



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 46, noviembre 2003, pp. 265-289**

# **Impactos del comercio justo del vino. Tres casos de empresas colectivas de productores en Chile**

**Tonia Mori**  
**Marie-Claire Malo**  
HEC Montreal (Canadá)

*CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*  
ISSN: 0213-8093. © 2003 CIRIEC-España  
[www.ciriec.es](http://www.ciriec.es)    [www.uv.es/reciriec](http://www.uv.es/reciriec)

# Impactos del comercio justo del vino. Tres casos de empresas colectivas de productores en Chile

**Tonia Mori y  
Marie-Claire Malo**  
HEC Montreal (Canadá)

## RESUMEN

*La exportación de un producto terminado como el vino alcanza uno de los objetivos del comercio justo: que los países productores conserven el máximo de ganancias. Las autoras estudian tres empresas colectivas que forman parte del sector de vino justo: Los Robles, una cooperativa vinícola sexagenaria; El Corazón, una cooperativa que es miembro proveedor de Los Robles, y Sagrada Familia, una joven empresa colectiva presente en el mercado alternativo desde su fundación. Estas tres organizaciones son socias de la misma organización de comercio justo Oxfram-Wereldwinkels. Luego de presentar la relación con los pequeños viticultores, las autoras analizan las tres empresas precisando sus orígenes, su estructura directiva y sus cadenas de actividades generadoras de valor. Enseguida evalúan los impactos de ser parte del comercio justo. Después de constatar que estos impactos varían de un caso al otro, concluyen que el resultado del comercio justo está asociado a un ajustamiento mutuo y constante entre sus participantes. Indican también la importancia de la cooperación en los intercambios comerciales justos entre empresas del sur con el sur.*

**PALABRAS CLAVE:** Comercio justo, vino, empresa colectiva, impactos, productores, Los Robles, El Corazón, Sagrada Familia, Oxfram-Wereldwinkels, Chile.

**CLAVES ECONLIT:** D290, D630, P130, Q130.

## **Impacts du commerce équitable dans le secteur du vin. Le cas de trois entreprises collectives de producteurs au Chili**

**RÉSUMÉ:** L'exportation d'un produit transformé comme le vin rejoint l'un des objectifs du commerce équitable : celui de laisser le maximum de revenus aux pays producteurs. Les auteures ont étudié trois entreprises collectives chiliennes présentes dans le secteur du vin équitable : Los Robles, une coopérative viticole sexagénaire; El Corazon, une coopérative membre-fournisseur de Los Robles; Sagrada Familia, une jeune entreprise collective présente sur le marché alternatif depuis sa fondation. Ces trois organisations sont partenaires de la même organisation du commerce équitable : Oxfam-Wereldwinkels. Après avoir présenté le rapport aux petits viticulteurs, les auteures analysent les trois organisations en précisant leurs conditions d'émergence, leur structure de gouvernance et leur chaîne d'activités créatrice de valeur. Elles évaluent ensuite les impacts d'une appartenance au mouvement du commerce équitable. Après avoir constaté que ceux-ci varient d'un cas à l'autre, elles concluent que la performance du commerce équitable est reliée à un mutuel et continu ajustement entre les acteurs. Elles en appellent aussi à la coopération inter-entreprises dans les échanges équitables Sud-Sud et non seulement Nord-Sud.

**MOTS CLÉ:** commerce équitable, vin, entreprise collective, impacts, producteur, performance, Los Robles, El Corazon, Sagrada familia, Oxfam-Wereldwinkels, Chili.

## **Impacts of fair trade in the wine sector. The cases of three organizations that are part of the sector in Chile**

**ABSTRACT:** The export of finished products such as wine fulfils one of the objectives of fair trade which is to let the producing countries obtain maximum revenue. The authors studies three organizations that are part of the fair trade wine sector: Los Robles, a sexagenarian winemaking cooperative; El Corazón, a cooperative that is a providing member of Los Robles; Sagrada Familia, a relative young organization present in the alternative market from its foundation. These three organizations are associated with the same organization of fair trade: Oxfam-Wereldwinkels. After presenting the reality of wine-growers, the authors analyzed the three organizations by defining their emerging conditions, their governance structure and their value chain activities. They then evaluated the impacts of being part of the movement of fair trade. After finding that these impacts were different in each case, the authors concluded that the performance of fair trade was closely linked with a mutual relationship between the participants. Furthermore, the authors indicate the importance of cooperation in commercial fair trade not only between the North and South, but also within the organizations located in the South.

**KEY WORDS:** Fair Trade, Wine, cooperative, impacts, producers, Los Robles, El Corazón, Sagrada Familia, Oxfam-Wereldwinkels, performance, Chile.

## 1.- Introducción

El sector del vino justo es mucho menos estudiado que el del café equitativo, producto emblema del movimiento. Su investigación es por lo tanto pertinente, ya que al contrario del café, producto del cual la transformación (tostado) se lleva a cabo habitualmente en los países de Norteamérica, el vino resulta de una transformación (vinificación) realizada por los productores en Sudamérica. Ahora bien, la exportación de un producto terminado representa más ganancias que las de un producto no terminado, lo que alcanza uno de los objetivos del comercio justo, es decir, dejar el máximo de provecho a los países productores. El comercio justo persigue el desarrollo duradero de las comunidades locales de Sudamérica, en las que sus ciudadanos viven en condiciones precarias. Dado que el desarrollo de una comunidad pasa por el desarrollo local, la creación de empresas colectivas es apoyada por el movimiento justo.

Hemos estudiado tres agrupaciones de productores en Chile, Los Robles, El Corazón y Sagrada Familia, todas comprometidas en el sector del vino justo (tabla 1)<sup>1</sup>. Cada una es socio de la misma Organización de Comercio Justo (OCE por la expresión francesa: *Organisation du commerce équitable*) del norte: Oxfam-Wereldwinkels. Además la cooperativa El Corazón es uno de los miembros de la cooperativa Los Robles.

1.- La investigación se realizó con el apoyo financiero de los fondos del FQRSC (FCAR) en el contexto del proyecto "las configuraciones de la economía social y solidaria" y con una beca de investigación del Centro de estudios en administración internacional (CETAI) de HEC Montreal, otorgada a Tania Mori, para la recolección de datos en Chile. Tania Mori permaneció en Chile por 45 días, de los meses de abril a junio de 2002. Ella combinó la observación participativa y entrevistas con los presidentes de los consejos de administración, los directores generales, productores propietarios y proveedores de Los Robles, El Corazón y la Sagrada Familia, un corredor de uva, y también con pequeños viticultores independientes. Ella recaudó también documentos (reporte anual 2001 de Los Robles, reportes de Oxfam-Wereldwinkels relacionados a las visitas a sus socios chilenos, etc.)

**Tabla 1: Tres grupos de productores de Oxfam-Wereldwinkels**

Organización	Categoría	Edad (años)	Número de Propietarios	Total de hectáreas de viñedos	Pequeños viñedos
Los Robles (LR)	Cooperativa	63	68 miembros (incluyendo la cooperativa EC)	975,95	26,5% miembros poseen ~5 hectáreas cada uno
El Corazón (EC) (miembro de LR)	Cooperativa	37	35 miembros (4 en viticultura)	008,30	Cada viticultor posee ~2,1 hectáreas
Sagrada Familia (SF)	Sociedad de capital privado	6	16 socios	093,00	Cada viticultor posee ~4,5 hectáreas

Fuente : Reporte anual LR (2001), Documento interno SF (2001) y Oxfam-Wereldwinkels (1996),(2001).

Presentamos primero la realidad de los pequeños productores que están fuera del comercio justo. Luego analizamos cada empresa colectiva: su origen, su estructura directiva y su cadena de actividades generadoras de valor agregado. Enseguida, evaluamos el resultado del comercio justo en cada caso, a través del análisis de los impactos percibidos.

## 2.- Los pequeños productores fuera del segmento justo

En Chile, los agricultores que poseen un pequeño viñedo son numerosos. El mercado está, no obstante, dominado por algunas empresas grandes fundadas, según Del Pozo (1999), en la segunda mitad del siglo XIX. En los últimos 60 años, en Chile, estas empresas han pasado a tener una situación de casi monopolio de la producción y de la distribución del vino (Del Pozo, 1999). Aunque estas empresas poseen sus propios viñedos, ellas compran regularmente uvas complementarias a los viticultores independientes. Para proceder, las empresas recurren a un agente o "corredor de uva".

