

Pablo Laguna, Zina Cáceres, Aurélie Carimentrand

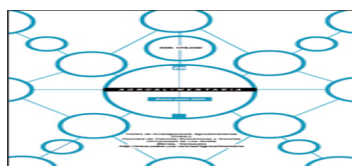
Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global: coordinación y estructuras de gobernancia en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo

Agroalimentaria, vol. 12, núm. 22, enero-junio, 2006, pp. 65-76,

Universidad de los Andes

Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199216556006>



Agroalimentaria,
ISSN (Versión impresa): 1316-0354
agroalimentaria@ula.ve
Universidad de los Andes
Venezuela

¿Cómo citar?

Fascículo completo

Más información del artículo

Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

DEL ALTIPLANO SUR BOLIVIANO HASTA EL MERCADO GLOBAL: COORDINACIÓN Y ESTRUCTURAS DE GOBERNANCIA EN LA CADENA DE VALOR DE LA QUINUA ORGÁNICA Y DEL COMERCIO JUSTO

Pablo Laguna¹
Zina Cáceres²
Aurélie Carimentrand³

Recibido: 20-12-2005

Aceptado: 18-02-2006

RESUMEN

El presente artículo tiene por objetivo describir y analizar el desarrollo de la cadena global de valor de la quinua real, asociada a la demanda de los consumidores de los mercados agroalimentarios de calidad específica. Considerando organizaciones de productores y empresas privadas locales y multinacionales, los autores abordan la evolución de las formas de coordinación y de las estructuras de gobernanza que sustentan la calidad orgánica y del comercio justo, en particular el surgimiento de las Organizaciones Económicas Campesinas, la agricultura bajo contrato y la creación de filiales de los distribuidores europeos. Para guiar el análisis recurrimos a la teoría francesa de las convenciones y al enfoque de las cadenas globales de valor.

Palabras clave: Bolivia, globalización, cadena de valor, quinua, comercio justo, gobernanza.

ABSTRACT

This article aims to describe and to analyze the recent development of real organic quinoa global value chain, linked to consumer demand in specific quality food markets. Taking into account small producers' organizations and local and multinational private companies, the authors consider the evolution of forms of coordination and governance structure linked to organic and fair trade quality, in particular the creation of peasants economic organization, contract farming, and European distributor subsidiaries. The main tool for this analysis is the French Conventions Theory and the Global Value Chain approach.

Keywords: Bolivia, globalization, value chain, quinoa, fair-trade, governance.

¹ Estudiante de doctorado en sociología rural del desarrollo, Wageningen University, Países-Bajos. **e-mail:** Pablo.Laguna@wur.nl.

² PhD. en Desarrollo, Agricultura y Sociedad, Universidad Federal Rural de Río de Janeiro, Brasil. **e-mail:** zcb99@yahoo.com

³ Estudiante de doctorado en economía de la Universidad de Versailles, Francia. **e-mail:** aurelie.carimentrand@c3ed.uvsq.fr

RESUME

Cet article vise à décrire et à analyser le développement récent de la filière globale du quinoa, associé à la demande des consommateurs des marchés agroalimentaires de qualité spécifique. Tenant compte des organisations de producteurs et des entreprises privées locales et multinationales, les auteurs étudient l'évolution des formes de coordination et des structures de gouvernance qui soutiennent la qualité «agriculture biologique» et «commerce équitable», en particulier l'émergence des organisations économiques paysannes, l'agriculture sous contrat et la création de filiales de distributeurs européens. Afin de guider cette analyse, ils mobilisent les outils conceptuels de la théorie des conventions et de l'approche des filières globales (global value chains).

Mots clé : Bolivie, globalisation, filière, quinoa, commerce équitable, gouvernance.

INTRODUCCIÓN

La reciente evolución del sistema agroalimentario mundial hacia el surgimiento de mercados de alimentos de calidad específica, tales como orgánicos, nutracéuticos, del comercio justo y de denominación de origen, está siendo impulsada por los cambios en la demanda del consumidor del norte, más preocupado con la salud, con el medio ambiente y con las cuestiones ciudadanas. Dicha tendencia ofrece nuevas oportunidades de inserción al mercado internacional para campesinos de economías en desarrollo y constituye una oportunidad para revalorar productos autóctonos marginados como, por ejemplo, la quinua⁴ cultivada en los Andes.

Ese nuevo contexto frenó la histórica tendencia en la Región Andina de caída de la producción y consumo de la quinua del Altiplano, sobretudoo la de los años de la República, cuando la gran mayoría de los cultivos alimenticios de origen andino fueron estigmatizados como alimentos de pobres e indios, quedando marginados y circunscritos al autoconsumo y al intercambio no mercantil (Laguna, 2005a). Desde fines de los años 1960 se intentó revertir esa tendencia negativa con la implementación del modelo de sustitución de importaciones y la «Revolución Verde», buscando así reducir desequilibrios de la balanza comercial y mejorar la seguridad alimentaria. Entonces, a través de acciones del Ministerio de Agricultura, centros públicos de investigación agropecuaria⁵ y universidades, con el apoyo de la FAO⁶ y del IICA⁷, los gobiernos andinos de Perú, Bolivia y Ecuador fomentaron la producción e industrialización de alimentos andinos de alto valor nutritivo, entre ellos la quinua⁸, en un sentido productivista. Más fue a principios de la década del 2000 que se alcanzaron volúmenes de producción y comercialización de quinua significativos para esta región. Esta última dinámica representó un proceso de revaloración de la quinua, fundado en nuevos atributos de calidad cuyo impacto superó a los esfuerzos de las décadas de 1970 y de 1980 del modelo productivista de agricultura intensiva promovido por esos gobiernos. Perú y Bolivia son los productores de quinua más importantes al nivel global, proveen el 54% y el 43%, respectivamente, de la cosecha mundial. Actualmente Bolivia es el país líder en las exportaciones mundiales de quinua (Laguna, 2005a).

⁴ *Chenopodium quinoa* Willd.

⁵ Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA) del Perú, el Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas y Pecuaria (INIAP) del Ecuador y el Instituto Boliviano de Tecnología Agropecuaria (IBTA).

⁶ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

⁷ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

⁸ Comparada con cereales como el trigo, la cebada o el centeno, la quinua es un grano pequeño que llega a medir poco más de 2mm de diámetro que no obstante posee una mayor cantidad y mejor calidad de aminoácidos y aceites esenciales y mayores concentraciones en vitaminas y minerales, cualidades que le confieren un alto nivel nutritivo (Koziol, 1992). Además, a diferencia del trigo, la quinua carece de gluten.

El presente estudio tiene por objetivo describir y analizar la evolución de las formas de coordinación y de las estructuras de gobernanza que sustentan la calidad orgánica y la calidad del comercio justo de la cadena global «sur-norte» de valor de la quinua real. Se entiende aquí la configuración de la cadena global de la quinua como resultado de la relación entre la naturaleza de los «contenidos de la calidad», la naturaleza de las convenciones (formas de coordinación) y las estructuras de gobernanza. Para ello, interesan las acciones de los actores-productores agrícolas, organizaciones económicas campesinas (OECAs), empresas privadas procesadoras, exportadoras, importadoras y/o distribuidoras, sean de origen privado o de la sociedad civil (ejemplo, comercio justo) y/o de alcance transnacional; y en las acciones de las instituciones de apoyo: instituciones públicas, ONGs, certificadoras, organismos internacionales de cooperación, vinculados por la calidad de la quinua aceptada en el mercado internacional, específicamente el europeo. Para guiar el análisis se recurre a la teoría francesa de las convenciones y al enfoque de las cadenas globales de valor, basándose en entrevistas realizadas en el estudio de campo y en información secundaria.

1. PRODUCIENDO CALIDAD INDUSTRIAL Y LOCAL: LA QUINUA REAL ORGÁNICA DEL ALTIPLANO SUR DE BOLIVIA

Son muchas las variedades de quinua existentes, las cuales se distribuyen según eco regiones, pues las características morfológicas y fisiológicas de estas variedades dependen de condiciones ecológicas particulares denominadas ecotipos. Los ecotipos que crecen alrededor de los salares del Altiplano Sur Boliviano, en los departamentos de Oruro y Potosí, pertenecen a la ecoregión «Quinua Real». Se adaptan a la salinidad del suelo, la extrema aridez, las temperaturas negativas y poseen el mayor tamaño de grano, al color más blanco y el mayor contenido en saponina (Tapia, 1976 y 1990).

