la agroecología soluciona estos problemas de dependencia y es en cualquier caso superior al rendimiento orgánico.
7. Las organizaciones están descapitalizadas para asumir los costes de transacción para introducirse a este mercado: instalaciones de procesamiento, mejora técnica de los cultivos, costes de certificación y de contratación de personal técnico que organice el proceso, etc.

Fortalezas

1. El hartazgo de los pequeños y pequeñas productoras tanto del funcionamiento de sus propias asociaciones como de la vulnerabilidad a la que les somete el mercado convencional del café, puede ser punto de inicio para un trabajo de sensibilización que promueva el cambio hacia dentro de sus propias asociaciones y a nivel interno motivándoles a tomar un rol más activo que fortalezca el funcionamiento de éstas aportando más trabajo así como recuperando el espíritu de colaboración y asociacionismo, necesario para la consecución del éxito en esta iniciativa.
2. Se ha demostrado una buena disposición e interés por conocer las posibilidades de introducirse a este mercado ya que a la reunión organizada por LS acudieron

mujeres y hombres representantes de todos los sectores a pesar de ser un día laborable.

3. El valle dispone de buen café de buena calidad aunque existe una división entre el café de playa de menor calidad, aunque también bueno, y el café de altura de mucha mejor calidad, pudiéndose especializar a largo plazo en la producción de frutas tropicales y cacao en playa y rentabilizando el café de mejor calidad que se da en la parte alta.
4. En ocasiones han tenido rendimientos muy elevados, cercanos al 85%, con lo que habría que enfocar los trabajos a recuperar esas experiencias y fortalecer su extensión.
5. Sus propios vecinos y vecinas del valle de Incahuasi han realizado con notable éxito el proceso de introducción al CJ y ya están disfrutando del impacto positivo de éste en su nivel de vida. Es muy importante poder contar con estas experiencias en su mismo distrito pero sobre todo es relevante la oferta que ha realizado la propia Cooperativa de Incahuasi de actuar como guía y apoyo para que las familias productoras del valle de San Miguel emprendan su propio camino.
6. Los problemas relacionados con el trabajo previo a la cosecha pueden tener solución con una adecuada asistencia técnica de los programas que están o pueden ponerse en funcionamiento por parte de la administración o con el establecimiento de Escuelas de Campo. Asimismo la pérdida de calidad asociada a la post-cosecha es fácilmente superable si el acopio se realiza en cerezo y se establecen una o más plantas de beneficio colectivo con personal especializado para este trabajo. Durante la recogida de información se nos ha informado que a través de FONDOEMPLEO ya existen liberados unos fondos para el levantamiento de dichas plantas aunque no tenemos confirmación de este supuesto.

Amenazas

1. Hemos evidenciado en estas visitas un hecho que nos genera preocupación y que pone en peligro el planteamiento de una estrategia para el desarrollo rural sostenible y equitativo en esta zona. La población comienza a perder interés y desvincularse de los trabajos agrarios por la tendencia natural de las sociedades modernas. A nuestro juicio esta desafección ha de ser revertida si queremos trabajar a favor de la seguridad alimentaria y la conservación de la biodiversidad. En otro orden de cosas existe un factor determinante que contribuye a acelerar y agravar este proceso: la administración local dispone ahora de fondos derivados del canon gasífero para ejecutar obras públicas que están detrayendo fuerza de trabajo del campo ya que

ofrecen salarios más altos que los generados en las actividades agrarias. Consideramos necesario un trabajo de sensibilización tanto hacia las administraciones como hacia la propia población para contrarrestar esta tendencia enfocándolo sobre todo a demostrar la eventualidad de ese tipo de contratación y de los peligros mencionados con anterioridad del abandono a largo plazo de la vida campesina.

2. Existen unos grupos de interés que afectan a la viabilidad de la propuesta por su capacidad de distraer la atención y el compromiso de la población hacia el mercado del CJ dirigiéndola de nuevo a los mercados convencionales. Actores como los intermediarios y los grandes compradores pueden estratégicamente inflar artificialmente los precios que pagan por el café para combatir el asociacionismo y una vez destruido éste, cuando los productores y productoras sean considerados de forma individual y su poder de negociación sea casi nulo podrán de nuevo bajar los precios aumentando su vulnerabilidad a los vaivenes del mercado. Es reseñable además la poca apuesta por la calidad que tienen estos mismos actores con lo que su actuación puede incluso mermar los esfuerzos realizados en pro de la mejora productiva.
3. Una tercera amenaza es la no consecución de los fondos necesarios para sacar adelante la iniciativa. Puede ser necesario el levantamiento de nuevas infraestructuras, la contratación de personal técnico, cursos capacitación en mejora productiva, realización de pasantías y cubrir los costos iniciales de certificación, montos que en ningún caso puede asumir las organizaciones productivas ni la central de asociaciones.
4. Es posible que el mercado de CJ no pueda asumir la entrada de todos los productos, recordemos que la mayor parte de sus consumidores se encuentran en países que están siendo fuertemente azotados por la crisis económica, es importante pues poner en valor su compromiso y fidelidad al producto. En cualquier caso la mejora en la producción y en las propias organizaciones son siempre positivas y permitirán afrontar con más fuerza los vaivenes de cualquier mercado, dejando abiertos los mercados locales para los productos con marca de origen e incluso los mercados gourmet.

Oportunidades

1. En primer lugar hay que reconocer la experiencia que tiene el Perú en acceso a estos nichos de mercado, siendo el exportador número 1 de café de CJ a EEUU, e incrementando paulatinamente su proporción en otros mercados. Destaca asimismo como una sinergia muy positiva el reconocimiento del café Tunki como el mejor del

Mundo, lo que o hace sino incrementar el prestigio del café peruano. Se destaca también el éxito de las cooperativas de la Selva Central que enfocaron su trabajo en la capacitación tanto empresarial como en la producción desde la transparencia y un enfoque moderno. Existen por tanto una buena cantidad de referencias y experiencias exitosas en las que basarse.

2. El canon gasífero está poniendo a disposición de las autoridades de la zona fondos que pudieran ser utilizados para cubrir los costos antes mencionados.
3. Existen además otros programas como FONDOEMPLEO, VRAE y PROCOMPITE que puede ser beneficioso estudiar con más detenimiento.
4. Tenemos además constancia de la voluntad política por parte de la administración local para estimular la introducción a estos mercados de alta rentabilidad, que en conjunción con la colaboración de L.S. que pudiera estar en condiciones de aportar sus conocimientos técnicos en la asesoría para la incorporación plena de la mujer tal y como exige el CJ por el equipo que ha realizado el diagnóstico de género para la ONGD L.S, como en el acceso al mercado de CJ en la persona de su especialista la Lic. Lucía Vázquez así como en la mejora de la producción bajo parámetros de sostenibilidad en la persona del Ing. Sulpicio Flores.

CONCLUSIONES

Este es un primer análisis que se lleva a cabo tras la recogida de datos primarios y secundarios. En cualquier caso puede ser complementado con la formulación de un proyecto presentado en el que si se hagan referencias a las políticas y lineamientos nacionales en los que fundamentar la iniciativa en sí misma de cara a organismos financiadores y grupos de interés, así como autoridades y administraciones.

Fdo. Lic. Lucía Vázquez (lucia.vaz.uk@hotmail.com)