El estar relacionado con un corredor de uva ofrece muchas ventajas. Tal contrato permite disminuir la incertidumbre relativa a la venta de la cosecha del viticultor marginal. La uva es una materia prima frágil y perecedera que necesita ser procesada rápidamente. Sin embargo el corredor de uva se compromete a comprar al menos 80% de la producción del viticultor, esto algunos meses antes de

la vendimia. La situación del viticultor sin contrato es muy diferente. Sucede frecuentemente que el viticultor marginal procede a hacer la vendimia sin saber si podrá vender la cosecha, ni si las ganancias que recibirá serán superiores a los gastos recurridos.

Una colaboración contractual también permite mejorar la calidad de la producción del viticultor. Siendo que el corredor de uva se compromete a obtener materia prima de calidad para una gran empresa vinícola, él asegura esa calidad ofreciendo un servicio de asistencia técnica a lo largo del año. Por su parte, el viticultor sin contrato no se beneficia necesariamente de la asistencia de un técnico agrícola o enólogo, a pesar de que existe un programa gubernamental que subvenciona 70% de los gastos recurridos. En efecto, la mayoría de los viticultores marginales no pueden ni siquiera pagar los gastos que restan. Al no tener acceso a la capacitación y asesoría técnica para el cuidado de la viña, difícilmente pueden obtener una cosecha que corresponda a la calidad requerida en el mercado y apenas pueden conseguir un contrato con un corredor. De esta forma, el precio obtenido por sus uvas es relativamente bajo e inferior al precio medio del mercado.

Además de disminuir la incertidumbre relativa a la venta de su producción y de tener acceso a asistencia técnica que les permite mejorar la calidad de su cosecha, una tercera ventaja para los viticultores con contrato es la de beneficiarse de un anticipo en efectivo proveniente de la empresa privada. Este pago contribuye al dinero necesario para emprender la vendimia. Para un viticultor sin contrato, todos los gastos son afrontados individualmente. Todos los miembros de la familia trabajan en la vendimia sin saber que ganancia se obtendrá.

Aún si los contratos dan ventajas provechosas para el pequeño viticultor, éste no tiene ningún recurso a su favor si la empresa o el corredor de uva deciden no cumplir su compromiso. Además si el contrato estipula que al menos el 80% de la producción será comprada, el precio no se menciona nunca. Usualmente este precio es similar al vigente en el mercado. Pero, ciertas prácticas son utilizadas por las grandes empresas a fin de disminuir el precio de compra, entre ellas los rumores para crear competencia entre los productores y hacer caer los precios. Los pequeños productores, frecuentemente mal informados de la situación real de precios en el mercado, aceptan vender a un precio inferior, por miedo de no encontrar comprador. Finalmente el productor con contrato no es remunerado inmediatamente al momento de la venta, al igual que sucede con el "sin contrato". El pago se cancela por medio de 5 a 10 cuotas repartidas en el transcurso del año.

Si los pequeños productores que tienen contrato viven más fácilmente de la viticultura, su condición de sujeción es innegable. ¿Cuál es la situación de los que son proveedores no para una empresa privada, sino que para una empresa colectiva que les pertenece?

### 3.- La cooperativa Los Robles

Ubicada en el valle Curicó, la cooperativa Los Robles fue fundada el 22 de octubre de 1939, luego de uno de los más grandes terremotos que ha sacudido a Chile. La mayoría de los agricultores ubicados al sur de Santiago sufrieron grandes pérdidas. Un grupo de aproximadamente 150 productores agrícolas propietarios de viñedos totalizando 800 hectáreas, se asociaron para crear la Cooperativa Vitivinícola Los Robles. La necesidad de protegerse contra futuras catástrofes, pero sobretodo la necesidad de reconstruir y facilitar la viabilidad de sus explotación vinícolas, fue el origen de esta cooperativa que cuenta hoy día con más de 60 años. Los Robles tiene como finalidad promover el progreso del nivel económico, social y cultural de los agricultores y viticultores, orientándolos particularmente al desarrollo y mejoría económica de la viticultura y de la agricultura en general.

#### • La estructura de dirección y administración

La cooperativa está constituida por **68 miembros**. Destacándose por lo menos **cinco tipos** de miembros: una cooperativa de pequeños productores (El Corazón), empresas privadas, productores que poseen grandes viñedos, productores que poseen pequeños viñedos lo que constituye su actividad primordial, profesionales (abogados, administradores, etc.). Para estos últimos la explotación de un viñedo es una actividad suplementaria y no es su ocupación primordial. Dentro de los socios de la cooperativa, se encuentran pues miembros que no corresponden a la imagen del comercio justo, es decir la de reagrupar en el sur a campesinos marginales con pequeña producción.

El **consejo de administración** de la cooperativa Los Robles esta constituido por 12 miembros (9 titulares y 3 suplentes), elegidos por un periodo mínimo de tres años. El **comité ejecutivo** cuenta con un presidente, un primer vicepresidente un segundo vicepresidente y secretario. La cooperativa tiene también un **comité de vigilancia** formado por tres personas. Finalmente, entre la dirección y las operaciones, se encuentra un **equipo de administración** que cuenta con un gerente general, un gerente comercial, un gerente de administración y finanzas, un gerente de exportaciones, un sub-gerente de operaciones, un gerente adjunto de marketing y desde enero de 2002, un enólogo.

#### • “El vino justo”, la orientación estratégica

Los Robles es una de las raras cooperativas que pudo sobrevivir a los cortes drásticos de subvenciones gubernamentales que apoyan el desarrollo de cooperativas, tras la llegada al poder del general Pinochet en 1973. Para poder sobrevivir, la cooperativa tuvo que adaptarse a las reglas del

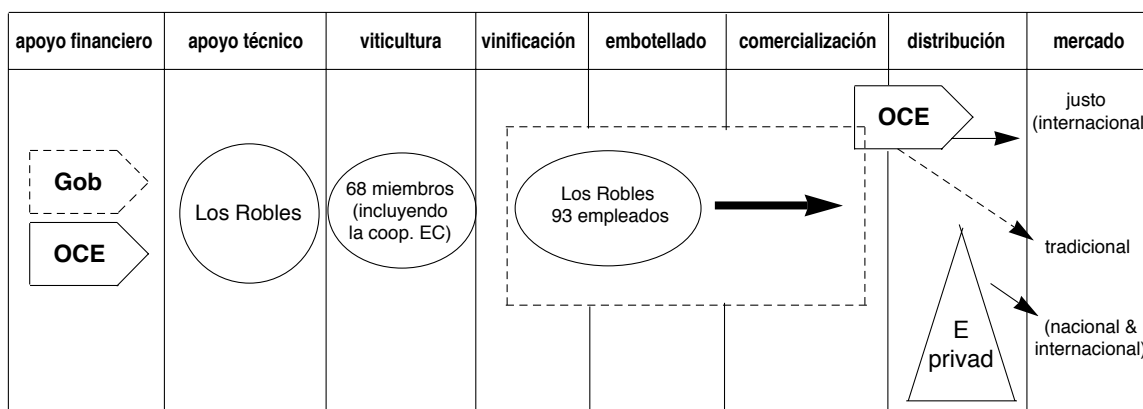
mercado, dejando a un lado sus aspiraciones sociales, para poder resultar más competitiva. Los vinos Robles, están presentes en el mercado equitativo desde 1992, año que marca el inicio de su asociación con Oxfam-Wereldwinkels (Bélgica) central compradora de las tiendas *Magasins du monde*. En esa época, la cooperativa enfrentaba serios problemas financieros. El principal objetivo de esta asociación con la organización de comercio justo (OCE) era sobre todo la consolidación financiera de la cooperativa.

En 1996, cuatro años después de la aparición de los vinos Los Robles en el comercio equitativo, Oxfam-Wereldwinkels comenzó una evaluación concienzuda de su socio con el objetivo de aplicar cuidadosamente los principios de comercio equitativo. Esta nueva preocupación se explica a raíz de la creciente notoriedad de los vinos Los Robles entre los consumidores europeos. El nivel creciente de ventas atestigua certeramente la calidad de los vinos Los Robles, pero el status cooperativo de Los Robles motiva también el interés, en la medida en que Oxfam-Wereldwinkels está convencido que el cooperativismo es la mejor forma de asegurar un desarrollo durable para los productores marginales. Por lo tanto, Oxfam-Wereldwinkels tiene a su propio interés el observar que las actividades de la cooperativa Los Robles contribuyan al desarrollo social y económico de sus miembros, de sus familias y de la comunidad. Para apoyar el cambio hacia los valores del comercio justo, Oxfam-Wereldwinkels contribuye con apoyo y asesoría para la cooperativa y la visita al menos dos veces por año.