Conciente de la demanda potencial existente por la quinua real y en consecuencia de sus cualidades morfológicas, a principios de la década de los años 1970, el estado boliviano promovió la difusión de tecnología agropecuaria (variedades mejoradas, fertilizantes, fitosanitarios y maquinaria agrícola) y para el desaponificado de la quinua mediante el lavado y secado (vía húmeda), mediante institutos de investigación agropecuaria. La tecnología y el conocimiento generados para la producción por los institutos públicos de investigación no respondieron a las necesidades y realidades de los productores de quinua del Altiplano Sur ni a la de sus sistemas de cultivo, que difieren de las del resto del Altiplano Andino. Tampoco la tecnología de beneficio por la vía húmeda permitió beneficiar la quinua real producida en esta región.

La valoración de la quinua real ya se había iniciado desde los años 1950 en mercados no registrados, tanto para el interno como para su exportación hacia el Perú, a través de redes de intermediarios formadas por comerciantes de esta región y del altiplano peruano. A partir de 1984 la irrupción de las organizaciones económicas campesinas (OECAs) productoras de quinua, en particular la Central de Cooperativas Operación Tierra (CECAOT) y la Asociación Nacional de Productores de Quinua (ANAPQUI), contribuyó a facilitar la comercialización de la quinua real. Éstas contaron con el apoyo de ONG belgas y se propusieron como objetivos mejorar las condiciones de vida de sus productores, a través de la obtención de mejores precios y de valor agregado integrando niveles en la cadena de la quinua al asumir su acopio, beneficio⁹, transformación parcial y comercialización. Esta experiencia de *upgrading* del productor agrícola, por medio del

⁹ Desaponificado, limpieza y calibrado del grano.

modelo OECA, convirtió a una parte de los campesinos organizados del Altiplano Sur en los actores más importantes de la cadena global de valor de la quinua (Cáceres, 2005).

Esta opción permitió a las OECAs competir con un número reducido de empresas dedicadas al acopio, beneficio y exportación de quinua, logrando concentrar entre 1991 y 1999 gran parte de las exportaciones registradas de quinua real hacia Estados Unidos, Europa y Perú, incluso de las ventas no registradas de quinua real hacia este último país. La consolidación de las OECAs de la quinua contribuyó a afirmar la opción de exportación exclusiva de los ecotipos de quinua real, fuente de calidad de la cadena de valor global de la quinua boliviana. Todos estos exportadores utilizaron maquinaria para el beneficio por vía seca¹⁰ diseñada y, en ciertos casos, construida en Perú. Para poder lograr remover el elevado nivel de saponina debieron realizar un lavado y secado tradicional a la intemperie (Healy, 2001). El secado al aire libre favorecía no obstante la contaminación del grano de quinua y la maquinaria disponible no garantizaba aún una remoción total de impurezas, en particular de la saponina¹¹, piedrecillas y heces de roedores. Los problemas de limpieza y clasificación del grano fueron superados gracias al apoyo de instituciones públicas y de programas de cooperación procedentes de organismos internacionales. Inicialmente, la Unión Europea financió el Programa de Auto-Desarrollo Campesino Oruro (PAC), que permitió generar en 1989 la primera tecnología industrial de beneficio de la quinua real por la vía mixta, que se caracteriza por un escarificado seguido de un lavado y un secado, acciones combinadas con varios etapas de clasificación del grano¹². Esta ingeniería fue luego mejorada por parte del personal técnico que inicialmente la diseñó, a través de un proyecto financiado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) a partir de 1990; con él se financió la construcción y equipamiento de la planta de beneficiado de quinua de la organización campesina ANAPQUI y una más para cada una de sus cuatro organizaciones regionales. Esta tecnología de procesamiento de quinua ha sido utilizada de manera exclusiva por el conjunto de los exportadores bolivianos de quinua hasta el 2005, año en que algunos de ellos han empezado a equiparse con nueva tecnología generada en Bolivia, con apoyo financiero del USAID¹³ y Danida, que ahorra energía y agua y reduce considerablemente la presencia de impurezas en la quinua.

Paralelamente, el proyecto del PNUD encomendó la realización de un profundo estudio de la demanda de quinua real en el mercado nacional y, en menor medida, el internacional cofinanciado por el IICA (IICA/PNUD, 1991). Sus resultados acrecentaron información a los anteriores estudios de mercado, encargados por el Ministerio de Agricultura (financiado por el BID y la Junta del Acuerdo de Cartagena), cuyo objetivo fue evaluar la demanda de quinua de Estados Unidos (J.E. Austin Associates, 1988) y local (Ordóñez y Morales, 1988). Estos dos últimos trabajos aconsejaron la producción y exportación de quinua real convencional como la referencia nacional de calidad, por la buena apariencia de este grano de tamaño grande y color blanco, que permite diferenciarlo de variedades de quinua producidas en Ecuador y Perú. Tal recomendación confirmaba la opción de los exportadores de quinua real convencional, frente a la constatación de una creciente demanda externa. Sin embargo, el estudio encomendado por el IICA y el PNUD propuso la adopción de una nueva calidad para las exportaciones de quinua real. Años más tarde esta calidad orgánica se constituiría en un verdadero pasaporte, que intensificó la inserción de la quinua a los mercados de calidad específica (Cáceres y Carimentrand, 2004b).

¹⁰ Escarificadores y seleccionadoras.

¹¹ La saponina es un alcaloide de sabor amargo, que se encuentra en la capa externa del grano de la quinua.

¹² Ésta fue instalada y donada por este programa, junto con la infraestructura necesaria para su operación, a la Planta Procesadora de Quinua de Salinas (PPQS).

¹³ United States Agency for International Development.

2. COEXISTENCIA DE CONVENCIONES DE LA CALIDAD DE LA QUINUA

2.1 NUEVA CALIDAD, NUEVAS FORMAS DE COORDINACIÓN Y NUEVAS ESTRUCTURAS DE GOBERNANCIA

El abordaje de las convenciones de calidad de Eymard-Duvernay (1989) ha sido adaptado al estudio de las cadenas agroalimentarias de calidad específica, y en particular a la agricultura orgánica en Francia, por Sylvander (1995) y al estudio de las cadenas de comercio justo por Renard (2003). Para Sylvander (1995) existen cuatro formas de coordinación para relacionarse y establecer calidad. La primera es la *coordinación industrial*, que se basa en el cumplimiento de normas y reglas objetivas y de procesos de control externos. La segunda es la *coordinación doméstica*, la cual se apoya en relaciones de proximidad y de confianza de personas, localidades de origen y marcas. La tercera es la *coordinación cívica*, que se refiere a la adhesión a principios colectivos, como la preservación del medio ambiente, la solidaridad, el respeto de condiciones laborales, etc. Finalmente, la cuarta es la *coordinación mercantil*, establecida en función a las leyes del mercado y particularmente el precio de transacción.

En el caso de la coordinación industrial, las mutaciones del sistema alimentario mundial vienen transformando la función de los estándares de calidad en el acceso al comercio mundial. Éstos ya no están exclusivamente sujetos a la dinámica de productos homogéneos y sustitutivos (*commodities*) evaluados según los atributos usuales de calidad o «4 S» (Salud, Seguridad, Sabor y Servicio), sino también a la dinámica de productos de calidad específica, evaluados según atributos del tipo *credence* que integran valores cívicos y culturales. Estos nuevos productos requieren de reglas objetivas sobre sus cualidades y sus procesos de obtención, como también de controles de estos procedimientos y del flujo del producto a lo largo de la cadena de valor (trazabilidad), que dan lugar a su certificación y otorgan garantía de calidad al consumidor mediante nuevos estándares de calidad, específicamente los estándares para los productos orgánicos, los productos del comercio justo y las denominaciones de origen. En efecto, la verificación objetiva de la calidad es necesaria puesto que las relaciones entre actores de la cadena son contingentes a la información de la cual disponen. Además, la emergencia de nuevos estándares de calidad, antes centrados en la función de reducción de los costos de transacción, surge como una nueva herramienta estratégica para la penetración de mercado (Giovannucci y Reardon, 2000). Los estándares de calidad sirven también para transmitir una ética relacional del productor hasta el consumidor, sea en el comercio justo (Carimentrand y Ballet, 2004), como también en el orgánico.

