
Implicancias económicas y sociales de las certificaciones internacionales en las exportaciones de las cooperativas.

El caso de *Fairtrade* en La Riojana 2005-2019

Alumno: Juan Bautista Viola

juanbautistaviola@gmail.com

Director: Dr. Rubén Paredes Rodríguez

ruben.paredes@fcpolit.unr.edu.ar

Fecha: 17 de octubre de 2025

Lugar: Rosario, Santa Fe, Argentina

Agradecimientos

Estas páginas marcan el final de un recorrido que duró más de siete años, en un lugar que se convirtió en algo más que un mero lugar de estudio, la FCPOLIT. Si bien el título lleva solo mi nombre, este logro está hecho de muchas manos, voces y corazones que me acompañaron en el camino.

Primero, a mi familia: a José, Mariela y Celina, que fueron mi sostén incondicional. Gracias por estar en cada momento, por abrazarme cuando quise rendirme, por alegrarse conmigo en cada paso, y por bancarme incluso cuando decidí irme lejos a perseguir mis sueños. A mis abuelas, tíos, tías, primos, primas y padrinos, que me alentaron siempre con cariño y me enseñaron el valor de la educación, del esfuerzo y del trabajo hecho con amor.

A mis amigos, que hicieron esta travesía algo infinitamente más liviana y feliz. En especial a mis *facuamigos/as*, con quienes compartí tardes de mate, risas en los pasillos, jornadas de estudio interminables y la certeza de que algún día —este día— iba a llegar. Gracias por ser familia elegida y refugio constante.

A quienes hicieron posible esta tesina: a mi tía Laura, que una tarde me habló de La Riojana y encendió en mí esta curiosidad (o pequeña obsesión) por el comercio justo. A Rubén, que aceptó acompañarme en este proyecto con paciencia, guía y entusiasmo. A Patricio y Alejandra María, por abrirme las puertas de La Riojana y compartir conmigo su historia tan inspiradora. Y a la Dirección General de Estadísticas y Censos de La Rioja, por facilitarme los datos que hicieron tangible esta investigación.

Finalmente, a la Universidad Nacional de Rosario. Desde aquella primera clase de PRRII que escuché como oyente en la 201 sentí que se abrieron las puertas de un nuevo mundo. En estas aulas reí, me frustré, me emocioné, aprendí y conocí personas increíbles. Hoy, mirando hacia atrás, confirmo lo que siempre creí: que la educación pública, gratuita y de calidad no solo transforma vidas, sino también sociedades enteras. Por eso, con gratitud y orgullo, repito una frase que me acompañó este tiempo: **“Universidad de los trabajadores, y al que no le gusta, se jode, se jode.”**

Índice

Agradecimientos.....	2
Índice	3
Introducción.....	4
Marco teórico-conceptual.....	11
Marco metodológico.....	14
Capítulo 1: Adaptación de La Riojana para lograr la certificación <i>Fairtrade</i>	16
1.1 Contextualización del proceso de certificación	16
1.2 Descripción del proceso y requisitos de certificación	18
1.3 Descripción de los cambios y adaptaciones realizados por La Riojana para certificar.....	21
1.4 Obstáculos, facilitadores y resultados.....	25
1.5 Conclusiones parciales del proceso de adaptación para certificar.....	26
Capítulo 2: Cambios económicos y sociales a partir de la certificación	28
2.1 Cambios económicos	28
2.2 Cambios sociales	33
2.3 Limitaciones y desafíos persistentes.....	38
2.4 Conclusiones parciales de los cambios económicos y sociales tras la certificación	39
Capítulo 3: Internacionalización de La Riojana a partir de la certificación <i>Fairtrade</i> ... 41	41
3.1. Internacionalización en cooperativas.....	41
3.2. Internacionalización económica	42
3.3. Internacionalización institucional.....	43
3.4. Conclusiones parciales sobre la internacionalización de La Riojana	47
Conclusiones.....	49
Bibliografía.....	52

Introducción

El comercio internacional tradicional tiene grandes externalidades negativas para las poblaciones más vulnerables (Fundación Española para la Innovación de la Artesanía, 2007). La explotación laboral, el deterioro medioambiental y el deterioro relativo en los precios de intercambio son algunas de las consecuencias negativas que trae el intercambio comercial entre naciones. En la búsqueda de soluciones a estos problemas ha surgido la idea economía solidaria como una forma de teorizar y practicar un comercio basado en los principios de solidaridad y trabajo entre las partes.

Las cooperativas que logran exportar al mundo son actores ejemplares de la economía solidaria a nivel internacional. En Argentina, las cooperativas no solo representan un 28% de la producción del país y un 5% de sus exportaciones (Ámbito, 2023), también contribuyen a una mejor redistribución de las ganancias generadas a partir de la producción. La característica fundamental de dichas entidades es la participación democrática de sus asociados en la gobernanza empresarial. Las mismas se encuentran reguladas bajo la Ley de Cooperativas (Ley 20.337 art. 42) la cual las obliga a reinvertir parte de sus ganancias en fondos con beneficios para sus trabajadores. Estas inversiones deben destinar un 5% de los excedentes a un fondo de acción asistencial y laboral o para estímulo del personal y otro 5% al fondo de educación y capacitación cooperativas. Adicionalmente, las cooperativas dividen las ganancias obtenidas entre sus asociados al final de su año fiscal.

Las cooperativas, al igual que las empresas, se ven sometidas a las tendencias de consumo de la sociedad. Ramírez Granda, Ahmed Radwan y Vargas Ramírez (2020) sostienen que actualmente existen mercados de consumo ético, esto es, mercados cuyos consumidores compran productos con atributos adicionales además de su valor de uso inmediato. Estos consumidores están dispuestos a pagar más por productos que tengan alguna de las tres dimensiones de la sostenibilidad, a saber, *ambiental*, *social* y *económica*. Esto ha llevado a que las empresas, y también las cooperativas, tengan que reconsiderar sus estrategias de producción y comercialización para hacer frente a esta mayor 'eticidad' del consumidor que reclama un menor impacto negativo en lo ambiental y social del producto. En este marco, han aparecido diversas certificaciones de calidad que le garantizan al consumidor que el producto cumple con determinados estándares. Por ejemplo, los productos *cruelty-free* garantizan que los animales no han sufrido durante su producción; los kosher son aquellos que están hechos respetando las normas dietéticas de la comunidad judía; los orgánicos son aquellos en los que no se han utilizado pesticidas o agroquímicos.