• **La cadena de actividades generadoras de valor**

La cooperativa ha sido creada para la vinificación de las uvas cosechadas por sus miembros, la comercialización y exportación del vino y sus subproductos, la prestación de servicios enológicos así como todas las actividades relativas directa o indirectamente a la agricultura e la viticultura. La cadena de actividades generadoras de valor (figura 1) atestigua los avances en el cumplimiento de esta misión.

**Figura 1. La cadena de actividades / Los Robles**



Fuente: T. Mori et M.-C. Malo, *CRISES HEC Montreal*, 2002.



Los Robles se beneficia del **apoyo financiero** de la OCE Oxfam-Wereldwinkels por medio de una política de precio ventajoso que permite cubrir tanto los costos sociales y medioambientales como los costos de producción. Además, el pago del 50% de la mercadería con 30 días de anticipación encargada por Oxfam-Wereldwinkels permite a la cooperativa de tener acceso a un crédito gratuito que aumenta su solvencia para cubrir diversos gastos. Por otra parte la cooperativa recibe el apoyo del gobierno en forma de subvenciones gubernamentales.

Los miembros de la cooperativa son miembros proveedores ubicados en la cabecera de la cadena de actividades generadora de valor. Los 68 miembros de la cooperativa poseen un total de 975 hectáreas dedicadas a la **viticultura**. Los viñedos producen anualmente aproximadamente 8.5 millones de kilos de uva.

El **apoyo técnico** es un servicio que la cooperativa Los Robles ofrece a los viticultores desde su fundación. En un mercado cada vez más competitivo, la calidad se ha vuelto una estrategia. Los inspectores visitan los viñedos de los miembros de la cooperativa varias veces por año para verificar la calidad del mantenimiento de las viñas. Ellos brindan asesoría a los viticultores. La calidad de los cuidados que un viticultor proporciona a sus plantas repercute directamente la calidad de su producción. Las uvas son clasificadas en tres categorías de calidad de producción (A, B y C) de manera de determinar el precio que cada miembro recibirá. El objetivo es que cada miembro llegue a obtener uvas de clase A para poder beneficiarse del precio asignado a este nivel de calidad.

La cooperativa no compra como tal, las uvas de sus miembros-proveedores. Más bien, les remunera en varias cuotas, de acuerdo al precio del vino que han producido y vendido. De esta forma, los miembros reciben una remuneración que depende de la venta del vino que resulta de su cosecha y no solamente de la producción de las uvas. Sólo las uvas cultivadas por los miembros son utilizadas para la elaboración de los vinos Los Robles. La cooperativa **garantiza a todos sus miembros que toda su producción será procesada y comercializada**. El acceso al servicio de vinificación es estratégico en la medida en que la capacidad de vinificación de la industria vinícola chilena es inferior a la capacidad de producción de uvas.

Los Robles emplea a 93 personas de las que 62 trabajan en la producción y 31 en ventas. La cooperativa ejecuta por sí misma la **vinificación**, el **embotellado** y trabaja en la **comercialización** de los productos y subproductos vitícolas obtenidos. La colecta de uvas provenientes de los viñedos de sus miembros permite una producción de 6 millones de litros de vino. La máxima capacidad de la cooperativa es subutilizada, ya que puede rendir hasta 19 millones de litros de vino.

Una empresa privada lleva a cabo la **distribución** de vinos Los Robles en el **mercado chileno**. Los vinos de la cooperativa están también presentes en los **mercados extranjeros**, tanto en los rubros **tradicional y equitativo**. Estos vinos se pueden encontrar en Europa y América en siete países: Inglaterra, Bélgica, Los Países Bajos, Suecia, Alemania, Estados Unidos y Venezuela. Oxfam-Wereldwinkels está a cargo de la comercialización de los productos Los Robles en el rubro equitable.

Una vez que los productos llegan a Bélgica, Oxfam-Wereldwinkels, compradora central de las tiendas *Magasins du monde*, se encarga de distribuir el vino en esta red de establecimientos alternativos. El rubro justo corresponde a un 40% de las exportaciones de la cooperativa y a un 25% de sus actividades comerciales.

• **El fondo ecológico y social (FES)**

Oxfam-Wereldwinkels fundó en 2002, el Fondo ecológico y social (FES) que cuenta con un capital de más de US \$60.000. A esto se agregaron en 2003, las contribuciones obtenidas no solamente por Oxfam-Wereldwinkels (Bélgica) sino que además los de GEPA (Alemania) y los de TraidCraft (Inglaterra). Este fondo se nutre de una **prima** resultado de un compromiso entre el precio justo requerido por la cooperativa Los Robles y el que paga Oxfam-Wereldwinkels. De tal forma que **US \$ 1.00 por caja de vino** se deposita en este fondo que será utilizado para mejorar el bienestar de sus miembros, trabajadores y de la comunidad en general.

Los **objetivos** del Fondo ecológico y social, son los siguientes:

- mejorar la capacidad y la calidad de producción de las uvas de sus miembros, particularmente la de los pequeños viticultores;
- estimular el compromiso de los miembros y trabajadores de la cooperativa ;
- brindar apoyo técnico a sus miembros ;
- crear nuevos servicios para los trabajadores y miembros;
- favorecer la producción de vino biológico ;
- promover los intercambios entre los miembros viticultores de diferentes regiones ;
- capacitar a los miembros y trabajadores en los principios de cooperativismo y comercio justo ;
- promover el rol social y cultural de Los Robles en la región.

He aquí algunas medidas concretas que puede financiar el FES: aumento del salario de los 15 trabajadores que tienen los sueldos más bajos, formación y capacitación de los miembros de la cooperativa, educación de los hijos de los miembros y trabajadores, etc.

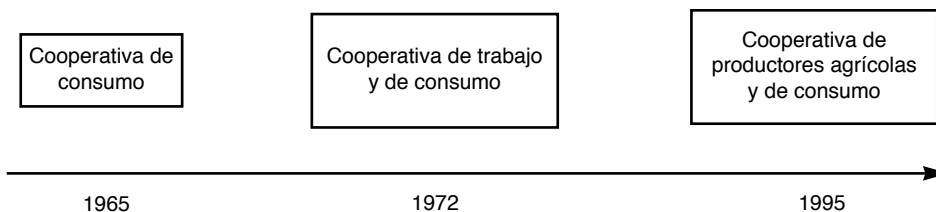
## 4.- La cooperativa El Corazón

La cooperativa El Corazón esta ubicada en Palquibudi en el seno de la comuna de Rauco en la VII Región de Chile. Fue fundada en los años 60 por 42 campesinos que trabajaban en la explotación del terreno privado de Don Jacob Sulzer Inhoof.

### • Evolución de la misión de la cooperativa

La cooperativa campesina El Corazón, se creó en julio de 1965, pero no es sino hasta en mayo de 1968 que adquiere un status jurídico. Nace como cooperativa de consumo. Conservando este carácter, en 1972 se agrega una cooperativa de suministro y venta para sus miembros pequeños productores y sus hogares.

### Figura 2. Evolución del status de la cooperativa El Corazón



*T. Mori et M.-C. Malo, CRISES HEC Montreal, 2002*

El objetivo primordial de la formación de una **cooperativa de consumo** durante los años 60 era de hacer frente a las dificultades relacionadas con los problemas de transporte de los trabajadores agrícolas del terreno de Don Jacob Sulzer Inhoof. Efectivamente, la falta de medio de transporte les impedía proveerse adecuadamente de bienes de consumo. Todos los trabajadores del terreno se hicieron miembros de la cooperativa de consumo.