El vínculo entre las formas de coordinación de la calidad y las estructuras de gobernanza fue concebido inicialmente por Ponte y Gibbon (2003) y de acuerdo con la tipología de Gereffi (1999), la gobernanza de la cadena de valor global de la quinua real corresponde al tipo *buyer-driven* u orientada por el comprador (Cáceres, 2005) siendo que en su interior coexisten varias formas de coordinación y arreglos institucionales: mercado, formas híbridas (contratos, convenios) e integración vertical.

2.2. CONVENCIONES DE CALIDAD, FORMAS DE COORDINACIÓN Y ESTRUCTURAS DE GOBERNANCIA ENTRE ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DE LA QUINUA REAL ORGÁNICA Y DEL COMERCIO JUSTO

En esta sección se presenta cómo estas diferentes formas de coordinación y de estructuras de gobernanza están asociadas a la construcción de la calidad específica en la cadena de la quinua real.

2.2.1 PREDOMINIO DE LA COORDINACIÓN CÍVICA Y DOMÉSTICA EN EL NACIMIENTO DE LA CADENA GLOBAL DE VALOR DE LA QUINUA

Las organizaciones económicas campesinas accedieron rápidamente a los mercados externos de los países del norte gracias a la acción de varios importadores, en particular de los históricos actores del comercio justo de estos países, que fomentaron la demanda de la quinua, con quienes se establecieron lazos justificados en los valores cívicos, en particular la solidaridad, la cooperación para el desarrollo, la revalorización del saber campesino e indígena y la mejora de sus condiciones de vida, constituyendo así una coordinación cívica (Cáceres y Carimentrand, 2004b). Entre 1984 y 1985, CECAOT empezó a exportar quinua real convencional para *Quinoa Corporation*, empresa estadounidense pionera en el desarrollo del mercado de la quinua en ese país. La intención de esta empresa era la de expender quinua en los Estados Unidos por su utilidad nutricional¹⁴, así como utilizar el consumo de quinua en este país, símbolo de modernidad y progreso para las élites latinoamericanas, como una imagen que permitiría revalorar este cultivo marginado de altas propiedades alimenticias ante la población criollo-mestiza boliviana, que controlaba el poder económico y político del país. Para los fundadores de *Quinoa Corporation* esta etapa era necesaria para contribuir a mejorar la seguridad alimentaria de las poblaciones bolivianas empobrecidas, sometidas a regímenes alimentarios menos nutritivos con base en el trigo subsidiado por programas de donaciones alimentarias de Estados Unidos. Dicha iniciativa perseguía incrementar la demanda interna y las ventas de quinua real, contribuyendo a la vez a la mejora de los ingresos y de las condiciones de vida de los productores indígenas del Altiplano Sur. Pero el lento crecimiento de las ventas de *Quinoa Corporation* la llevó a dejar de importar quinua real en 1986. Luego en 1988 Inca Brand, otra empresa del mismo país, retomó el mismo camino, importando quinua real convencional suministrada por ANAPQUI.

Por el lado europeo, ese mismo año, los miembros de EFTA¹⁵ establecieron relación comercial con ANAPQUI, gracias a la mediación de SOS-Faim, una ONG belga que apoya la constitución de organizaciones de productores en países en desarrollo, con la finalidad de mejorar los ingresos y las condiciones de vida de los productores de quinua y de apoyar la constitución de las OECAs con protagonismo y capacidad de negociación en los procesos de desarrollo local y regional.

Adicionalmente, surgieron otras iniciativas por parte de importadores franceses, quienes jugaron un papel activo en el incremento de su demanda y en el establecimiento de lazos comerciales con distribuidores, apelando a criterios cívicos, en particular a la solidaridad y la lucha contra la pobreza de las poblaciones indígenas que los producen. En ese entonces las exportaciones de quinua real convencional eran lideradas por CAM, empresa familiar boliviana importadora de quinua para el mercado de productos dietéticos en Europa, según la forma de coordinación mercantil. Ese año, buscando distribuidores en Francia, esta empresa acudió al representante boliviano ante la ONUDI¹⁶, por su interés en promover proyectos industriales para la sustitución del cultivo de la coca en Bolivia. En 1990, gracias a esta mediación de carácter personal y presentándose como el comprador que mejor pagaba a los productores de quinua, CAM logró asociarse con Euronat, una empresa distribuidora de cereales orgánicos, y Moulin des Moines, otra empresa que fabricaba

¹⁴ Según el testimonio de Stephen Gorad, cofundador de esta empresa recogido por Wood (1985).

¹⁵ EFTA se creó en 1990 y reúne a las siguientes organizaciones importadoras europeas del comercio justo: EZA Dritte Welt (Austria), Magasins du Monde-OXFAM y Oxfam Erelwinkels (Bélgica), Gepa (Alemania), Solidar Monde (Francia), CTM (Italia), Fair Trade Organisatie (Países Bajos), Intermon Oxfam e Ideas (España), Claro ex-OS3 (suiza), Traidcraft y Oxfam (Reino Unido).

¹⁶ Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Industria.

alimentos con quinua bajo su marca y la de Euronat. Al año siguiente, a la nueva red se asoció la ONG Punto de Apoyo, que buscaba apoyar proyectos humanitarios en Francia y en países en desarrollo. CAM enroló a sus asociados utilizando un discurso comercial basado en el potencial mercantil de la quinua por sus propiedades nutritivas y apropiando el discurso de los valores cívicos asociados a la quinua, recalando que el desarrollo del volumen de ventas de quinua en Europa mejoraba los ingresos de los habitantes del Altiplano y evitaba que migraran hacia el pie de monte amazónico del Chapare para sembrar coca¹⁷. Ambos argumentos fueron retomados ante consumidores y distribuidores por estas empresas, en particular por Euronat en su mercadeo (Perreol, 2004) y por la ONG¹⁸, la cual utilizando su estatuto humanitario obtuvo la autorización de comercializar gratuitamente quinua real dentro de los supermercados de la cadena «Super U» del este de Francia, a partir de 1991, percibiendo por ésta tarea una comisión por ventas de parte de Euronat.

2.2.2 GIRO ORGÁNICO Y EXPANSIÓN COMERCIAL: COEXISTENCIA ENTRE LOS VALORES CÍVICOS Y LOS INDUSTRIALES

Entre 1985 y 1990 la demanda de quinua convencional en los países del Norte, distribuida entre el mercado dietético y el solidario, mostraba un reducido crecimiento caracterizado por importantes oscilaciones (Laguna, 2002), que amenazaban la viabilidad de empresas que deseaban especializarse en la venta de la quinua, en particular Quinoa Corporation¹⁹. A partir de 1990, la demanda de quinua real en los países del Norte (Estados Unidos y Europa) cambió su requerimiento, tornándose casi exclusivamente orgánica, a partir de 1995 en Europa y de 1999, en Norteamérica. Ello establecía un nuevo atributo de calidad, que permitió diferenciar la quinua de variedad real blanca boliviana del resto de variedades. Así la quinua siguió la tendencia de crecimiento de la demanda de consumo de productos orgánicos (Laguna, 2002). Fueron los importadores los que promovieron la demanda de quinua real orgánica en los países del Norte buscando adaptarla a los modos de consumo locales. Para esto, diversificaron su presentación mediante el desarrollo de alimentos a base de quinua real (galletas, pastas, *musli*, barras energéticas, snacks, etc.), escribieron libros de promoción del valor nutritivo y de la dimensión cultural de la quinua, elaboraron recetarios en los que este grano figuraba como ingrediente principal y realizaron campañas de promoción ante los consumidores en cadenas de tiendas orgánicas, en particular Euronat-Priméal (Laguna, 2002). A partir de 1992 la marcada competencia existente en el mercado orgánico estimuló a empresas francesas, belgas y holandesas, competidoras de Euronat, a importar quinua orgánica, en particular de las empresas Markal, Lima y Celnat.