Las certificaciones de calidad no solamente marcan rigurosos estándares que los productos y sus procesos productivos han cumplido, sino que también se constituyen en una estrategia de marketing que permite generar un producto diferenciado que se dirige a un público específico con voluntad de pagar un precio un poco más alto a cambio de consumir bajo dichos estándares. De esta manera, las certificaciones permiten hacer frente a las nuevas tendencias de cadenas orientadas al consumidor (Starobinsky, 2020),

esto es, hacer frente a las adaptaciones de los productos como consecuencia de las nuevas preferencias de los consumidores.

En este marco de mayor conciencia ética de los consumidores y bajo el paraguas de la economía solidaria encontramos al movimiento de comercio justo. Este, además de ser un movimiento social organizado para la promoción de estándares y prácticas éticas de comercio y producción que lleven el desarrollo a los países en desarrollo, ha creado certificaciones que permiten diferenciar a estos productos. Este es el caso de *Fairtrade* que será analizado en el desarrollo de esta tesina.

Fairtrade International es una asociación internacional sin fines de lucro que tiene por objetivo “conectar a los productores en desventaja y consumidores, promover condiciones de comercio más justas y empoderar a los productores para combatir la pobreza, fortalecer su posición y tomar control de sus vidas” (Fairtrade, 2023). La asociación cuenta con tres redes de productores regionales: una para América Latina y el Caribe, otra para África y Medio Oriente y una tercera para Asia y el Pacífico. En ellas se representa y se brinda asistencia a los productores, quienes poseen un 50% de votos en la asamblea general que dirige la asociación, e implementa proyectos de impacto social que buscan mejorar la calidad de vida de las comunidades implicadas. Asimismo, están las organizaciones nacionales de *Fairtrade* localizadas principalmente en países desarrollados, estas buscan vincular a productores de bienes manufacturados, supermercados y consumidores con los productos certificados *Fairtrade*.

La asociación posee la marca registrada *Fairtrade* la cual garantiza que los productos certificados con la misma fueron hechos bajo estándares internacionalmente acordados de producción y comercio. Principalmente garantizan tres criterios: en lo económico, un precio justo pagado a los productores que garantiza la continuidad de su labor independientemente de las fluctuaciones precios en el mercado; en lo social, condiciones de no discriminación, gobernanza democrática de la empresa/cooperativa, transparencia y ausencia de trabajo forzado o infantil en el proceso productivo. Por último, el criterio ambiental tiene en cuenta el uso razonable de agua, gestión de residuos, preservación de la biodiversidad y uso mínimo de pesticidas y agroquímicos.

Para los productores, hay una serie de beneficios derivados de lograr la certificación *Fairtrade*. Primeramente, logran una diferenciación en su producto ya que los mismos aseguran determinados estándares internacionales de producción como se mencionó anteriormente lo hace que el cliente socialmente responsable los elija frente a productos de similar valor y calidad (Cayón-Ruisánchez et. al, 2017). En segundo lugar, la asociación garantiza un precio mínimo de venta que los otros miembros de las cadenas de valor deben respetar, esto permite darles previsibilidad a los productores agrícolas y protegerlos de las fluctuaciones de precios del mercado internacional principalmente de materias primas. Tercero, la asociación paga a los productores una prima *Fairtrade*, proveniente de la venta de los productos en los mercados de países más desarrollados, la cual es utilizada por los productores para llevar adelante proyectos que tengan una implicancia social en su comunidad como por ejemplo la construcción de escuelas, acceso

a la salud o garantizar agua potable. Por último, se brinda asistencia a los productores para que puedan adecuar sus modos de producción a los estándares acordados de manera democrática y con su participación. Esta forma colaborativa permite la mejora permanente y una mejor redistribución de las ganancias del comercio internacional de productos.

En Argentina encontramos aproximadamente 19.000 cooperativas, no obstante, solo 68 de ellas exportaron en el año 2022 (AAICI e INAES, 2023). De esas 68 cooperativas solo cinco han certificado *Fairtrade*, tres de ellas en el rubro apícola y solo dos en el vitivinícola. De estas últimas dos, La Riojana Cooperativa Vitivinifrutícola de La Rioja Ltda (“La Riojana”) es la que cuenta con mayor cantidad de socios, 345 en total (Comercio Justo Argentina, 2023), y la primera vitivinícola en certificar *Fairtrade* de Argentina (CLAC, 2023). Aproximadamente un 85% de los vinos exportados por La Riojana poseen certificación *Fairtrade* (Asquineyer, 2020) y tienen como destino los mercados de “Reino Unido (60%), Suecia (20%), Estados Unidos (9%), Canadá (6%) y Bélgica (5%)” (Starobinsky, 2020: 75).

La Riojana comenzó su proceso de inserción en los mercados internacionales con una estrategia en la década de 1990 “orientado sus esfuerzos tecnológicos e innovativos a cumplir con las certificaciones requeridas por los distintos destinos, como la producción orgánica, la Denominación de Origen y el *Fair Trade*” (Starobinsky, 2020: 81; Bagenta y Palmisano, 2023). La Riojana se convirtió en la primera cooperativa vitivinícola argentina en certificar *Fairtrade* en el año 2006 bajo la modalidad de trabajo contratado y luego cambió, en 2013, hacia la certificación de Organización de Pequeños Productores (“OPP”) dentro del mismo sistema. Actualmente, exporta entre un 20% y un 25% de su producción, estando el 85% de lo exportable certificado con *Fairtrade*, por lo que paga hasta un 150% más el kg de uva a sus productores que por el torrontés o vides criollas (Bagenta y Palmisano, 2023). La relevancia en términos de volumen pero también de precio que tienen los productos certificados para la cooperativa hacen pertinente la indagación al respecto de si realmente existen beneficios en el comercio justo.

La revisión de la literatura demuestra que hay grandes divergencias entre los casos analizados con algunas perspectivas más optimistas y otras pesimistas respecto a las consecuencias de la certificación *Fairtrade*. Se encuentran especiales dificultades para comprender las especificidades de las cooperativas argentinas y las precondiciones que han de cumplirse para poder utilizar el *Fairtrade* de forma eficaz.

Existen una serie de beneficios aparentemente generales derivados de la certificación *Fairtrade*, entre los cuales puede mencionarse: su contribución al cumplimiento de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible a partir de la disminución de la pobreza, garantizar seguridad alimentaria, promover la producción sustentable y fomentar la equidad de género (Platas Rosado et. al, 2022). Además, Coscione (2019) revela que en el caso puntual de Banelino en República Dominicana se ha mejorado la competitividad del rubro bananero, ha mejorado la sostenibilidad y productividad de las fincas, ha ganado poder de negociación y ha mejorado las condiciones de vida de los productores. A nivel

cooperativas se verifica en ciertos casos un fortalecimiento de las organizaciones productoras, asistencia técnica en el proceso de certificación y producción bajo estos estándares, mayor autoestima en las organizaciones (Cecon Rocha, 2008), prefinanciación y el acceso al sobreprecio y la prima *Fairtrade* (Coscione y Mulder, 2017).