En 1972, la cooperativa El Corazón, conservando su misión de cooperativa de suministros domésticos, se convierte en **cooperativa de trabajo** para poder coordinar la explotación agrícola del terreno, las funciones administrativas y financieras y la comercialización de los productos resultado de esta

explotación. La evolución de la misión de la cooperativa tuvo lugar en el contexto de la reforma agraria chilena. En 1972, los derechos de propiedad del terreno privado de Don Jacob Sulzer Inhoof son cedidos a la cooperativa El Corazón. Los antiguos trabajadores agrícolas del terreno podían a partir de ese momento convertirse en propietarios individuales de las tierras (proyecto de parcelación del terreno) pero el gobierno apoyaba financieramente la propiedad colectiva en cooperativa. El Corazón adquiere los derechos de propiedad de una superficie de 1,145.7 hectáreas en total. De esta forma los 42 trabajadores agrícolas del terreno continuaron trabajando colectivamente las mismas tierras, pasando por lo tanto de simple obrero al servicio de un empresario privado capitalista a ser miembro de una cooperativa de trabajo, que le pertenece colectivamente.

Esta opción implica una propiedad común del terreno. En efecto, la parcelación del terreno en pequeñas propiedades privadas habría resultado en una distribución injusta de las parcelas entre los antiguos trabajadores, considerando las diferentes calidades de las tierras. Efectivamente, más de la mitad de la superficie total del antiguo terreno, aproximadamente 672 hectáreas, no se benefician de ninguna fuente de irrigación, comparado a aproximadamente 324 hectáreas que si lo tienen. La explotación común de la tierra permite, por lo tanto, de compensar las desventajas de las tierras no irrigables.

Por otra parte, la creación de la cooperativa permite a los productores tener acceso a las herramientas y equipo agrícolas necesarios para su explotación. Sin este esfuerzo colectivo, esas herramientas y equipo que pertenecían al antiguo propietario habrían sido distribuidas, dejando en serias dificultades a muchos de los nuevos productores agrícolas. Adicionalmente, la cooperativa brindaría un sentimiento de seguridad a los trabajadores agrícolas que no tenían costumbre de organizar su propio trabajo ni mucho menos de administrar su propia explotación. Así pues, las responsabilidades de los trabajadores no cambiaron prácticamente en nada, ya que existía desde antes un grupo de personas encargadas de la organización de las actividades agrícolas en el terreno que pasó a ser terreno de la cooperativa.

Finalmente, la propiedad común de una cooperativa campesina, permitió beneficiarse de las numerosas subvenciones gubernamentales disponibles en ese momento para las empresas colectivas.

Es por lo tanto, para poder acceder a estas ventajas que la cooperativa El Corazón obtiene los derechos de propiedad. El objetivo primordial continuo siendo siempre, el de compartir eventualmente los derechos de propiedad entre los miembros. El 14 de febrero de 1995 la asamblea general concluyó positivamente al proyecto de adjudicación de la parcelación del terreno de la cooperativa. El proyecto fue autorizado el 31 de octubre de 1995 y en abril de 1996, los títulos oficiales fueron transferidos. La propiedad colectiva fue "privatizada" en lotes familiares, haciendo efectiva la parcelación. Las tierras fueron otorgadas a los miembros sobre una base individual. Esto concretizó finalmente el sueño de algunos de ellos: el de convertirse en dueños de su propio terreno, es decir su propio patrón y propietario de una parcela de tierra. A partir de esa fecha, la cooperativa de trabajadores agrícolas asalariados pasó a ser una **cooperativa de productores agrícolas**.

#### • Estructura de dirección y administración

Al momento de su fundación la edad promedio de los miembros era de 46 años. Actualmente, la cooperativa campesina tiene **35 miembros** propietarios de parcelas de tierra. Los socios de la cooperativa, todavía la constituyen los antiguos obreros del terreno, lo que la hace, una cooperativa homogénea.

Diez miembros fueron elegidos para participar en las reuniones del **consejo de administración**: cinco titulares que forman el consejo propiamente dicho y cinco substitutes que pueden reemplazarlos en caso de ausencia. Los titulares del consejo forman también el **comité ejecutivo** que esta compuesto, pues, de cinco personas: un presidente, un primer vicepresidente, un secretario y dos directores. La cooperativa tiene también un **comité de vigilancia** formado por seis personas. El **gerente** de la cooperativa, hijo de un miembro productor, es asistido por una **secretaria**.

Las relaciones entre los miembros parecen difíciles. La cooperativa apenas puede recuperar las "cuentas a pagar" por servicios prestados a sus miembros. Para asegurar la presencia de los miembros a las reuniones, la cooperativa ha debido imponer sanciones pecuniarias a los ausentes. La cooperativa afronta el desinterés de sus miembros no sólo por las actividades de la misma sino también de su existencia. Ciertos miembros desean el cierre de la cooperativa pues piensan que recibirán una ganancia financiera inmediata. A la vez, los jóvenes, frecuentemente hijos de los miembros actuales, manifiestan su interés en convertirse en agricultores y miembros de la cooperativa. Puesto que el acceso a la tierra es difícil y que sin tierra es prácticamente imposible el acceso a la cooperativa. No hay un dispositivo que facilite el relevo agrícola.

#### • La cadena de actividades generadoras de valor

La cooperativa El Corazón se hizo miembro de la cooperativa Los Robles al comienzo de los años 80. Ella es en efecto el miembro de la que sus integrantes corresponden mejor a la definición que el comercio equitativo presenta del pequeño productor: situación económica precaria, explotación agrícola marginal, condiciones de vida difíciles, etc.

La mayoría de los pequeños productores miembros de la cooperativa El Corazón cambian su producción año con año, de acuerdo a las tendencias. Los **productos originados de la explotación de las tierras** de los miembros de la cooperativa, son pues **muy variados**, y abarcan desde cereales a frutas y legumbres: frijoles, arroz, trigo, maíz, tomates, pimientos, sandías, melones, uvas, etc. Las uvas son simplemente otro producto entre muchos. Luego que los miembros obtuvieron los derechos de propiedad, seis campesinos obtuvieron la propiedad de los pequeños viñedos. En la actualidad, solo **cuatro productores desarrollan actividad vinícola** en un área total de 8.3 hectáreas. La viticultura no es popular entre los miembros de la cooperativa El Corazón, situación que ellos explican

por la poca rentabilidad de esta actividad. Es importante mencionar que la calidad de las uvas producidas es todavía muy baja.

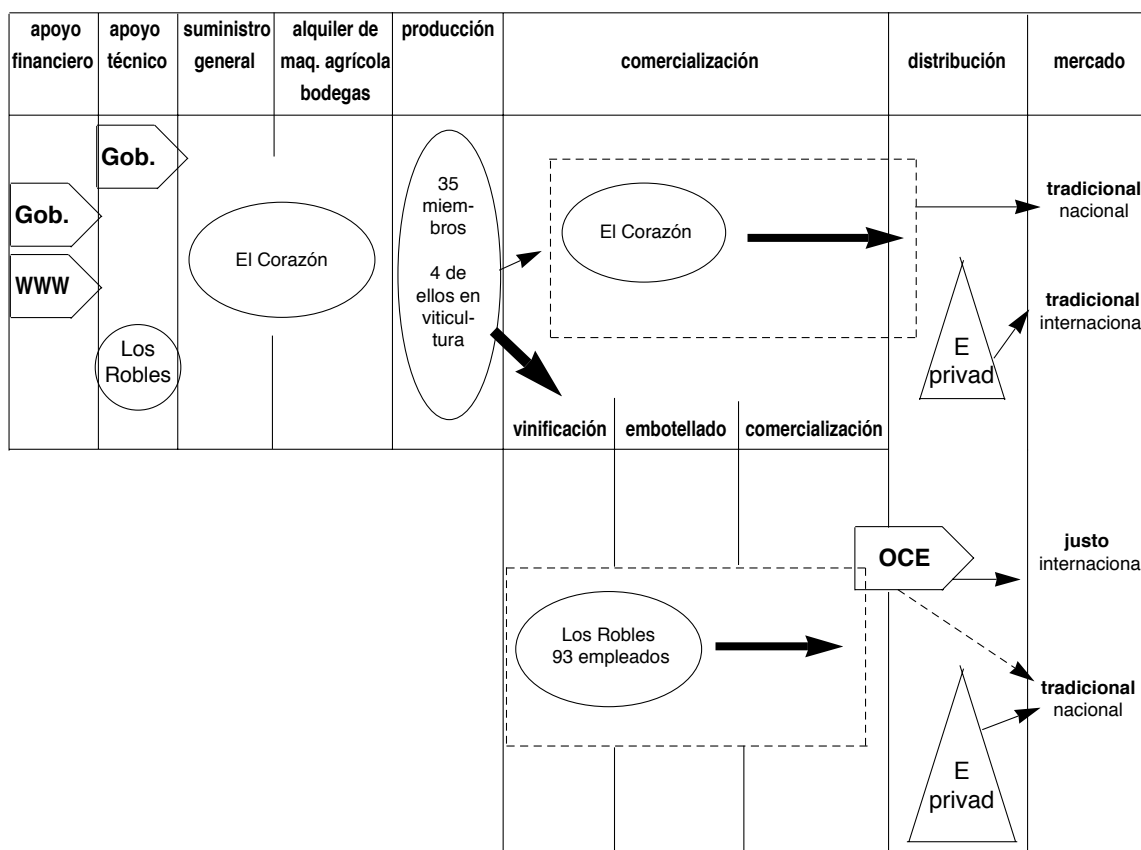
Fue en 1988 que Oxfam-Wereldwinkels, socio de Los Robles, entra en contacto directo con la cooperativa El Corazón. El objetivo era reclutar esta agrupación cooperativa de pequeños productores autónomos y pro activos, al rubro del vino equitativo. Esta iniciativa se encontró con el obstáculo de la frágil producción de uvas y la falta de motivación entre sus miembros. Una encuesta demostró que los viticultores miembros de El Corazón, tenían principalmente una vocación de productores y vendedores de uvas, y no de vino, y que no deseaban involucrarse en otras actividades. Además, algunos precisaron que preferían conservar su relación con Los Robles.