En ese proceso movilizador se anexaron nuevos territorios y actores, sobretodo campesinos del Altiplano antes marginados del *mainstream* del Sistema Agroalimentario, y se consolidó el inédito «alargamiento» de la cadena de la quinua en sentido sur-norte (Cáceres, 2005). El inicial acceso de ANAPQUI al mercado orgánico europeo se apoyó en lazos mercantiles y político-institucionales construidos con importadoras para el comercio justo e instituciones de cooperación para el desarrollo, que además tenían como valor cívico adicional el de la preservación del medio ambiente y de la salud de los consumidores. En 1991 las organizaciones importadoras miembros de EFTA, en particular Gepa y Claro²⁰, y

¹⁷ Cuya hoja es utilizada como materia prima para la producción de cocaína.

¹⁸ Véase los múltiples artículos publicados en cotidianos del este de Francia a partir de 1991, particularmente en «L'Alsace» y «Dernières Nouvelles d'Alsace».

¹⁹ En una carta enviada a ANAPQUI en octubre 1987, Stephen Gorad, cofundador de Quinoa Corporation, contaba los momentos difíciles por los que pasaba su empresa para explicar por qué no podía empezar a comprarles quinua.

²⁰ Anteriormente OS-3.

el DED²¹, una ONG alemana dedicada a la asistencia técnica para el desarrollo, fomentaron la reconversión hacia la producción orgánica de varias OECAs cafetaleras y de la Central de Cooperativas «El Ceibo», productora de cacao. Esta opción fue estratégicamente concebida por EFTA en 1990 como una alternativa para expandir la demanda del mercado solidario en los países del Norte, aprovechando los cambios en los patrones de consumo en estos países surgidos en la coyuntura de la Cumbre sobre el Desarrollo Sostenible, organizada por las Naciones Unidas en 1992 (Bowen, 2001). EFTA promovió la demanda orgánica de la quinua, expandiendo su demanda y sus ventas en cadenas de tiendas del mundo²². En los años siguientes este mismo tipo de relaciones comerciales se replicó entre ANAPQUI e importadoras alemanas, que buscaron apoyar una producción sostenible, particularmente con Naturland y El Puente.

No obstante se requería de coordinaciones industriales que pudieran garantizar al consumidor que los productos orgánicos producidos por los pequeños productores bolivianos respondían a criterios internacionalmente normalizados. En esta situación Gepa y el DED convencieron a estas organizaciones para que se sumasen al proceso de creación de la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB) y se adhieran a ésta. La función de AOPEB es la de promover el desarrollo de la agricultura orgánica, tanto en su producción como comercialización, así como la de elaborar las normas bolivianas para su producción y transformación, las cuales carecen de reconocimiento por un país tercero. AOPEB, con el apoyo del DED y de accionistas independientes, creó BOLICERT. Es una empresa certificadora orgánica boliviana que tiene por misión verificar el cumplimiento por productores, organizaciones y empresas de las normas para la producción ecológica de AOPEB. Desde mediados de los años 1990, Bolicert ha establecido normas propias en conformidad con los estándares de la IFOAM²³ del reglamento CEE No. 2092/91 de la Unión Europea y, a partir del 2002, concordantes con el del *Organic Foods Production Act* de Estados Unidos y el *Japanese Agricultural Standard* del Japón. Esto le ha permitido obtener acreditación ante la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, al tiempo que han permitido a las organizaciones bolivianas de productores ecológicos exportar a estos países.

Para institucionalizar el apoyo técnico y la certificación interna para la producción de quinua orgánica, ANAPQUI inició en 1992 el programa de producción de quinua natural (PROQUINAT), cuyas acciones fueron hacer conocer las normas de la producción orgánica vigentes en los países del Norte, difundir técnicas de cultivo compatibles e implementar un sistema interno de certificación de los productores orgánicos (Ramos, 2000). Con la buena perspectiva del aumento de las exportaciones de ANAPQUI, la Central de Cooperativas Agropecuarias Operación Tierra CECAOT decidió seguir la misma estrategia tres años después, empezando a exportar quinua orgánica en 1996.

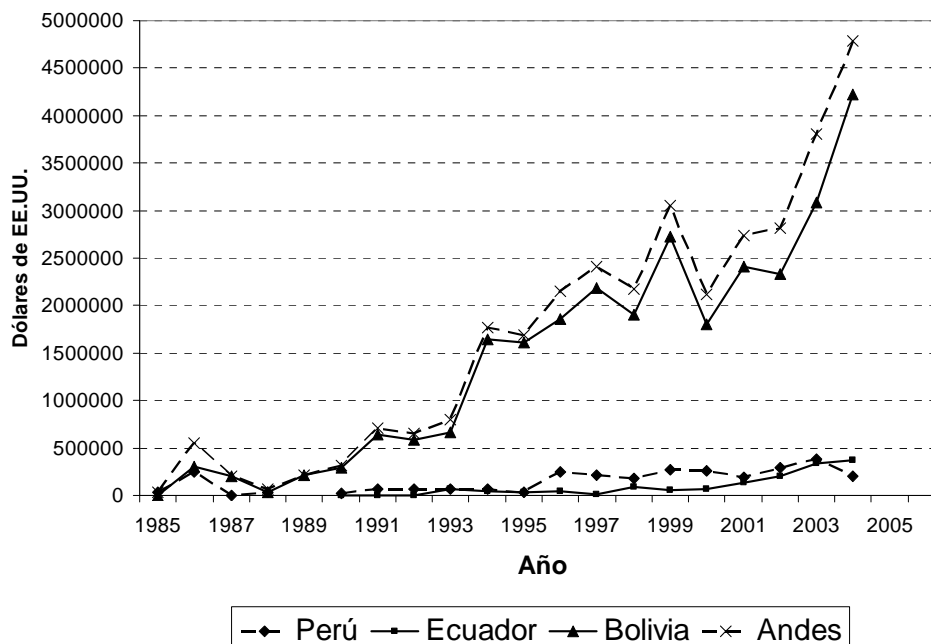
La acción colectiva de los campesinos fundadores de estas OECAs les significó ser los primeros actores bolivianos en incursionar en la producción y comercialización de la quinua orgánica y en fomentar la expansión de sus exportaciones. Entre 1990 y el 2004, según datos oficiales del gobierno boliviano (IMPEX-Bolivia y SIVEX-Bolivia), el valor anual de las exportaciones registradas de quinua se había multiplicado por quince, pasando de más 292.000 a 4.200.000 US\$ (Gráfico 1). Tal evolución corresponde a un crecimiento de once veces del peso exportado de quinua, es decir, a un salto de 344 a 3.700 toneladas por año. Estas exportaciones están esencialmente destinadas hacia Francia, Estados Unidos, Países Bajos y Alemania (Laguna, 2003).

²¹ El Servicio Alemán de Cooperación Social-Técnica (DED por sus siglas en alemán).

²² Agrupadas bajo el nombre de NEWS!

²³ International Federation of Organic Agricultural Movements (IFOAM).

Gráfico 1
Evolución de las exportaciones andinas de quinua, 1995-2004 (US\$)



Fuente: Bolivia, IMPEX (1985-1994) y SIVEX (1995-2004); Ecuador: Banco Central del Ecuador; Perú: Aduanas del Perú.