Sin embargo, las investigaciones resaltan que no todas las cooperativas perciben estos beneficios de manera directa. Para que los trabajadores y sus comunidades perciban los beneficios sobre su calidad de vida es necesario que pasen varios años desde la certificación comercio justo (Angeles Fernandez, 2022; Becchetti, Castriota, y Conzo, 2015). Además, se considera que la ventaja del precio justo no es tanto su valor superior al precio de mercado sino su estabilidad, caracterizandolo como una herramienta contracíclica (Becchetti, Castriota, y Conzo, 2015). Esto es así dado que, cuando los precios del mercado son altos hay una menor diferencia con el precio justo, pero cuando los precios de mercado son muy bajos permite que el productor siga manteniendo sus ingresos de forma estable, por ejemplo, en República Dominicana en el año 2000 el precio de mercado del quintal de café era de 23 United States Dollars (“USD”) mientras que el precio del comercio justo era de 124 USD por la misma cantidad (Lozano Forero, 2011)

Otra de las principales críticas que se le hace a este sistema es que en realidad mantiene la estructura del comercio tradicional donde los países del sur son productores de materias primas y los del norte las procesan e industrializan (Cecon Rocha, 2008). Mas aún, Fridell (2006) marca que el mismo ha adquirido una compatibilidad significativa con el proyecto del neoliberalismo dadas sus características de modelo voluntarista, dependiente del mercado y miembro específico en el cual el Estado no es un actor relevante. El autor sostiene que el comercio justo encuentra soluciones privadas basadas en la lógica del mercado para morigerar las externalidades del libre comercio. Por el contrario, Coscione (2013) lo caracteriza como un movimiento social contrahegemónico contemporáneo dado que hay actos de resistencia a utilizar los canales hegemónicos de comercio, busca redistribuir ingresos del norte hacia el sur y porque busca transformar radicalmente la estructura del sistema. Este autor además destaca el gran activismo del sur global para modificar esas relaciones de dominación entre el norte y el sur y una lucha por conseguir una mayor cooperación de los Estados en la implementación de políticas públicas que estimulen el comercio justo.

Se releva la existencia de dos enfoques divergentes hacia el comercio justo: por un lado, un enfoque Norte-Sur en donde en el Norte se ubican los consumidores y en el Sur los productores de materias primas que intenta eliminar intermediarios en el comercio para darle mayor rentabilidad a los productores (Guirado, 2017). Por otro lado, un modelo más abarcativo que además incorpora relaciones Sur-Sur y Norte-Norte poniendo el foco en los mercados regionales, la soberanía alimentaria, el consumo local y lo ambiental. El primer enfoque se alinea con el análisis de Fridell (2006) de una mayor prioridad a los deseos e intereses de los consumidores de los países desarrollados dado que determinan los precios y tamaño del mercado para los productos certificados

García Chiang (2011) distingue entre el movimiento de comercio justo y el de desarrollo local. Mientras el primero articula las relaciones entre el consumidor y el productor en una lógica Norte-Sur y donde ambos se encuentran muy alejados, el desarrollo local pone énfasis en la proximidad física entre productor y consumidor. La ausencia de mercados locales en los países en desarrollo es una gran crítica al sistema de comercio justo (Coscione, 2013; Platas Rosado, 2022). La falta de un ‘relato común’ que movilice a los consumidores de estos países a reclamar productos del comercio justo ha hecho que no se desarrollen estos mercados como en Europa (Coscione, 2013). Por ello, se plantea la necesidad de que los actores públicos y privados alienten y promuevan el consumo de estos productos, en un movimiento desde arriba hacia abajo (Coscione, 2015).

En este sentido las investigaciones sobre la campaña “Ciudades por el Comercio Justo” revelan que es una herramienta estratégica para el desarrollo de un mercado comercio justo local en el sur global (Coscione, 2015; Lozano Forero, 2011). A partir del mismo, las instituciones públicas locales, comienzan a consumir estos productos y a su vez concientizan sobre el movimiento. Además, este programa aumenta la visibilidad de la ciudad y le permite formar parte de una red internacional de municipalidades comprometidas con los mismos valores (Coscione, 2015). Ejemplo de esto han sido las ciudades de San Isidro del General en Costa Rica y Poços de Caldas en Brasil. Además, Coscione y Mulder (2017) plantean la necesidad de que el sector académico lleve adelante investigaciones sobre formas de mejorar el sistema de comercio justo y que realice desarrollos tecnológicos para que las cooperativas puedan mejorar su productividad; en ese marco que se inscribe el programa “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”.

En los últimos años FLO ha enfrentado también una tensión interna respecto de su ampliación hacia nuevos miembros. Los pequeños productores sostienen que se han diluido sus estándares y se han incluido a actores que no son verdaderos defensores de los principios del comercio justo (Coscione, 2013). Por ejemplo, la entrada de grandes empresas multinacionales con fines solamente económicos, o la certificación de grandes plantaciones en donde los trabajadores tienen condiciones de vida precarias son altamente criticados por los pequeños productores latinoamericanos que sienten que sus intereses están siendo desplazados simplemente para hacer frente a la demanda de más productos certificados y expandir el mercado (Coscione, 2015). También está el riesgo de competidores o imitadores que son empresas supuestamente éticas que venden a precios más bajos meramente con fines económicos y sin adherir a los principios del comercio justo (Becchetti, Castriota, y Conzo, 2015).

Existe una limitación en cuanto a las investigaciones expuestas hasta el momento y el objeto de esta tesis. La mayoría de las investigaciones observan casos de productores de café, que fueron los primeros en organizarse dentro del sistema de comercio justo y ocupan una posición mayoritaria, o de cooperativas productoras de bananas y algodón. En todos estos la característica es una matriz productiva poco organizada y con plantaciones que precarizan a sus empleados, dichas particularidades no se corresponden

con el mercado argentino, en el cual priman las exportaciones de vino y miel en el comercio justo (Maceiras, 2019).