Frente al fracaso de esta iniciativa, un segundo intento de Oxfam-Wereldwinkels en 1999, fue el de financiar la **plantación de nuevos viñedos** de cepa pura. El objetivo de aportar un **apoyo financiero**, era el de atraer un número más grande de pequeños productores de El Corazón a la viticultura, dada la seguridad de ingreso que esta actividad representa y el potencial de desarrollo del mercado. Además, los que estaban ya trabajando en viticultura, podían al plantar viñas de cepa pura, aumentar sus actividades vinícolas y también sus ingresos. El proyecto tuvo una buena recepción. Sin embargo, al momento del compromiso formal, sólo cuatro productores se afiliaron al proyecto. Nuevas viñas se plantaron en 2001. Entretanto, ese mismo año y a iniciativa de Oxfam-Wereldwinkels, todas las viejas viñas fueron arrancadas, reduciendo el número de viticultores a cuatro personas, siendo estas las que habían plantado las viñas nuevas.

Para apoyar la producción agrícola, los miembros de la cooperativa El Corazón tienen acceso a un servicio de **apoyo técnico** general, en el cuadro de un programa gubernamental. Esta actividad de asesoría no es coordinada por la cooperativa. Desde 2001, los pequeños viticultores miembros de El Corazón, tienen accesos a los técnicos de Los Robles.

Después que El Corazón dejó de ser una cooperativa de trabajo, esta no asume más la coordinación de la producción de sus tierras. Las tierras son la responsabilidad individual de los productores. Sin embargo, El Corazón conserva derechos de uso de los **equipos y herramientas** que continuaron siendo colectivos. Esta cooperativa parece más bien una cooperativa de utilización de material agrícola (CUMA) que pone a disposición el uso de tractores y otro equipo.

La cooperativa El Corazón realiza la coordinación de las **instalaciones comunes** de base, tales como una bodega, una secadora, etc. Ella es todavía, propietaria de estos bienes comunales.

**Figura 3. La cadena de actividades / El Corazón**

*T. Mori et M.-C. Malo, CRISES HEC Montreal, 2003*

Aunque una buena parte de la producción de sus miembros no es despachada por sus miembros, la cooperativa se encarga de ciertas actividades de venta de los productos elaborados por sus productores-miembros, trabajando con intermediarios. La **comercialización** de las uvas producidas por sus cuatro miembros viticultores, pasa por Los Robles, quienes las transforman en vino y trabaja con Oxfam-Wereldwinkels para acceder al mercado justo internacional. Los otros productos de los miembros de El Corazón son presentados en el mercado tradicional nacional o internacional, por medio de empresas privadas de comercialización y de distribución con las que la cooperativa tiene relaciones comerciales.

## 5.- La sociedad anónima cerrada Sagrada Familia

La empresa colectiva Sagrada Familia está presente en el mercado alternativo de vino desde su fundación en enero de 1997. Nace con el apoyo de Oxfam-Wereldwinkels, la OCE que ya apoyaba Los Robles. Un organismo gubernamental chileno puso esta OCE en contacto con un grupo informal de 45 agricultores marginales que eran guiados desde 1990, por un técnico agrícola de la región. El objetivo era de agrupar las cosechas para poder aumentar la visibilidad de los pequeños agricultores, unir sus esfuerzos para enfrentar las grandes empresas de vinificación privadas. De los 45 agricultores marginales que colaboraban de forma informal desde hacía siete años, 16 se afiliaron al proyecto de crear una empresa colectiva en el rubro del vino equitativo. A pesar de la seguridad de un mercado en Europa que garantizaba el proyecto de comercio equitativo con Oxfam-Wereldwinkels, fue muy difícil convencer a estos pequeños productores para que se asociaran y constituir una organización formal. Esta situación podría explicarse por la mala reputación de la empresa colectiva y además por el rechazo de los pequeños productores a ser parte del proyecto, que habían conocido personalmente el fracaso corporativo.

### • Estructura de dirección y administración

Sagrada Familia pertenece a los 16 pequeños agricultores que la fundaron. Estos agricultores propietarios constituyen un grupo homogéneo. Catorce de ellos recibieron sus tierras luego de la reforma agraria chilena que empezó en los años 60. No obstante que el Campesinado chileno participó activamente en la Reforma Agraria, la drástica privatización de la tierra y un modelo económico en el agro provocó grandes desajustes (Bengoia, 1983) Aproximadamente 70%<sup>2</sup> de los campesinos que recibieron sus tierras las perdieron a tan solo tres años de explotarlas. Hoy día, sólo 15% de esos agricultores siguen siendo propietarios de las tierras que les fueron distribuidas. Los socios de Sagrada Familia forman parte de esta categoría.

Sagrada Familia no es una cooperativa, sino una sociedad de capital privado. Su status corporativo incambiable se explica por la falta de confianza y la mala reputación atribuidas a la palabra "cooperativa" tras el fracaso de las cooperativas "gubernamentales" en el país del sur. Sin embargo, la forma de dirección de Sagrada Familia corresponde a la reglamentación inherente al concepto de cooperativa. La toma de decisiones en la **asamblea general** sigue la regla democrática de la igualdad de

2.- Estos datos son aproximados. Ellos proceden de una entrevista con el director general de la Sagrada Familia, Señor Raúl Navarrete.



miembros, dado a que una acción equivale a un vote y que el número de acciones está repartido de forma idéntica entre los propietarios. Es más, las acciones no se negocian en la bolsa. Ellas se venden con la aprobación de los socios. La estructura de dirección está constituida por **cinco socios electos**: tres oficiales (presidente, vicepresidente y secretario), y otros dos dirigentes electos. La estructura de administración comprende un **gerente** apoyado por una secretaria.

#### • Cadena de actividades generadoras de valor

Sagrada Familia se beneficia mayormente del **apoyo financiero** de Oxfam-Wereldwinkels por medio de una política de precio que aspira a cubrir los costos de producción así como los costos sociales y medio ambientales. Además, el pago del 50% del monto de la orden del vino con 30 días de anticipación, favorece su solvencia financiera.