2.2.3 PREDOMINIO DE LA COORDINACIÓN INDUSTRIAL Y MERCANTIL EN LA EXPANSIÓN DE LA CADENA DE LA QUINUA REAL ORGÁNICA

Con su inserción en los mercados de calidad específica de los países del Norte, las OECAS enfrentaron presiones venidas de la coordinación mercantil del mercado global así como de la coordinación industrial, sobretudo por la proliferación de las empresas privadas en la cadena, las que introdujeron nuevas estructuras de gobernanca que reforzaron la modalidad de agricultura de contrato (Cáceres y Carimentrand, 2004b). A esto se sumaron nuevos parámetros como la certificación orgánica, cuya obtención significaba el reconocimiento en los países importadores de la inocuidad sanitaria emitida por el Estado Boliviano. A partir de 1991 CECAOT nuevamente empezó a exportar hacia los países del Norte con un intermediario por un broker, que le impide conocer la identidad de los importadores. Desde entonces la relación comercial entre éste y CECAOT se establece en torno a la definición de precios de exportación relativamente bajos, en comparación a los percibidos por ANAPQUI y las empresas bolivianas filiales de multinacionales francesas²⁴. Esta dependencia de la coordinación mercantil, con precios bajos, se ha mantenido hasta el 2005, pese a la nueva especialización de CECAOT centrada en la producción y comercialización de quinua real orgánica, que implica que sus relaciones con sus compradores también se apoyen en una coordinación industrial. Paralelamente, la otra OECA, ANAPQUI también sufrió con la presión de la coordinación mercantil. Ella, a través de la fundación «Bolinvest» (creada por el Estado Boliviano con financiamiento de

²⁴ Entre el 2000 y el 2004, CECAOT vendió la tonelada en un precio promedio de 1050 \$ US mientras que ANAPQUI la vende en 1.200 US\$, Jatary-Thunupa lo hace entre 1.250 y 1.350 US\$ y Quinuaboli, entre 1100 y 1.150 US\$ (Laguna, 2005b).

USAID), estableció vínculos comerciales con Quinoa Corporation (QC) en 1991. El cambio de algunos de los propietarios de esta empresa norteamericana significó, a partir de 1987²⁵, la adopción de una estrategia más mercantil, por parte de la QC, en un contexto de creciente demanda estadounidense por alimentos nutritivos. Esta empresa asumió como principal objetivo incrementar sus ingresos, multiplicando la distribución de la quinua real pero dejando de lado el abastecimiento preferencial con quinua de las organizaciones campesinas. De ese modo, la empresa, entre 1988 y 1990, pasó a comprar quinua de la empresa privada CAM. No obstante, esta nueva relación, inscrita en criterios esencialmente mercantiles, se interrumpió por estafas del gerente de CAM.

En esta situación Quinoa Corporation decidió nuevamente proveerse de quinua convencional de ANAPQUI, quién era el primer exportador que tenía una planta de beneficiado industrial financiada con donaciones del PNUD. Reestablecida la relación, QC empezó a valorar el hecho de apoyar organizaciones de productores tomando así una nueva perspectiva cívica. Aunque el grano importado revelaba aún una elevada presencia de impurezas, la empresa norteamericana optó por dejar a ANAPQUI realizar las primeras etapas del proceso de desaponificación, limpieza y clasificación, realizando una limpieza adicional luego de importar el grano. Según David Schnorr, gerente de esta empresa, la realización de estas operaciones preliminares era más rentable en Bolivia que en Estados Unidos y además permitía dejar mayor valor agregado a los productores de quinua organizados (McCord, 1995: 14).

A estas coordinaciones mercantiles se añadió un nuevo Grades & Standard en la cadena: la certificación orgánica de la quinua. En 1998 Quinoa Corporation empezó a adquirir de ANAPQUI quinua real con certificado orgánico, utilizado como una prueba de inocuidad sanitaria del grano que adquiriría. Pero la aparición de nuevas empresas exportadoras en Bolivia, a partir de 1999, debilitó la relación comercial entre ANAPQUI y Quinoa Corporation. De este modo, a partir del año 2000, esta empresa pasó a proveerse quinua de ANAPQUI y de la empresa privada boliviana ANDEAN VALLEY, la que bajo criterios de la coordinación industrial creó una situación de competencia que redujo el precio pagado por la quinua real orgánica importada²⁶. Aprovechando esta circunstancia la empresa norteamericana obliga a sus proveedores a mejorar la limpieza y la homogeneidad del grano que le suministran. Este tipo de coordinación viene prevaleciendo con los nuevos importadores de países europeos, asiáticos y latinoamericanos, con los que ANAPQUI ha establecido contacto desde mediados de los años 1990.

2.2.4 LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DE LA CRÍTICA DEL CAPITALISMO EN LA CADENA DE LA QUINUA: LA LEGITIMIDAD Y EL USO DEL COMERCIO JUSTO, DE LA COYUNTURA Y DEL MARKETING

Según Boltanski y Chiapello (1999), el capitalismo demuestra cierta capacidad para «ingerir» su propia crítica. En efecto, para el caso de la cadena de la quinua real orgánica y del comercio justo, las multinacionales han logrado cierta legitimidad ante una multitud de actores, adaptando principios del movimiento del comercio justo a sus prácticas. No obstante, crean confusión, imponen su visión y discurso propio de calidad, como también lo observa Renard (2003) en el caso del desarrollo de la venta de café en el comercio justo bajo la marca Carrefour bio. Desde 1995 Euronat clama hacer comercio justo respetando las normas laborales y contribuyendo a la mejora del ingreso y las condiciones de vida de

²⁵ En 1987, David Schnorr compró las acciones que David Kusack poseía en Quinoa Corporation.

²⁶ En 1999 Quinoa Corporation pagaba 1.420 US\$ por tonelada de quinua real orgánica, mientras que la competencia entre Andean Valley y ANAPQUI le permitió comprar la tonelada entre el 2000 y el 2005 en un rango de 960 a 1.090 US\$.

las poblaciones indígenas que los producen. Esta multinacional afirma respetar los derechos laborales de sus asalariados²⁷, realizar el pago al productor de un «precio mínimo contractual», superior al precio promedio vigente en el mercado local, comprar la totalidad de la cosecha del productor, exceptuada la parte destinada a su autoconsumo doméstico, apoyar la constitución de grupos organizados de productores y realizar acciones caritativas basadas en la donación del 1% del valor de las ventas a la ONG Punto de Apoyo para financiar proyectos²⁸ (Barthelet, 2001; Perreol, 2004). Así este *holding* sostiene que sus acciones, bajo la modalidad contractual, contribuyen al desarrollo alternativo y evitan que los productores de quinua, bajo contrato con esta empresa migren al Chapare para cultivar coca (Perreol, 2004). En 2002 Euronat, en una estrategia de legitimidad por marketing se juntó con otras cuatro empresas francesas para crear una marca privada denominada «Bio équitable». Para lograr este propósito estas empresas han creado una asociación que lleva el mismo nombre, a la cual se han afiliado y que les otorga certificación una vez que han comprado los servicios de inspección de Ecocert, empresa que acredita en muchos países europeos la certificación de la agricultura orgánica (Carimentrand y Ballet, 2004).

Esta iniciativa de certificación, facilitada por la ausencia de normas FLO²⁹ y de normas oficiales de comercio justo, en particular de la Unión Europea³⁰, avala el modelo de agricultura de contrato practicado por Euronat. Sin embargo, sus criterios difieren de los del comercio justo promovidos por actores históricos del comercio justo como IFAT³¹ y FLO. Asimismo, la norma «Bio équitable» no exige al comprador proveerse exclusivamente de organizaciones de productores, más bien requiere el establecimiento de contratos que otorguen al productor asistencia técnica, el pago de su certificación orgánica (Association Bio équitable, 2004). La obtención del certificado Bio équitable facilitó a Euronat captar nuevos clientes distribuidores, entre ellos la cadena de supermercados Carrefour³². Para promover sus ventas este distribuidor bajo marcas propias se justifica en los valores cívicos mediante la publicidad, usando los mismos argumentos reivindicados de su empresa proveedora y adoptando la imagen de un actor del comercio solidario, sostenible y hasta justo (Carrefour, 2003 y 2004), al tiempo que argumenta que su acción comercial «permite la sobrevivencia de toda una región»³³. De hecho, esta multinacional de la distribución señala otorgar al productor un precio superior al del mercado y revertir a Punto de Apoyo 0,10 Euros por caja vendida, al igual que Euronat³⁴. En esta coyuntura Euronat se ha convertido en el mayor importador francés de quinua y Carrefour en su primer distribuidor

²⁷ Siguiendo las normas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Estas normas exigen el respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores, de sus derechos laborales (remuneración y beneficios sociales, libertad sindical, normas de higiene y seguridad laboral), el rechazo de la explotación laboral de niños y de toda forma de discriminación étnica, de género y generacional.