Respecto de las cooperativas argentinas, se observa que ha habido pocos estudios que analicen este fenómeno a nivel nacional y que todos ellos lo han hecho a partir de estudios de caso. En este sentido, los estudios de caso presentan una limitación metodológica insalvable que consiste en la ausencia un verdadero grupo de control que no sea un escenario contra fáctico dado que el impacto de la certificación ya ha ocurrido y no existe una cooperativa igual que no haya certificado (Becchetti, Castriota, y Conzo, 2015). No obstante, el estudio de caso es la forma más enriquecedora de conocer los cambios positivos y negativos que la certificación ha traído a las cooperativas y aprender de sus experiencias.

Muñiz-Jaime *et al* (2019) reconocen dos dimensiones estratégicas del comercio justo: por un lado, cambiar las relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo para lograr la justicia y equidad; por otro lado, la creación y ampliación de los mercados para productos del comercio justo. Respecto de la primera dimensión, puede decirse que la certificación implica cambios menores en la estructura organizacional y en el proceso productivo en las cooperativas argentinas pues los requisitos en cuanto forma de organización del trabajo para certificar son muy similares a los que establece la legislación argentina para las cooperativas (Cosiorovski-Gonzalez *et al.* (2015). En consecuencia, vinculando estas dos dimensiones con lo planeado por Cosiorovski-Gonzalez *et al.* (2015) podría plantearse entonces que, en Argentina, solamente la segunda dimensión es la que tiene posibilidades de tener un mayor impacto real. Esto es así porque en los mercados internacionales en expansión se compite más por calidad que por precio, en ese contexto las certificaciones emitidas por un tercero son avales de los atributos de un bien (Marín *et al.*, 2022).

Esta situación plantea entonces la importancia analizar las implicancias económicas directas, en volúmenes y precios, de la certificación *Fairtrade* en las cooperativas Argentinas. El trabajo de Saldias (2017) aborda esta cuestión focalizándose en un análisis cuantitativo del volumen comercial de dos casos de cooperativas argentinas que le permiten concluir que no hay un impacto significativo de los volúmenes comerciables en la los rubros de miel y vino en Argentina. En esta misma línea Cosiorovski-Gonzalez *et al.* (2015) marcan que si bien la Cooperativa Los Pioneros tuvo mayores precios en sus productos certificados, los volúmenes exportados variaron ampliamente de un año a otro, lo cual generó problemas para rentabilizar el proceso de certificación. Por su parte, García Chiang (2011) y Ruben y Fort (2012, como se citó en Ramírez Granda *et al.*, 2020) marcan que el precio justo *Fairtrade* no genera mayores rentabilidades. Por ende, esta parte de la literatura revela que los aportes económicos directos no son tan significativos como *Fairtrade* lo plantea, sino que son beneficios indirectos los que hacen deseable este sistema, tales como la estabilidad de los precios internacionales (Darko *et al.*, 2017) o la adquisición de ventajas competitivas (Saldias, 2017).

Puntualmente sobre La Riojana se ha encontrado el artículo de Bagenta y Palmisano (2023) que se revela una situación paradójica, por la existencia de aún un alto sentimiento de pertenencia entre sus asociados a pesar de la posición débil de los pequeños productores miembros. Esta situación de desventaja es consecuencia de la falta de ayuda para reconvertirse y adecuarse a las condiciones exigidas por *Fairtrade* y de que los grandes productores son quienes producen los varietales más demandados. Además, el trabajo de Guirado (2017) revela que la certificación de OPP de *Fairtrade* le ha permitido a La Riojana comercializar estos productos solamente en el exterior. En consonancia con lo descrito anteriormente, los beneficios de comercio justo relevados son mayormente en materia de proyectos sociales dado que han utilizado parte de los beneficios de *Fairtrade* para la construcción de una escuela secundaria preuniversitaria y para la instalación de una red de agua en la localidad donde residen sus trabajadores.

Por lo expuesto *ut supra*, esta tesina toma como caso de estudio a la cooperativa La Riojana por la persistencia de esta en el sistema *Fairtrade*. Interesa conocer las particularidades de su proceso de certificación con vistas a poner de relieve las especificidades que le han permitido aprovechar ventajosamente este sistema de comercio justo.

Al haber pocas investigaciones al respecto, se torna necesario fomentar el análisis de las problemáticas y herramientas específicas que las cooperativas de Argentina encuentran al momento de exportar. Además, la matriz productiva de esta cooperativa difiere de las usualmente estudiadas en el comercio *Fairtrade* por el nivel de valor agregado de sus productos, por ende, permite explorar las implicancias del *Fairtrade* sobre otro tipo de cooperativas. Sumado a eso, el abordaje desde las relaciones internacionales de esta tesina plantea un aporte singular dado que pretende potenciar el sistema de comercio justo como una herramienta efectiva para los productores del Sur global. También, este abordaje busca contribuir a la expansión de las cooperativas que son núcleos de trabajo y producción alineados con los objetivos de desarrollo sostenible (“ODS”) propuestos por la Organización de las Naciones Unidas. Esto representa un aporte a la tradición temática de la disciplina en las áreas de desarrollo sostenible, relaciones económicas entre Estados y derechos humanos desde una perspectiva poco explorada por la literatura disciplinar.

Dada la importancia que ha adquirido la certificación *Fairtrade* para La Riojana en su proceso de expansión internacional, esta tesina busca responder el siguiente interrogante general: ¿Cuáles fueron los cambios económicos y sociales producidos en la cooperativa La Riojana y su comunidad a partir de la certificación *Fairtrade* entre 2005 y 2019?

A partir de esta pregunta general, la hipótesis que guía esta tesina es que: *la certificación Fairtrade permitió la cooperativa La Riojana, en el periodo 2005-2019, aumentar su volumen exportable, mejorar sus precios relativos de exportación y acceder a nuevos mercados de exportación; y en términos sociales ha mejorado el nivel de vida de la comunidad a partir de los estándares establecidos por la certificación y de los proyectos comunitarios vehiculizados con la prima Fairtrade.*

Esta tesina tiene por objetivo general analizar los cambios económicos y sociales producidos en la cooperativa La Riojana y su comunidad a partir de la certificación *Fairtrade* entre 2005 y 2019. En tal sentido, se propone tres objetivos específicos:

1. Describir el proceso de adaptación productiva, comercial e institucional de La Riojana para lograr la certificación *Fairtrade*.
2. Examinar los cambios económicos y sociales que tuvo La Riojana y su comunidad luego de certificar sus productos.
3. Analizar la contribución de la certificación *Fairtrade* al proceso de internacionalización de la cooperativa en el periodo 2005-2019.