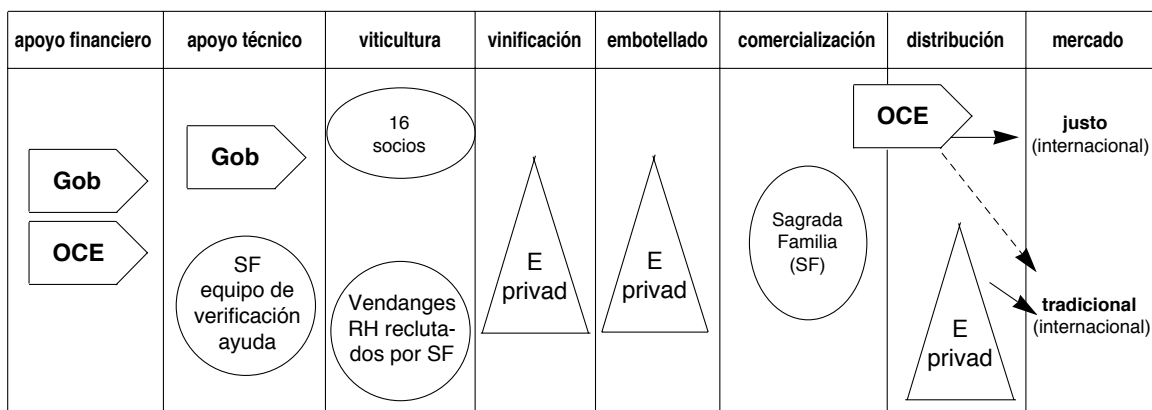
**El apoyo técnico** es necesario para que cada viticultor cuente con la información para obtener una cosecha de gran calidad, lo que permitirá la producción de un vino de mejor calidad. En Chile, el servicio de un asesor técnico está subvencionado en un 70% por un programa gubernamental, dejando a los productores la responsabilidad del pago restante. Aunque este servicio no es brindado por un técnico "propio" de Sagrada Familia, éste tiene una política muy dinámica y eficaz para mejorar la producción de uvas. Por una parte, Sagrada Familia organiza jornadas de capacitación y encuentros con un enólogo experimentado que informa y aconseja a sus miembros, enseñándoles nuevas técnicas de cuidado y mantenimiento de los viñedos. Estas jornadas son también accesibles de forma gratuita a todos los pequeños productores de la región. Por otra parte, una lista de labores concretas a realizar, es distribuida cada temporada a todos los miembros, de forma que cada uno trabaje en la viña de forma idéntica. La ejecución minuciosa de estas labores es una garantía de una cultura vinícola de calidad. Se formó un **equipo de verificadores constituido por cuatro viticultores** socios. Además de definir las labores que deben ejecutar todos los viticultores, el equipo de verificadores lleva a cabo varias visitas a los viñedos a lo largo del año, para verificar el cumplimiento de las labores asignadas. Finalmente, luego de las vendimias, el equipo determina el precio que recibirá el viticultor por su producción, basándose en el trabajo realizado y en la calidad de las uvas producidas. Este control social realizado por los colegas refuerza el compromiso de cada uno hacia un proceso de mejoramiento continuo de la calidad. Tales medidas se orientan al mejoramiento de las uvas de manera de obtener un vino que permita el acceso a un mercado más importante y mejor pagado. Al igual que en Los Robles, la producción de uvas será clasificada en tres categorías (A, B, C) según una tabla de clasificación y que determina el precio acordado.

Los viñedos de los 16 viticultores propietarios de Sagrada Familia totalizan 93 hectáreas. Sagrada Familia **coordina** todas las actividades referentes a la vendimia. Es ella quien recluta un equipo de trabajadores que realizan las **vendimias** en el terreno de cada propietario proveedor. El objetivo es de disminuir la carga de trabajo de los productores y sus familias.

Sagrada familia coordina también el **transporte** de las uvas hasta el intermediario que se encarga de la **vinificación** de las mismas. Al no tener los recursos necesarios para tener su propio establecimiento de vinificación, la joven empresa colectiva recurre a una pequeña empresa privada de vinificación. Hay que mencionar que Sebastián Astaburuaga, el propietario de esta pequeña empresa privada, goza de una reputación muy positiva en la comunidad. Tanto sus empleados, como los socios de Sagrada Familia y los pequeños productores vecinos sin contrato, coinciden en remarcar el carácter humanitario y servicial de Don Sebastián Astaburuaga. El salario que paga a sus empleados es superior al mínimo oficial y permite a Sagrada Familia instalar sus cubas de fermentación de vino gratuitamente en su propiedad, lo que le permite a la cooperativa la disminución en sus gastos de almacenamiento. Por otra parte, Sagrada Familia trabaja con otro intermediario, diferente del anterior, para el **embotellado**. 40% del vino comercializado por Sagrada Familia es embotellado y etiquetado (marca Lautaro), y el resto es vendido al por mayor.

Todo el vino embotellado o a granel, es exportado a Brasil y seis países europeos: Bélgica, Holanda, Dinamarca, Suiza y España. En el **mercado internacional**, Sagrada Familia esta representada principalmente en el **rubro de vino justo** a través de Oxfam-Wereldwinkels quien les asegura la distribución de su vino. El precio pagado es justo, y parece superior al correspondiente a la calidad del vino. Sí el vino *Lautaro* se distingue en el rubro equitativo es sobretodo por su proveniencia (empresa colectiva de pequeños productores del Sur).

**Figura 4. La cadena de actividades / Sagrada Familia**



T. Mori et M.-C. Malo, *CRISES HEC Montréal, 2002*

La pequeña parte del mercado ocupada por el vino *Lautaro*, que se vende en gran proporción en el mercado justo, no permite a Sagrada Familia la vinificación de toda la producción de sus propietarios proveedores. Por ejemplo, en 2001, la producción de vino (embotellado y a granel) fue de aproximadamente de 1 millón de litros, lo que representa casi 15,000 kilogramos de uvas por viticultor, siendo que en promedio cada uno produce más. Lo que significa que sólo una porción de la producción total de uvas de los viticultores propietarios de Sagrada Familia será procesada por este medio. En cuanto al resto de la producción de sus uvas, la mayoría de proveedores la hacen procesar en la vinícola de Don Sebastián Astaburuaga. El vino producido es guardado en cubas y usualmente se vende a empresas de talla más grande que lo usan para aumentar el volumen de su propia producción. Sagrada Familia no se encarga por el momento de la venta de ese vino, mismo si esto representa una parte considerable de la ganancia de los propietarios vinicultores. Por otra parte, dos de los productores de Sagrada Familia hacen sus negocios con un corredor de uva. En esta medida, su situación es similar a la de los pequeños viticultores *con contrato*. De todas formas, los viticultores propietarios de Sagrada Familia están mejor informados sobre la realidad de precios que los viticultores no agrupados. Están, por lo tanto, en mejor posición de negociar y obtienen generalmente un mejor precio.

## 6.- Impactos del comercio justo

Las empresas colectivas estudiadas, tienen individualmente, una relación muy diferente con el comercio justo, esto, a pesar de los múltiples puntos de referencia que las relacionan entre sí. Las convergencias restan en su presencia en el mercado de actividades (comercio del vino) en el seno del movimiento equitativo, su ubicación territorial (Chile) y sobre todo su asociación con la misma OCE (Oxfam-Wereldwinkels). No obstante estos factores comunes, su relación con el movimiento justo se desarrolla según sus propios valores, lógica y prácticas lo que hace que los impactos del comercio justo, varíen en cada caso.

### • Caso de la cooperativa Los Robles

El impacto más grande del comercio justo es, sin duda, **la consolidación y crecimiento de la empresa** Los Robles. El status de cooperativa de Los Robles, facilita su asociación con las OCE, dado que éstas consideran la forma de cooperativa como el mejor medio de impulsar el desarrollo durable de los pequeños y medianos productores. Los vinos justos Los Robles son disponibles actualmente en muchos mercados en Europa. La asociación con Oxfam-Wereldwinkels en Bélgica y FTO en Holanda, cuando la cooperativa pasó por grandes dificultades financieras, ha facilitado su posicionamiento en esos mercados. La asociación con las OCE se basa en un precio justo y el pago ade-

lantado de 50% del valor de la mercadería, un mes antes de su entrega (lo que significa acceso a crédito).

**Los miembros tienen la garantía de que toda su producción será procesada y vendida** en el mercado, y que el precio recibido será mayor que el precio del mercado. Los costos de transporte y los de asistencia técnica corren por cuenta de la cooperativa. El ingreso de la cooperativa en el comercio justo aportó mayores ganancias para sus miembros, gracias al pago de un precio superior por sus uvas. Este crecimiento de ganancias en general significa la mejoría de la situación de los productores, aunque no necesariamente de los más pequeños.

La forma de pago en varias cuotas distribuidas a lo largo del año no les conviene a los **pequeños productores**. Estos retrasos en el pago final significan problemas de solvencia financiera que ellos no pueden enfrentar. Los pequeños productores prefieren pues, una ganancia inferior pero inmediata, y por eso venden sus uvas en el mercado tradicional en lugar de proveerlas a la cooperativa, esto a pesar de la garantía de una ganancia neta superior. Las modalidades de pago que no toman en cuenta la realidad de los productores marginales les obliga a salir del área del cooperativismo y les impide beneficiarse de un precio justo orientado a mejorar sus ganancias.