²⁸ Proyectos productivos (riego), educativos (escuelas, salas de informática), de vivienda (paneles solares, duchas, etc.) y de salud (centros de salud, material médico y de hospitales y medicamentos) en las comunidades donde residen los productores bajo contrato.

²⁹ Fairtrade Labelling Organizations, organización internacional que se encarga de definir los criterios del comercio justo por productos y de otorgar su sello de comercio justo (conocido en Francia como el sello Max Havelaar).

³⁰ Que por ahora se ha limitado a realizar una comunicación sobre las iniciativas en torno a esta actividad (Commission des Communautés Européennes, 1999; Herth, 2005)

³¹ International Fair Trade Association (IFAT).

³² El grupo Carrefour vende quinua utilizando varias marcas en una amplia red de supermercados que llevan el mismo nombre o los de Champion, Huit à Huit y Shopi.

³³ <http://www.traitdunion.fr/fcd/FCD>

³⁴ Porcentaje destinado a proyectos educativos y de salud. en beneficio de los productores que les proveen quinua, afincados en la región de Llica, con quienes señalan haber firmado un convenio (Carrefour, 2003).

en Francia, a razón de unas 450 toneladas anuales para el 2004. Esto contribuyó al aumento del *market-share* de Jatary en las exportaciones de quinua boliviana, convirtiéndose en uno de los más importantes exportadores bolivianos del grano de la quinua.

Mientras tanto, la realidad contradice esta imagen. Los proyectos de desarrollo que Punto de Apoyo realiza con co-financiamiento de Euronat generalmente tienen un corte asistencialista, de dimensión muy reducida y virtual. Los proyectos de construcción de andenes, escuelas, agua potable y riego que señalan haber financiado, son inexistentes y se limitan a la provisión de una cisterna para uso privado del promotor técnico de Jatary. Además, los proyectos de salud co-financiados por Carrefour han dado lugar a fracasos, por no articularse con redes de servicios estatales de salud, preexistentes en la región donde se proveen de quinua.

En relación con los alcances de la agricultura de contrato entre los productores y Jatary, éstos se limitan a la asistencia técnica y la provisión de insecticidas orgánicos; no se observa bajo esta estructura de gobernanca la superioridad «marketeada» de su precio, comparado al precio vigente en el mercado orgánico de la quinua. Más aún, el productor contratado se convierte en una fuente de crédito para la empresa privada, sin penalidad de tasa de interés alguna, ya que recibe el pago del 90% del precio de venta convenido después de una larga espera de 6 a 9 meses. Por lo tanto, además de recibir tarde su remuneración, el productor pierde por la depreciación del monto que le adeudan³⁵. Por otro lado, en el sistema de acopio de la quinua hay una cierta selectividad en favor de los grandes agricultores. Esta proclividad del acopio, combinada con la adquisición no declarada de quinua convencional, restringe las posibilidades de los pequeños productores de vender gran parte de su cosecha.

Otra estrategia de legitimidad de las multinacionales en el comercio justo es el uso de los temas de actualidad (o coyuntura) en su marketing. Desde hace mucho tiempo la producción de la hoja de coca constituye uno de los temas mediáticos que identifica la realidad de Bolivia en el ámbito internacional, por la presencia de asentamiento de emigrantes pobres procedentes de las tierras altas andinas de los valles tropicales del Chapare, que siembran coca. Punto de Apoyo, seguida por Euronat y Jatary, han tenido la habilidad de sacarle provecho comercial a este problema cuando en realidad existe poca relación entre las dinámicas del Altiplano Sur y la del Chapare. En efecto, la migración desde la primera región hacia la segunda fue limitada durante los años 1970, habiendo luego cesado al momento de iniciarse la era del cultivo de la hoja de coca, puesto que los habitantes del Altiplano Sur tenían la posibilidad de otras fuentes de ingreso (minería, magisterio y trabajo agrícola) y condiciones de vida relativamente favorables en zonas circundantes a su región de origen. Pese al desarrollo e intensificación del cultivo de la quinua en el Altiplano Sur, esta región se ha convertido en ruta de tránsito de la pasta básica de cocaína hacia Chile, país con el que Bolivia comparte una vasta y no controlada frontera. Paradójicamente algunos habitantes de esta región, a la vez que cultivan quinua, se dedican a esa actividad.

3. NUEVAS ESTRUCTURAS DE GOBERNANCIA: INTEGRACIÓN VERTICAL Y AGRICULTURA DE CONTRATO

La dinámica de la organización y gestión de las nuevas calidades de la quinua real orgánica y justa fue mudando la configuración entre los eslabones de la cadena global de la quinua.

3.1 EL SURGIMIENTO DE LA INTEGRACIÓN VERTICAL EN LA CADENA GLOBAL DE LA QUINUA

A pesar de la situación de monopolio de la oferta de quinua real en Francia, el consorcio formado por CAM, Euronat, Point d'Appui y Moulin des Moines no sobrevivió.

³⁵ En ciertos casos este lapso ha alcanzado 24 meses o periodos mayores aún inconclusos.

Recurrentes incumplimientos de CAM en el pago a los productores del Altiplano Sur y estafas hacia sus asociados llevaron a la ruptura de esta asociación en 1992, aunque sin quebrarse el vínculo entre las empresas francesas y la ONG, por razones mercantiles. Para disminuir sus costos, éstas comenzaron a adquirir e importar quinua de ANAPQUI (Pinget, 1993), delegando las tareas de pedidos y trámites a Punto de Apoyo, a la cual remuneraban con el 3% del valor de cada importación (Peñaranda, comunicación personal)³⁶. La elección de ANAPQUI no respondía a una voluntad de pagar a esta organización y a sus asociados un precio mayor al que les otorgaban otros compradores, ni tampoco al de fortalecer institucionalmente esta asociación, sino a su estatuto de único proveedor de quinua con potencial orgánico, cuya producción fue certificada en 1993. De modo que esta relación comercial privilegiaba una coordinación industrial.

El convenio tripartito entre ANAPQUI, Punto de Apoyo y Euronat no se renovó porque ANAPQUI no lograba aún proveer quinua real orgánica de manera regular en los plazos convenidos, ni tampoco enviar grano ausente de impurezas y de calibración homogénea (Perreol, 2004), necesario para desarrollar sus ventas en el segmento orgánico. En este contexto, a fines de 1996 el propietario de Euronat logró convencer al presidente de Punto de Apoyo para asociarse, creando la filial boliviana de Euronat, Jatary, encargada de implementar la producción de quinua orgánica mediante contratos con los productores, además del acopio, beneficio y exportación (Laguna, 2002). Euronat pasó así a controlar, mediante su nueva subsidiaria en Bolivia, un segmento de la cadena global de la quinua. Dos años después los pasos de Euronat fueron imitados por Markal, una empresa francesa importadora de cereales orgánicos, que después de comprar quinua orgánica de ANAPQUI durante 1996 y 1998 y encontrar problemas de calidad y de puntualidad en los envíos, creó su filial boliviana denominada Quinuabol.

3.2 EL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA DE CONTRATO

Mientras tanto, la producción de quinua real se multiplicaba en el Altiplano Sur estimulada por la alza de los precios al productor (Cuadro 1). El aumento de las exportaciones estimuló el ingreso de nuevas empresas privadas bolivianas beneficiadoras y exportadoras de quinua real, como Andean Valley en 1999 y Quinoa Foods e Industrias Irupana en el 2003, las cuales se añadían a Saite, empresa que exportaba desde 1991. Con la creación de estas empresas privadas se inauguraba en la cadena de la quinua una nueva estructura de gobernanza, ejercida por los procesadores privados locales sobre los productores campesinos e instituida en el modelo de agricultura de contrato (Cáceres y Carimentrand, 2004a y 2004b). Esta estructura se consolidó y predominó en la primera mitad de la década del 2000 y, a partir del año 2004, representó el 70% del tonelaje de quinua real orgánica exportada de manera registrada (Laguna, 2005b).