Marco teórico-conceptual

Dado que el objeto de estudio no ha sido analizado *in extenso* desde el ámbito de las relaciones internacionales y considerando que sus características esenciales son económicas, se ha conformado un marco teórico-conceptual para el desarrollo de esta tesina. La corriente de la economía política internacional, con énfasis en Susan Strange, aborda las asimetrías que se dan en el comercio internacional y pone de manifiesto las relaciones de poder intrínsecas a esta actividad. Complementariamente, los aportes teóricos del ámbito de la economía permitirán analizar los cambios experimentados en la producción y la exportación de La Riojana al ingresar al sistema de certificación *Fairtrade*.

Susan Strange (2004) resalta la desigual participación de los actores en este sistema de comercio internacional, en el cual las economías desarrolladas dominan el comercio mundial y sus consumidores poseen mayores ingresos. Esta situación es el diagnóstico que *Fairtrade International* toma para establecer sus operaciones de venta en los países de mayores ingresos e intentar redistribuir ingresos hacia los productores del sur global. Como lo plantea Saladías (2017) el movimiento de ‘comercio justo’ intenta dar solución a estas problemáticas mediante el diálogo, la transparencia, el respeto, una mayor equidad, el desarrollo sostenible, las mejores condiciones comerciales y la garantía de derechos de los productores y trabajadores de los países en desarrollo.

Otra particularidad resaltada por Strange es el menor acervo regulatorio del comercio internacional comparado con el intranacional, sumado a ello, la gran asimetría entre países desarrollados y países en desarrollo genera que las políticas comerciales y regulatorias del primero tengan más peso sobre el segundo. En este sentido, los principios y requerimientos de comercio justo buscan imprimir una serie de normas éticas a la producción y comercialización de los productos que garantice el bienestar de los productores en los países en desarrollo. Por último, Strange resalta la volatilidad de los mercados de commodities comparados con las manufacturas lo cual puede afectar más a países en desarrollo. Frente a esta situación, y como se mencionó anteriormente, el comercio justo utiliza la herramienta del precio justo que brinda estabilidad a los productores del sur global y que les permite mejorar sus condiciones de vida.

En cuanto a los actores de este objeto de estudio, Strange (2004) pone de manifiesto que las relaciones internacionales deben incorporar en sus análisis a los actores no estatales que tienen una implicancia significativa en la arena internacional. Su teoría busca mostrar la conexión entre las grandes empresas transnacionales y el poder de los Estados denotando la importancia de las primeras en los análisis internacionales. No obstante, se verifica un vacío dentro de los estudios internacionales dado que las cooperativas y su accionar organizado a nivel internacional no han sido analizados en profundidad. Estos actores, si bien son similares en algunos aspectos a las empresas tradicionales, guardan ciertas especificidades que han de ser contempladas en su estudio.

En 1995 la Alianza Cooperativa Internacional definió a una cooperativa como “una asociación autónoma de personas que se ha unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” (Delfiner *et al.*, 2006: 3). No obstante, esta definición incluye a todo el universo de cooperativas, sin dar cuenta de si tiene o no una vinculación con el ámbito internacional. Por ello resulta pertinente adoptar la definición de **cooperativa internacional**, según la Federación de Cooperativas Danesas, como “cooperativa que ha iniciado una o más de las siguientes formas: exportación, alianzas, inversión directa y/u organización de una cooperativa transnacional” (Fayos *et al.*, 2011: 49). Dada esta definición puede considerarse a La Riojana como una cooperativa internacional dado que exporta sus productos a diversos países como se mencionó previamente. Su principal diferencia con una empresa transnacional es que es una asociación voluntaria de personas que persiguen fines más amplios que los económicos y cuyas acciones se orientan por los principios del cooperativismo; entendiéndose por cooperativismo a “una doctrina, sistema o movimiento que considera a las cooperativas como sistema de trabajo conjunto, considerándolas la forma ideal de organización de las actividades económicas, y se esfuerza por lograr la difusión y consolidación de las mismas (Kaplan y Drimer, 1979 como se citó en Ressel, 2023: 12).

Las cooperativas reconocen que para expandirse y crecer deben tener presencia en los mercados exteriores, para lograrlo pueden implementar diversas estrategias de internacionalización que pueden dividirse en tres bloques: exportación, acuerdos contractuales e inversión directa en el extranjero (Fayos *et al.*, 2011). La exportación suele ser la vía inicial para acceder a nuevos mercados dado que sus costos son menores que el establecimiento de operaciones en el exterior, aunque, como desventaja, se pierde control sobre el marketing y la distribución del producto (Hitt, M. *et al.*, 2015). En este contexto, la **certificación Fairtrade** se constituye como una **estrategia competitiva de enfoque por diferenciación**, esto es, una forma de concentrarse en un segmento del mercado (consumidores de vino en mercados de países desarrollados) a los cuales les intenta dar un servicio superior (vino producido con ciertas normas éticas) que es percibido como distinto al resto de los productos por una determinada cualidad (la certificación *Fairtrade*) (Porter, 2008).

De esta manera, la certificación *Fairtrade* permite acceder a un segmento de mercado específico dentro de los consumidores de vino, a saber, a los vinos producidos de acuerdo con determinadas normas éticas. Tal como relevan Cayón-Ruisánchez *et al.* (2017), este segmento se constituye mayoritariamente de mujeres de entre 34 y 44 años laboralmente activas y con ingresos económicos de entre €1000 y €2500. Además, estas consumidoras de vino tienen conocimiento sobre el sistema de comercio justo y muestran predisposición a seguir comprando productos certificados. Por último, los países que tienen consumidores que más gastan en productos certificados son Suiza, Reino Unido, Finlandia y Suecia. En consecuencia, la certificación tiene por objeto llegar a un público muy específico y también a mercados puntuales para los cuales estar certificados es una precondition para ser elegidos. En este sentido, la cooperativa sostiene que la certificación genera una preferencia por un vino de La Rioja por sobre otro de igual calidad y precio similar de la competencia no certificado (P. Jaular, Comunicación Personal, 30 de abril de 2025).

La empresa certificadora FLOCERT es quien otorga la certificación. Dicha empresa es independiente de *Fairtrade International* pero trabaja exclusivamente para esta al inspeccionar a las entidades certificadas y velar por el cumplimiento de los estándares establecidos por la esta. Según la clasificación establecida Guirado (2017) esta certificación se realiza a nivel producto, es otorgada por una entidad privada y es auténtica pues el organismo certificador es independiente del organismo que establece los estándares a cumplir. Existen dos tipos de certificación que La Rioja tuvo durante el periodo estudiado, la primera fue de trabajo contratado y luego cambió a OPP. Si bien los criterios para ambas son similares, la primera es utilizada para entidades que tienen empleados contratados, mientras que la segunda se utiliza para entidades que nuclean a pequeños productores.