Sin embargo, **la opción de asociarse vive un renacimiento de interés** y contribuye a la emancipación colectiva. Se puede observar que luego de las asambleas generales, los miembros se comprometen de nuevo para realizar las actividades de la cooperativa. Los miembros se involucran y participan sobretodo en la directiva de la empresa. Pero, la heterogeneidad de los miembros es todavía fuente de dificultades: esta nueva motivación no es compartida por todos los productores. Los pequeños productores de la categoría campesinos (es decir, no los profesionales propietarios de pequeños viñedos) no se sienten integrados ni mucho menos representados en el proceso de toma de decisiones.

Dado que el mercado equitativo constituye un 40% del mercado internacional de la cooperativa Los Robles, los consumidores de sus vinos se inclinan a pensar que existe un cierto conocimiento de este movimiento entre los productores marginales. Pero, los valores y visiones del comercio justo son escasamente propagados y mucho menos integrados entre los miembros y empleados de la cooperativa. La mayoría de ellos **no saben lo que es el comercio justo ni lo que promueve**. Los pequeños productores de la cooperativa El Corazón tampoco comprenden la importancia de su presencia en el seno de una cooperativa que comercializa el vino justo. El valor equitativo no es divulgado y mismo se queda sin mencionar, notablemente en el reporte de actividades y estados financieros del ejercicio 2001, este valor es solamente comprendido y utilizado por algunos miembros del consejo de administración en posición estratégica. Sin embargo, la situación tiende a mejorarse pues Oxfam-Wereldwinkels ha tomado acciones informativas a fin de dar a conocer el comercio justo. Según la OCE belga, los primeros cambios para incluir principios equitativos en las prácticas de la cooperativa se hicieron notar en 1998, y mayores progresos se advirtieron en 1999. Tanto los miembros como el personal de la cooperativa han comenzado a reconocer las ventajas del movimiento de comercio

justo. La visita de las personas involucradas en el comercio justo a los miembros de la cooperativa, ha tenido un gran impacto a este fin.

Aunque se puede concluir que la cooperativa Los Robles tiene mucho camino a recorrer para poder corresponder a la imagen de las cooperativas transmitida por el comercio justo, la creación del **Fondo ecológico y social** marca realmente un **giro** como testimonio de los objetivos atribuidos a este fondo.

#### • Caso de la cooperativa El Corazón

El préstamo acordado por Oxfam-Wereldwinkels a la cooperativa El Corazón permitió a **cuatro pequeños viticultores**, sembrar **nuevas viñas** y por ende renovar la calidad de sus herramientas de producción. Esta iniciativa tuvo por objetivo el permitir a los pequeños viticultores la mejoría de la calidad de sus cepas y por lo tanto de sus uvas, a fin de obtener un precio justo más elevado. Antes de esta inversión, los viticultores producían “uva del país” y recibían el precio establecido por Los Robles correspondiente a la categoría del grupo C, es decir el más bajo.

Adicionalmente, los viticultores de la cooperativa El Corazón tienen ahora la **asistencia de los técnicos de Los Robles**, o sea un apoyo técnico especializado en viticultura. Están pues, en capacidad de producir uvas de mejor calidad. A pesar de todo esto, puede observarse un cierto desinterés de parte de los viticultores en cuanto al mantenimiento de sus viñedos, una actitud que podría reducir a la nada esta nueva inversión y perjudicar la cantidad y calidad de las primeras cosechas en 2004.

Entre los miembros de la cooperativa El Corazón, el comercio justo **no ha tenido una reacción enérgica**. Mientras que hay un renovado interés entre los miembros de Los Robles, esta nueva motivación no es compartida por los de El Corazón. Al contrario, existe una actitud de desconfianza que podría explicarse por la heterogeneidad de los miembros de la cooperativa Los Robles. Así pues, mientras apenas empiezan a comprender la importancia de estar asociados al seno de Los Robles, estos pequeños productores perciben sospechosamente las nuevas atenciones con desconfianza, ya que se sienten más bien utilizados que beneficiarios del comercio justo.

En términos generales, los impactos del comercio justo alcanzan en primer lugar a los miembros productores de uva antes que a la cooperativa El Corazón como empresa. Sin embargo, **muchos proyectos** están siendo estudiados con el objetivo de impulsarlos en la **comercialización de nuevos productos justos** provenientes directamente de la cooperativa El Corazón. Los tomates deshidratados, el trigo para la producción de pastas alimenticias y el pimiento picante, son algunos ejemplos de los proyectos en desarrollo con Oxfam-Wereldwinkels. De esta forma, la cooperativa El Corazón podría beneficiarse más, de las ventajas del comercio justo.

Adicionalmente, la cooperativa El Corazón recibe en la actualidad un **apoyo más grande de la cooperativa Los Robles**. Esta les concede más importancia y les dona más asesoría. Por ejemplo, por medio de la acción pro activa de Los Robles, El Corazón y la comunidad aledaña, están inscritos dentro de un nuevo programa gubernamental de desarrollo, denominado Servicio País. Servicio País es un programa nacional cuyo objetivo es el de suprimir la pobreza, enviando profesionales a las comunidades rurales pobres, por un periodo de 13 meses, para proponer y poner en práctica, iniciativas de mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes. Los Robles por medio del Fondo ecológico y social se hará cargo de los costos relativos al programa, si los hubiera. Los Robles multiplica sus esfuerzos para corregir el problema de la integración de nuevos miembros, más jóvenes, a la cooperativa.

#### • Caso de Sagrada Familia

El comercio equitativo ha facilitado **la creación de una nueva empresa colectiva** controlada por pequeños productores. Además de haberse originado del comercio equitativo, Sagrada Familia debe su crecimiento a su asociación con Oxfam-Wereldwinkels. Las tiendas *Magasins du monde* son los principales canales de distribución para esta empresa. En consecuencia del lugar asegurado de los vinos *Lautaro* en el mercado justo internacional, se ha podido concertar algunos productores así como la realización de este proyecto colectivo. Sin embargo, esta asociación trae consigo un gran nivel de dependencia de los mercados justos, pues en el mercado tradicional la calidad real del vino no reportaría el mismo precio. Ya que la demanda por la calidad es cada vez más grande en el mercado del vino.

La prioridad es de **mejorar la calidad de la producción** de los viticultores asociados. Se incrementan los esfuerzos para limitar el uso de productos químicos. Los miembros de la cooperativa Sagrada Familia han desarrollado medidas concretas para mejorar la calidad de sus uvas. El control social entre colegas es importante.

Otra prioridad es de **echar a andar una planta de vinificación** controlada por Sagrada Familia, la que depende de la empresa encargada de la transformación de las uvas en vino. Este intermediario es responsable de la calidad de la vinificación y por lo tanto de la calidad final del vino. El Comercio justo aspira a la independencia, pero Sagrada Familia es todavía muy dependiente de un intermediario en el sur para la transformación de sus uvas en vino.

La participación e implicación de los miembros son intensas. La homogeneidad del grupo parece facilitar una **democracia activa**. Las relaciones entre los socios son amistosas. Por otra parte, la mejoría de sus condiciones de vida, que va desde un mejor ingreso a la adquisición de nuevos conocimientos, contribuye a la emancipación tanto individual como colectiva. Además, su trabajo adquiere un sentido, en la medida en que se sienten primeramente implicados y tienen más responsabilidades. La viticultura aporta un nuevo motivo de orgullo: el reconocimiento de sus colegas.

**La mejoría de las condiciones de vida** de los pequeños viticultores se traduce en la mejoría de sus casas, la adquisición de un vehículo (para algunos), por la posibilidad de poder enviar a sus hijos a la escuela privada o bien de ingresar a la universidad. Además, ciertos productores expresan una nueva forma de pensar, es decir una vida social más activa.

Los productores marginales convertidos en propietarios suministradores de Sagrada Familia, son percibidos por los otros pequeños viticultores como “viticultores de una categoría distinta”. Los viticultores de Sagrada Familia no permanecen indiferentes a este problema. En reacción, varios miembros tienen por objetivo a largo plazo, **la integración de otros pequeños agricultores** de su región de modo que ellos puedan también mejorar su calidad de vida. Esta actitud permite comprender la percepción de lo que el comercio justo es para ellos. Además de comprender la filosofía del comercio justo, ellos comparten sus valores.