Mediante los contratos celebrados, las empresas privadas se comprometen a financiar la certificación orgánica de quinua real del productor, reteniendo el certificado bajo su poder, así como también a proporcionarle asistencia técnica, comprarle su cosecha y, en ciertos casos, proporcionarle insumos y equipos a precios subvencionados³⁷. Por su parte, el productor debe asegurar la calidad orgánica cumpliendo las prácticas productivas exigidas por las empresas exportadoras y las certificadoras orgánicas, siguiendo normas orgánicas

³⁶ De 1992 a 1994, A. Peñaranda trabajó para Punto de Apoyo haciendo los pedidos a ANAPQUI y realizando los trámites de transporte e importación de quinua en Francia.

³⁷ Como las organizaciones de productores, las empresas exportadoras suministran a sus proveedores insecticidas orgánicos (piretro) a precio de compra. Además, Industrias Irupana ha suscrito un convenio con Prorural, una ONG boliviana con financiamiento de la Cooperación Suiza para el Desarrollo (COSUDE), para suministrar a sus proveedores trilladoras, silos, hoces y carpas, a precios subvencionados en un 70%.

internacionales. Al mismo tiempo tiene la obligación de vender, directamente o vía la organización de acopiadores, su producción a la empresa, salvo que ésta le autorice a vender un saldo no requerido.

Cuadro 1

Variación de los precios nominales promedio pagados al productor de quinua real del Altiplano Sur (US\$ por quintal ³⁷ de quinua)									
Año	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Quinua Convencional	18,2	12,1	13,8	24,0	24,4	25,7	28,3	29,6	32,8
Quinua Orgánica	-	-	-	-	28,0	29,0	30,9	30,0	34,7
Año	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
Quinua Convencional	36,4	36,3	33,3	18,8	16,1	8,7	14,7	28,3	
Quinua Orgánica	38,2	37,2	36,7	25,0	22,0	20,0	23,6	30,2	

Fuente: Laguna (2005b).

A fines de la década de 1990 se constataba la caída de las exportaciones de quinua orgánica de las OECAs e inversamente crecía el poder de las empresas beneficiadoras/exportadoras de quinua de contrato sobre los productores que las proveerán. Esta dinámica se ha incrementado en los países del Sur con el desarrollo de la agro-exportación no tradicional (Echánove, 2001; Valcárcel, 2002). A comparación de la situación en CECAOT y ANAPQUI, las organizaciones de acopiadores no tienen vida organizativa real, ni autonomía, y perciben un reducido valor agregado. Aunque cuenten con un comprador seguro, los productores no logran negociar un precio de venta de su producción al momento de firmar el contrato. Sólo obtienen la seguridad de una remuneración mayor al fluctuante mercado de quinua convencional. Existe coordinación entre las empresas exportadoras para ejercer control sobre el productor ofreciéndole un precio similar. El precio que éstas otorgan al productor se sitúa siempre entre el pagado por la quinua convencional en Challapata³⁸, el cual varía en función a la relación entre la oferta y la demanda en el mercado peruano, y el pagado por ANAPQUI a sus socios por el grano orgánico.

Finalmente, a pesar del discurso de eficiencia de estas empresas, ellas muestran incapacidad para coordinar sus precios de exportación, particularmente hacia Norteamérica, y se entregan a una competencia desenfrenada para bajar el precio de exportación³⁹. Esto repercute negativamente en el precio ofrecido al productor orgánico, pues reduce el margen entre el precio de la quinua orgánica certificada y el precio de la quinua convencional de Challapata. Esta situación frustra la posible mejora del ingreso de estos productores y los expone a la pérdida de control de la comercialización de su cosecha. A pesar de estas desfavorables condiciones, muchos de los productores no afiliados a las OECAs, en busca de certificación orgánica y del margen entre los precios, aceptan celebrar contratos con empresas exportadoras para contar con un mercado seguro, que les permita tener ingresos superiores a los que recibirían en el mercado de Challapata.

³⁸ Challapata es el mercado en el que se acopia la quinua real convencional, destinada al mercado peruano y al mercado nacional.

³⁹ Desde la aparición de varios exportadores el precio de exportación promedio por tonelada a Norteamérica ha disminuido de 1.350 US\$ en 1999, a 1.050 US\$ en el periodo 2000-2005.

CONCLUSIONES

La revaloración del grano andino quinua está vinculada a la transformación de éste en un alimento de calidad superior y a las nuevas orientaciones de la demanda del Sistema Agroalimentario, que estimularon el surgimiento de los mercados de calidad específica: los orgánicos, el comercio justo, la apelación de origen y los alimentos nutracéuticos. Los nuevos contenidos de calidad, saludable y social de la quinua orgánica promovió un proceso de inserción de actores y territorios bolivianos (campesinos del Altiplano Sur de las áreas rurales de Oruro, Potosí) a estos mercados, quienes antes estaban marginados del *mainstream* del Sistema Agroalimentario.

La cadena global de valor de la quinua boliviana tiende a una gobernanza del tipo *buyer-driven* y en ella destacan las siguientes fases: a) Predominio de la coordinación cívica y doméstica en la acción colectiva de los siguientes actores: campesinos organizados, las ONGs e importadoras del comercio solidario, el Estado y la Cooperación Técnica Internacional, cuya movilización conjunta afianzó la relación sur-norte de la cadena de la quinua y consolidó el *upgrading* del modelo de las OECAS; b) Predominio de la coordinación industrial y mercantil en la expansión de la quinua orgánica. Esta fase fue marcada por el surgimiento de nuevas empresas privadas locales, así como de importadoras extranjeras, que introdujeron estructuras de contrato en el campo y la coordinación vertical entre empresas privadas locales y distribuidoras extranjeras. Ello configuró una cadena global de valor de quinua donde se impuso la coordinación mercantil e industrial en desmedro de los valores cívicos y domésticos, que inicialmente impulsaron el nacimiento de la calidad orgánica y del comercio justo. Este comportamiento también ha sido observado por Reynolds (2004) en otras cadenas Sur-Norte de productos orgánicos y, por Renard (2003), en la cadena del café del comercio justo.

Por último, hacia delante, *downstream*, de la cadena en estudio, existe un esfuerzo de apropiación de la legitimidad de los valores del comercio justo por parte de los grandes distribuidores de quinua europeos, mediante la creación de marcas privadas de la quinua y de campañas publicitarias para mejorar su imagen comercial. Ello genera confusión para el consumidor cívico, quién no sabe si con su decisión de compra consolida a los pequeños campesinos del Altiplano Sur o favorece situaciones de explotación comercial de su actividad productiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIATION BIO EQUITABLE. 2004. *Référentiel. Cahier des Charges Bio équitable*. Avignon, Francia.

BARTHELET, L. 2001. « Le quinoa bio Priméal, une expérience de commerce équitable réussie ». *Aventure*, No. 93, Guilde Européenne du Raid, Paris.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. 1999. *El espíritu del Capitalismo*. Ediciones AKAL, Cuestiones de Antagonismo.

BOWEN, B. 2001. «Fair-trade: let's go fair. Fair trade history, principles and practice». *Fair trade year book 2001*, European Fair Trade Association (EFTA), Schin op Geul, Netherlands: 21-41.

CÁCERES, Z. 2005. *Quinoa: A tradição frente ao desafio dos novos mercados de qualidade*. Tesis de doctorado, CPDA-UFRRJ, Rio de Janeiro, Brasil.

CÁCERES, Z.; CARIMENTRAND, A. 2004a. « Globalisation et agriculture biologique : la filière quinoa biologique en Bolivie ». *Actes du Colloque International AIEA2, Développement durable et globalisation dans l'agroalimentaire*, 23-24 août 2004, Québec, Canada.

Pablo Laguna; Zina Cáceres; Aurélie Carimentrand

Del Altiplano Sur boliviano hasta el mercado global: coordinación y estructuras de gobernanza ... (65-76)

CÁCERES, Z.; CARIMENTRAND, A. 2004b. «La quinua, del altiplano andino hasta el consumidor europeo: la construcción de cadenas de productos orgánicos y del comercio justo». Ponencia presentada en el Congreso Internacional ARTE: *Agro-industria Rural y Territorio*, diciembre 1-4, Toluca, México.