Además de ser una estrategia competitiva, la certificación permite ingresar a los canales de comercialización organizados por *Fairtrade International*. Esta es una organización no gubernamental (“ONG”) en la que se acuerdan los estándares y se coordinan redes de comercio justo globales (Fairtrade International, 2023). Si se considera a las ONG como “asociaciones o grupos, constituidos de modo permanente por particulares (individuos o colectivos) de diversos países (mínimo tres), que tienen objetivos no lucrativos de alcance internacional” (Barbé, 2007: 216) puede resultar contradictorio incluir a *Fairtrade International* dentro de esta categoría. Sin embargo, se observa que la misma no persigue un lucro a partir de la actividad comercial, sino que el dinero que percibe en el ejercicio de su actividad se dispone para cubrir los gastos de funcionamiento de la misma, por ello es que puede clasificarse de tal forma. Es destacable que el gobierno de la ONG se ejerce mediante su Asamblea General, la cual divide sus votos en un 50% para las redes de productores y 50% para las organizaciones nacionales, que se localizan en los mercados de países desarrollados. Con esto en mente, la teoría de Strange permitirá desentrañar a su vez las estructuras de poder intrínsecas a esta forma de comercio internacional permitiendo analizar si realmente implican cambios significativos en la

forma de comercializar para que las cooperativas internacionales obtengan mayores beneficios que en los canales tradicionales.

Por último, se considera la **internacionalización** como un proceso en el cual la cooperativa aumenta gradualmente su implicación en operaciones internacionales, desarrollando conocimiento sobre los mercados extranjeros y un compromiso creciente de recursos en ellos (Bretos *et al.*, 2018). La internacionalización entonces no se entiende solamente desde una dimensión económica, esto es, formas de acceder a nuevos mercados externos, sino también desde una dimensión institucional de las relaciones que se establecen con otros actores internacionales. Esta segunda dimensión abarca: los contactos con actores externos necesarios para lograr la certificación; la participación en espacios de diálogo y concertación internacionales derivados de una mayor visibilidad de la cooperativa; la cooperación con otros actores internacionales para potenciar los proyectos de comercio justo; y la participación en los mecanismos democráticos de *Fairtrade International* en los cuales se dan pujas internas de poder.

Marco metodológico

El diseño metodológico de esta tesina es de tipo descriptivo-analítico dado que especifica las propiedades y características del fenómeno que luego se analizan. Se ha seleccionado el proceso de certificación *Fairtrade* de La Riojana localizada en la ciudad de Chilecito, La Rioja, Argentina dado que la misma fue la primera cooperativa vitivinícola argentina en lograrlo. Además, ha mantenido ininterrumpidamente su certificación desde ese momento solo cambiándola en 2013 por la de OPP. Se ha tomado como inicio temporal del estudio el año 2005, un año antes de la oficialización de la certificación, de esta manera se espera captar el proceso de adaptación que sufrió la cooperativa. Como finalización del estudio se ha tomado el año 2019, dado que ese año aconteció una revisión significativa de los criterios para la certificación OPP. Además, el recorte en este año previo a la pandemia de COVID-19 permite descontar los cambios en los datos cuantitativos producto de la disrupción del comercio internacional. Como finalización del estudio se ha tomado el año 2019, momento previo a la pandemia de COVID-19 entendiendo que este acontecimiento sistémico implicó una disrupción significativa en el comercio internacional que puede sesgar los datos del estudio.

Las técnicas de recolección y análisis de datos utilizadas son de tipo cualitativas, pero se recurrió también a herramientas cuantitativas para respaldar empíricamente la investigación. Entre las técnicas cualitativas utilizadas se encuentran: la realización de entrevistas a miembros clave de la cooperativa, el relevamiento bibliográfico de fuentes secundarias y la observación de registros fotográficos de las instalaciones y proyectos realizados en Chilecito. Respecto de las fuentes cuantitativas se realiza un análisis de los balances comerciales de la empresa. Por fuente primaria de esta investigación se entiende a las entrevistas y, también, a los balances comerciales de La Riojana.

Esta tesina se desarrolla como requisito obligatorio del plan de estudios de la Licenciatura de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones

Internacionales. En este sentido se cuenta con los recursos académicos necesarios para garantizar un riguroso estudio de esta situación. En cuanto a bibliografía especializada, gracias a la pertenencia institucional, se cuenta con acceso a los principales portales y repositorios en la materia tales como Google Académico, Repositorio UNR y JStor.

Un desafío significativo puede ser el acceso a información de los balances comerciales de La Riojana, no obstante, el mismo será superado por tener de informante clave a Patricio Jaular, miembro del área de comercio exterior de la cooperativa, que aportará los datos relevantes en torno a la experiencia de certificación y será el nexo con el área contable de la cooperativa.

A continuación, esta tesina se estructura en cuatro apartados. En el primer capítulo se describirá el proceso de adaptación de La Riojana para lograr la certificación *Fairtrade* poniendo foco en los cambios productivos, institucionales y sociales en consecuencia. El segundo capítulo se centrará en examinar los cambios económicos y sociales que tuvo La Riojana y su comunidad luego de certificar sus productos. Y el tercer capítulo pondrá énfasis en analizar la contribución de la certificación *Fairtrade* al proceso de internacionalización de la cooperativa en el periodo 2005-2019. Por último, en las conclusiones se presentarán los principales resultados de esta investigación.

Capítulo 1: Adaptación de La Riojana para lograr la certificación *Fairtrade*

Este capítulo desarrolla el primer objetivo específico de esta tesina, a saber, describir el proceso de adaptación productiva, institucional y comercial de La Riojana para lograr la certificación Fairtrade. De esta manera se busca sustentar la posición planteada en la hipótesis de que el proceso de certificación tuvo un efecto positivo sobre la cooperativa y en el nivel de vida de la comunidad a partir del cumplimiento de los estándares Fairtrade. En primer lugar, se desarrolla brevemente el contexto en el cual La Riojana toma la decisión de obtener certificaciones como estrategia para acceder a nuevos mercados. Seguidamente se desarrollan los criterios que establece Fairtrade para brindar la certificación de OPP. En tercer lugar, se hace una descripción de los cambios y adaptaciones que hizo La Riojana para lograr certificar. Por último, se hace un relevamiento de esos cambios producidos como consecuencia de la certificación.