Finalmente, las actividades de vinificación y embotellado que no contribuyen directamente a la economía de los productores de Sagrada Familia, aumentan de todas formas las actividades económicas de la comunidad. Adicionalmente, un Fondo ecológico y social (FES) que involucra a Oxfam-Wereldwinkels está siendo desarrollado.

## 7.- Conclusión

Este artículo presenta tres organizaciones chilenas inscritas dentro del mismo mercado de vino justo por medio de Oxfam-Wereldwinkels, la OCE belga que suministra a las tiendas *les Magasins du monde*. A pesar de estos puntos comunes, las organizaciones estudiadas presentan una relación muy distinta con el comercio justo. Tal diversidad permite obtener una visión compleja en conjunto del funcionamiento del comercio justo.

Recordemos que la cooperativa sexagenaria Los Robles, es parte del mercado justo desde hace una década. La cooperativa brinda sus servicios, entre ellos el de vinificación y comercialización, a un grupo muy heterogéneo de miembros, que incluye individuos y organizaciones, entre estas la cooperativa El Corazón, que a su vez agrupa a campesinos con pequeña producción. La proporción de pequeños productores que viven en condiciones precarias es muy baja en Los Robles. En efecto, la cooperativa El Corazón es el miembro con las condiciones más precarias de la cooperativa Los Robles. En total, El Corazón cuenta con 35 miembros que se dedican a una producción agrícola anual bastante diversa. En la actualidad, solo cuatro miembros se dedican a la actividad vitícola, disminuyendo de 6 que lo hacían en 2000. Por su parte, Sagrada Familia se inscribe en el comercio justo desde su fundación en 1997. Al contrario de las dos organizaciones precedentes, Sagrada Familia no es una

cooperativa, sino que una sociedad anónima cerrada aunque la directiva tiene una filosofía de organización cooperativista. Ella agrupa a 16 pequeños productores cuya actividad principal es la viticultura.

Este retrato bastante variado da lugar a que los resultados del comercio justo sean diferentes, a pesar de la proximidad geográfica de las tres empresas y de su inscripción en el rubro del vino justo con la misma OCE del norte. El resultado del comercio justo en términos de impacto sobre la agrupación de productores, la empresa, la producción y la comunidad es diferente de un caso al otro. Del análisis de estos impactos se puede observar la emancipación de pequeños productores como un proceso largo y a veces ambiguo.

El estudio de estos tres casos hace constatar forzosamente que la mejoría de las condiciones de vida y que la emancipación de los productores marginales no sucede automáticamente. Algunas circunstancias obstaculizan este desarrollo de forma difícil. Mientras que el impacto más grande del comercio justo se traduce en el nivel de consolidación financiera y el crecimiento de la cooperativa Los Robles, la mejoría de las condiciones de vida y la emancipación de sus miembros, los más precarios, no es obvia. Efectivamente, las formas de pago, la dinámica inherente a la heterogeneidad de sus miembros y la lógica de empresa de Los Robles, vuelven difícil el desarrollo de los productores marginales.

El análisis de la cooperativa El Corazón, miembro de Los Robles, aclara este aspecto. Su situación como miembro de Los Robles no ha aportado todavía ningún cambio aparente desde su ingreso al seno del mercado justo. Algunos miembros de la cooperativa El Corazón aseguran que la relación de Los Robles parece estar orientado por el interés de estar presente en el mercado justo. Frente a esta situación, Oxfam-Wereldwinkels se ha involucrado más formalmente con la cooperativa El Corazón. Esta relación abre la puerta a la posibilidad de comercializar nuevos productos justos, como los tomates deshidratados, el trigo para la producción de pastas alimenticias y los pimientos picantes. Debemos mencionar, sin embargo, que hasta muy recientemente, muy pocos esfuerzos se han llevado a cabo por parte de Los Robles para ayudar efectivamente a sus miembros más precarios, esta actitud parece evolucionar. Así, si al comienzo de la relación, la OCE mostró una cierta flexibilidad, la prioridad era la rectificación de la empresa, actualmente los valores de Los Robles parecen reajustarse y converger cada vez más hacia los del movimiento justo. El Fondo ecológico y social creado por Los Robles con el apoyo de Oxfam-Wereldwinkels, es el testimonio de un comienzo de un reequilibrio socio económico.

Por otra parte, el análisis de la cooperativa El Corazón revela que el apoyo de una OCE del norte, es una condición necesaria aunque no suficiente para la mejoría de la situación de los pequeños productores. Una actitud positiva y por activa de parte de la agrupación puede influenciar favorablemente la situación de los productores marginales. Un comercio justo exitoso, necesita de una contribución y compromiso conjuntos que involucre esfuerzos recíprocos. Para que el comercio justo aporte mejoras, es indispensable que los campesinos-pequeños productores se comprometan en el proceso, lo



que no parece ser el caso entre la mayoría de los miembros de El Corazón, cuyas edades avanzadas, hacen que la inversión para la mejoría de la producción sea recelosa. Hace falta la transferencia de tierras, para que los hijos de los miembros que así lo desean, puedan ingresar a la cooperativa.

Uno de los grandes impactos del movimiento de comercio justo, en el caso de Sagrada Familia, ha sido favorecer la creación de una nueva empresa, fundada para y por los pequeños productores que explotan una pequeña parcela. Además de mejorar considerablemente la situación financiera de estos campesinos, la participación de sus labores en el movimiento justo, les ha permitido poder emanciparse, a través de la creación de una empresa colectiva en la que participan activamente. Por tener sólo una pequeña parte del mercado, Sagrada Familia no puede comercializar totalmente la cosechas de sus socios. Adicionalmente, el análisis de la cadena de actividades generadoras de valor agregado de Sagrada Familia revela que la producción del vino *Lautaro* incluye muchos intermediarios, entre ellos la empresa a cargo de la vinificación de las uvas y la que embotella el producto terminado. El rendimiento de estas actividades no se adiciona directamente a las ganancias de Sagrada Familia y sus proveedores, sino más bien a las empresas locales que contribuyen a mejorar el destino de la comunidad por medio del empleo local.

En conclusión, el desarrollo y los impactos del comercio justo no son independientes de las relaciones de interdependencia que se dan entre los participantes. Una asociación justa es el resultado de un ajuste mutuo y continuo entre sus asociados. En esa asociación, es importante tener presente las complejidades inherentes a los individuos, a la organización, a la comunidad, y así mismo al tipo de producto. El intercambio justo surge como una construcción social con aspiraciones de crear lazos de acercamiento entre los socios del norte y del sur para limitar las desigualdades dentro de la actividad comercial.

Sin embargo, aunque las asociaciones Norte-Sur son frecuentemente cuestionadas, la presente investigación también se interroga sobre la posibilidad de una asociación entre las agrupaciones de productores del sur. ¿Qué tipo de cooperación y de relación justa podría crearse entre estas tres empresas colectivas, que ofrecen su producto al mismo público de consumidores de vino justo, es decir los clientes de *Magasins du monde*, por medio de la misma OCE? La cercanía geográfica así como las actividades complementarias de las tres empresas colectivas estudiadas, hacen propicia una cooperación entre ellas, apuesta de un mejor resultado y de un desarrollo comunal superior. El intercambio ético se anuncia pues no sólo en las relaciones norte-sur, sino también en las esferas sur-sur y norte-norte.

## **Bibliografía**

BENGOA, J. *El Campesinado chileno, después de la reforma agraria*. Santiago: Ediciones Sur, 1983

DEL POZO, J. *Historia del vino chileno*. Santiago: Editorial universitaria, 1999

### **Colecciones de documentos internos**

Cooperativa Agrícola Vitivinícola de Curicó (2001) Memoria Anual Balance General

Cooperativa Campesina El Corazón (2001-2002) Memoria General de Actividades

Oxfram-Wereldwinkels (2001) Monitoring and evaluation framework report

Oxfram-Wereldwinkels (2001) Summary Los Robles Curicó, Chile

Oxfram-Wereldwinkels (1996) Summary Sagrada Familia, Chile

Sociedad Vitivinícola de Sagrada Familia (2001) Documento interno