CARIMENTRAND, A.; BALLEST, J. 2004. « Le commerce équitable entre éthique de la consommation et signes de qualité ». Ponencia presentada en el Congreso Internacional ARTE: *Agro-industria Rural y Territorio*, diciembre 1-4, Toluca, México.

CARREFOUR. Le Journal de Carrefour, No. 4, mayo del 2004, *Le commerce équitable: 40 ans d'existence*. En: http://www.carrefour.fr/ccm/cms-service/download/asset/?asset_id=1191625 (Consultado: 02/10/2004).

CARREFOUR. 2003. *Une filière quinoa bio*. En: <http://www.carrefour.fr/ccm/content/presse/février-2003.jsp?g11n.enc=UTF-8> (Consultado: 06/03/2003).

COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES. 1999. *Communication de la Commission au Conseil sur le «Commerce Équitable»*. Bruselas.

ECHÁNOVE, F. 2001. «Agribusiness and contract farming: the case of horticultural producers in Mexico», AIEA2 Conference *Perspectives of the agri-food system in the new millennium*, September 5-8, Bologna, Italia.

EYMARD-DUVERNAY, F. 1989. « Conventions de qualité et formes de coordination ». *Revue Economique*, No. 40: 329-359.

GEREFFI, G. 1999. « A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries». Duke University. (En: <http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/gereffi.pdf>, consulta: 12/07/2003).

GIOVANNUCCI, D.; REARDON, T. 2000. «Understanding Grades and Standards and how to apply them». en Giovannucci, D. (ed) *A Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises*, The World Bank, Washington.

HEALY, K. 2001. «The Quinoa trail: from South American Salt Flats to Western Health Food Stores». en *Lamas, weavings and organic chocolate. Multicultural grassroots development in the Andes and Amazon of Bolivia*, University of Notre Dame, Indiana: 155-188.

HERTH, A. 2005. *Le commerce équitable : 40 propositions pour soutenir son développement*. Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, des Professions Libérales et de la Consommation, Paris.

IICA/PNUD. 1991. *Estudio de Mercado y Comercialización de la Quinua Real de Bolivia*. Proyecto BOL/C01/Procesamiento de Quinua. Informe de estudio, La Paz, Bolivia.

J.E. AUSTIN ASSOCIATES. 1988. «Comercio Internacional de la Quinua». en Ordóñez, T., Morales, D. (Eds.) *Seminario Nacional Sobre Quinua*. Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios (MACA), Instituto Boliviano de Tecnología Agropecuaria (IBTA)/Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC), La Paz: 79-93.

KOZIOL, M.J. 1992. «Chemical composition and nutritional evaluation of quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.)». *Journal of Food Composition and Analysis*, Vol. 5, No. 1: 36-68.

LAGUNA, P. 2005a. «Revalorando lo antiguo: el retorno de la quinua en un contexto mercantilizado». *Humboldt*, Goethe Institut, No. 142: 28-29.

LAGUNA, P. 2005b. *Identificación de las necesidades de apoyo al fortalecimiento de la participación de las organizaciones económicas campesinas en la cadena de la quinua boliviana*. Manuscrito, AGRITERRA, Arnhem, Países Bajos.

LAGUNA, P. 2004. «Transvestiting» food and poverty alleviation: discontinuities and power in organic quinoa food chain». Ponencia presentada en el XI Congreso Mundial de la Asociación Internacional de Sociología Rural. Trondheim, Noruega, Julio 25 – 30.

Pablo Laguna; Zina Cáceres; Aurélie Carimentrand

Del Altiplano Sur boliviano hasta el mercado global: coordinación y estructuras de gobernanza ... (65-76)

LAGUNA, P. 2003. *Feasibility Study of Quinoa Fair Trade Labelling in Ecuador, Peru and Bolivia*. Manuscript, FLO/GTZ, Bonn.

LAGUNA, P. 2002. «Competitividad, externalidades e internalidades, un reto para las organizaciones económicas campesinas: la inserción de la Asociación Nacional de Productores de Quinoa en el mercado mundial de la quinoa». *Debate Agrario*, No. 34, CEPES, Lima, Perú.

LAGUNA, P. 2000. *El impacto del desarrollo del mercado de la quinoa en los sistemas productivos y modos de vida del altiplano sur boliviano. Sistematización de la experiencia de inserción al mercado de la quinoa*. ANAPQUI, La Paz, Bolivia.

McCORD, B. 1995. «Quinoa could become the breakfast of champions and change the face of agriculture». *Eso-Farm Track Advances Magazine*, Spring Issue, Calgary, Alberta, Canada: 13-14.

ORDÓÑEZ, T.;

MORALES, D. 1988. *Sistemas de Producción de Quinoa en el Altiplano Boliviano*. Instituto Boliviano de tecnología Agropecuaria (IBTA)/Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC), La Paz.

PEÑARANDA, A. s/f. Comunicación personal.

PERREOL, D. 2004. *Une graine sacrée : le quinoa*, Editions Jacques-Marie Laffont, Paris.

PINGET, K. 1993. *Etude du marché de la quinoa en France: analyse de la filière, perspectives d'intervention de FAM import*. FAM Import, Montreuil, Francia.

PONTE, S., GIBBON, P. 2003. « Quality conventions and the governance of global value chains ». Ponencia presentada en el Congreso *Conventions et institutions : approfondissements théoriques et contributions au débat politique*, diciembre 11-13, La Défense, Paris, France.

RAMOS N. 2000. «La quinoa, el grano de oro de los Incas, Anapqui una experiencia de desarrollo y manejo sostenible». *Revista AOPEB ecología, mercado, equidad*, No. 5, julio, La Paz - Bolivia.

RAYNOLDS, L. 2004. «The globalization of organic agro-food networks». *World Development*, Vol.32, No. 5: 725-743.

RENARD, M.C. 2003. «Fair Trade: Quality, Market and Conventions». *Journal of Rural Studies*, No. 19: 87-86.

RODRIGUEZ DE LA CERDA, W. 1988. «Industrialización de la quinoa». en: Ordóñez T., Morales D. (Eds.). *Seminario Nacional Sobre Quinoa*. Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios (MACA), Instituto Boliviano de Tecnología Agropecuaria (IBTA)/Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC), La Paz: 44-53.

SYLVANDER, B. 1995. « Conventions de qualité, marchés et institutions : le cas des produits de qualité spécifique ». En Nicolas, F., Valceschini, E. (Eds). *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, INRA-Economica, Paris.

SYLVANDER, B. 1995. « Le rôle de la certification dans les changements de régime de coordination : l'agriculture biologique, du réseau à l'industrie ». *Revue d'Economie Industrielle*, No. 80.

TAPIA, M. 2004. «De la Chaquitaqlla a la Biotecnología». Ponencia presentada en el *XI Congreso Internacional de Cultivos Andinos*, marzo, PROINPA, Cochabamba, Bolivia.

TAPIA, M. 1990. *Cultivos andinos subexplotados y su aporte a la alimentación*. FAO, Santiago de Chile.

TAPIA, M. 1979. «Industrialización». En: Tapia M. (Ed.). *La quinoa y la kañiwa*. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), Bogotá: 193-201.

TAPIA, G. 1976. *La quinoa: un cultivo de los Andes Altos*. Academia Nacional de Ciencias de Bolivia, La Paz.

VALCÁRCEL CARNERO, M. 2002. «Agro exportación no tradicional, sistema esparraguero, agricultura de contrata y ONGs». *Debate Agrario* 34, CEPES, Lima, Perú.

Pablo Laguna; Zina Cáceres; Aurélie Carimentrand

Del Altiplano Sur boliviano hasta el mercado global: coordinación y estructuras de gobernanca ... (65-76)

WILKINSON, J. 2002. «GMOs, Organics and the Contested Construction of Demand in the Agro food System». *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, v.11.

WOOD, R. 1985. «Tell of a food survivor: quinoa». *East West Journal*, April Issue, Boulder, Colorado: 64-68.