1.1 Contextualización del proceso de certificación

Los orígenes de la cooperativa se remontan a 1940, cuando se funda la Cooperativa La Caroyense Córdoba– La Rioja Ltda. teniendo un gran desarrollo en la provincia de La Rioja. En 1989 la casa central se ubicó en Córdoba donde se tomaban las decisiones productivas y de comercialización a pesar de que el 90% de los productores eran riojanos (Starobinsky *et al.*, 2020). Esta situación motivó que un grupo de alrededor de 700 socios se separa y formara la cooperativa La Riojana (Pizarro Levi *et al.*, 2020).

En la década de 1990 la industria vitivinícola argentina enfrentó una pérdida de mercado local debido a cambios en las preferencias de los consumidores que comenzaron a elegir bebidas como las gaseosas o cervezas frente a los vinos (Guirado, 2017). El sector vitivinícola comenzó entonces a buscar acceder a mercados externos para compensar esta pérdida en lo local. Como fue expresado previamente, la exportación es una de las maneras más sencillas de internacionalizarse en la dimensión económica; no obstante, esto exigió un proceso de reconversión debido a la alta exigencia de calidad de estos nuevos mercados. Durante estos años, La Riojana incorporó áreas dedicadas al comercio exterior y a la implementación de nuevas tecnologías que le permitieron exportar su producción (Bagenta y Palmisano, 2023). Es en 1995 cuando la cooperativa comenzó a exportar y desde entonces consolidó y expandió los países de destino, encontrándose entre ellos: Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Dinamarca, Estados Unidos, Finlandia, Holanda, Inglaterra, Suecia, Taiwán y Venezuela (Gordillo, 2016).

Para lograr acceder a estos mercados externos más exigentes, La Riojana eligió el camino de las certificaciones que permiten dar cuenta de la calidad de sus vinos y del proceso productivo que los genera. En 1998 obtiene la certificación ISO 9001/2000 (Gordillo, 2016) que permite dar cuenta de procedimiento estandarizados enfocados en ofrecer calidad en sus productos y de mejora constante. También en el año 2000, La Riojana

certifica sus viñedos como orgánicos. En 2004 se logra la Indicación Geográfica ‘Valles de Famatina’ para etiquetar y proteger el origen de sus vinos. Esto constituyó un primer antecedente en la búsqueda de diferenciadores para sus productos.

Estos antecedentes prepararon el camino para la certificación *Fairtrade* obtenida por La Riojana en febrero de 2006, convirtiéndose así en la primera bodega argentina en certificar comercio justo (Funes, 2023). Como fue mencionado con anterioridad, la certificación se plantea en La Riojana como una estrategia competitiva de enfoque ya que la misma permite acceder al nicho de mercado que constituyen los consumidores conscientes, es decir, aquellos consumidores dispuestos a pagar un precio mayor por productos en cuya elaboración se respetaron los derechos de los trabajadores y comunidades involucradas.

Esta primera certificación fue bajo la modalidad de empresa exportadora y para trabajo contratado dentro de los viñedos pertenecientes a la cooperativa (Gordillo, 2016). Esto implicaba que se cumplieran determinados estándares para quienes estaban contratados por la cooperativa, pero no así para el resto de los productores asociados a la misma. A pesar del alcance de esta, la certificación es considerada por Gordillo (2016) como uno de los logros más significativos de la gestión organizacional del periodo 2005-2006 tanto por el alto involucramiento de recursos humanos en su consecución, como también por haber permitido la consolidación en mercados europeos, específicamente: Reino Unido, Suecia y Bélgica.

Debido a la nueva demanda de vinos certificados La Riojana comenzó a planificar una expansión de estos productos. En una primera etapa, seis asociados de la cooperativa emprendieron el proceso de certificación de trabajo contratado en sus fincas para poder así incrementar el volumen de uva certificada (Gordillo, 2016). Sin embargo, al tiempo se decidió dar un paso aún más significativo.

En 2013 La Riojana logró la certificación OPP, entendiendo por pequeños productores a aquellos miembros que no contratan trabajadores de manera continua, trabajan por cuenta propia y el trabajo agrícola es realizado principalmente por los miembros y sus familias (Fairtrade International, 2019)¹. De esta manera se logró abarcar a todos sus asociados y empleados permitiendo incrementar los beneficios económicos y sociales de la certificación (Gordillo, 2016). Este cambio en la certificación respondió, según Guirado (2017), al cumplimiento de La Riojana con los requisitos establecidos para enfocarse en pequeños productores y también por la aspiración de la cooperativa de mejorar la calidad de vida de todos sus asociados y no solamente de sus empleados directos.

¹ En el año 2019 se realiza una revisión de los criterios para certificación OPP, donde la definición de organización de pequeños productores se torna más restrictiva. La misma debe ahora ser una organización cuyos pequeños productores conformen 2/3 de los miembros, tengan una tierra cultivada menor a 30 hectáreas cada uno y al menos el 50% del producto *Fairtrade* provenga de estos productores (Fairtrade International, 2019).

Este breve racconto histórico sobre La Riojana muestra como el proceso de certificación *Fairtrade* fue sostenido a lo largo del tiempo y para el cual se ha trabajado de manera estratégica. Además, considerando que el 85% de lo exportado por la cooperativa está certificado se observa la importancia que tiene la certificación para su modelo de negocio y también la importancia nodal de los pequeños productores en la cooperativa.

Como fue mencionado previamente, La Riojana llevaba adelante un proceso de expansión hacia mercados más exigentes que hacían necesarias las certificaciones de calidad. En este sentido, Patricio Jaular (Comunicación Personal, 30 de abril de 2025) sostiene que el principal objetivo de certificar tenía que ver con las expectativas de crecimiento económico que posibilitaban las certificaciones *Fairtrade*. Además, comenta que el principal cliente externo, a quien la cooperativa le vende alrededor del 80% de lo exportado es una cooperativa de Reino Unido y les solicitó que certifiquen con *Fairtrade* para poder mantener el comercio.

Este primer capítulo tiene por objetivo describir el proceso de adaptación productiva, comercial e institucional de La Riojana para lograr la certificación *Fairtrade*. Para ello se mencionan a continuación los requisitos planteados por la certificación *Fairtrade* y cómo ha trabajado La Riojana para cumplir con los mismos.

1.2 Descripción del proceso y requisitos de certificación

Los estándares de comercio justo son definidos de mutuo acuerdo entre productores y negocios en *Fairtrade International*, otorgándose un 50% de los votos a los productores en la Asamblea General (*Fairtrade International*, 2023). Además, durante el proceso de establecimiento de nuevos estándares los productores son consultados por la organización internacional y por las tres redes regionales de productores (en el caso de La Riojana le compete la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (“CLAC”). Una vez establecidos los estándares para otorgar la certificación, la empresa certificadora independiente, FLOCERT, se encarga de realizar el proceso de auditoría para otorgar o denegar la certificación.

Cuando una entidad pretende certificarse como *Fairtrade* con FLOCERT debe seguir el proceso que se describe a continuación. El primer paso es que la entidad certificada, en este caso la cooperativa, realice un pedido formal para iniciar el proceso de certificación (FLOCERT, 2024). Para ello debe revisar y pasar un primer cuestionario respecto de si cumple con algunos principios y criterios básicos además de firmar documentos legales. En una segunda instancia, se realizan auditorías in situ por parte de FLOCERT para verificar que se cumplen los criterios establecidos para otorgar la certificación. Estas auditorías implican desde la visita de instalaciones hasta la revisión de documentos y entrevistas con empleados y miembros.

Una vez concluida la auditoría, se realiza la reunión de cierre donde se presentan los resultados a los miembros de la entidad interesada planteándose las no conformidades y las sugerencias para solucionar las mismas. En tercer lugar, una vez que el analista de

FLOCERT recibe el informe del auditor, verifica el cumplimiento o no de los criterios y también el proceso de adaptación de las no conformidades. Una vez que todo está conforme a los criterios de certificación se otorga la certificación oficial que tiene una duración de 3 años (para los productores). Sin embargo, se realizan periódicamente revisiones para confirmar que se sigue cumpliendo con los estándares establecidos y también pueden realizarse auditorías in situ sin previo aviso.

Los requisitos para otorgar la certificación de *Fairtrade* son definidos por *Fairtrade International* y luego el proceso de certificación se realiza por entidad independiente FLOCERT. El documento titulado “Criterio de Comercio Justo *Fairtrade* para Organizaciones de Pequeños Productores” contiene los requisitos establecidos para otorgar y revalidar una certificación OPP². Los requisitos están organizados en cuatro grandes áreas. La primera contiene los requisitos generales donde se establece la definición de pequeños productores y se establece la necesidad de tener un contacto de referencia. En el segundo apartado se refiere a los requisitos de “comercio”, incorporando en ello lo referido a trazabilidad del producto certificado, formas de abastecimiento, contratos y uso de los sellos *Fairtrade*. En la tercera sección se enumeran los requisitos vinculados a la producción los cuales contiene tres subapartados: prácticas de producción, cuidados ambientales y condiciones laborales. En cuarto, y último, lugar se establecen los requisitos de “negocios y desarrollo”, es decir, criterios institucionales, planes de desarrollo a futuro y no discriminación que la entidad interesada debe cumplir.

La Tabla 1 muestra, a modo de resumen, los principales requisitos solicitados por *Fairtrade* para otorgar la certificación OPP recogidos del documento mencionado en el párrafo anterior. Adicionalmente, se mencionan las acciones que La Riojana ha tenido que concretar para obtener la misma en base a las entrevistas realizadas a Alejandra María Gordillo y Patricio Jaular. Estos ítems se describen *in extenso* en el siguiente apartado.

Tabla 1: Comparación de requisitos y acciones concretadas para cumplir con la certificación OPP de *Fairtrade*

Requisito establecido por certificación OPP	Acciones concretadas en La Riojana
Requisitos Generales	
Aceptación de las auditorías y designación de una persona encargada de los asuntos de la certificación.	Designación de A. M. Gordillo como Oficial de Comercio Justo.
Comercio	

² El documento publicado es la versión revisada para el año 2019, en el mismo se establece claramente cuales han sido los requisitos agregados durante esta revisión y cuales eran previos. Como no se ha podido conseguir el documento con los requisitos vigentes en 2013 (momento en el cual La Riojana certifica) se utiliza este documento como referencia sin considerar los puntos incorporados en la revisión 2019.

Requisito establecido por certificación OPP	Acciones concretadas en La Riojana
<p>Separación física de los productos <i>Fairtrade</i> de los no provenientes de miembros. Llevar un control exhaustivo del proceso productivo y de las ventas de esos productos</p>	<p>Adaptaciones en la infraestructura para separar las uvas certificadas. Adaptación de los procesos productivos para respetar las proporciones de uva certificada establecidas por la norma. Creación registros financieros.</p>
<p>Producción</p>	
<p><i>Desarrollo ambiental</i></p>	
<p>Designación de una persona encargada de verificar el desarrollo medioambiental. Manejo correcto y no dañino de las plagas. Lista de químicos prohibidos. Capacitación y monitoreo permanente sobre degradación del suelo y agotamiento de fuentes de agua. Uso eficiente de la energía.</p>	<p>El área agrícola fue la encargada de capacitar a los productores en el correcto manejo de plagas. También de monitorear el estado de la escasez de agua y de la situación de la vida silvestre. Manual “Comercio Justo. Más y mejores beneficios” elaborado por La Riojana donde una de las secciones habla de la importancia del cumplimiento de los requisitos de seguridad.</p>
<p><i>Condiciones laborales</i></p>	
<p>Tolerancia cero a la discriminación por cualquier motivo. Condiciones laborales acordes a la legislación local y sin trabajo forzoso ni infantil.</p>	<p>La no discriminación es un principio del cooperativismo que ya venía trabajando La Riojana. Ya se trabajaba acorde a la legislación laboral vigente. El área de Recursos Humanos (“RR.HH.”) fue clave en estos requisitos.</p>
<p>Negocios y desarrollo</p>	
<p>Armado de un Plan de Desarrollo de Comercio Justo, que es presentado y aprobado por la Asamblea General. Contar con organismos de gobernanza democráticos y fomentar la participación en ellos.</p>	<p>Se creó el Plan de Desarrollo de Comercio Justo con una participación significativa de los asociados mediante encuestas y consultas permanentes. Se llevaron adelante distintas actividades y proyectos que mejoraron a la comunidad. La participación en la gobernanza democrática de la cooperativa era preexistente a la certificación.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a *Fairtrade International* (2019) y entrevistas realizadas a miembros de La Riojana.

1.3 Descripción de los cambios y adaptaciones realizados por La Riojana para certificar

2.1.A. *Requisitos generales*

El primer apartado establece criterios generales que han de cumplirse para lograr la certificación. Primeramente, se establece que la entidad certificada ha de aceptar auditorías a los fines de otorgar y mantener la certificación (1.1.1³) y también han de designar a una persona de contacto por los asuntos de la certificación (1.1.2). En segundo lugar, se establece la definición de pequeños productores (1.2.2) como fue expuesta previamente.

Alejandra María Gordillo fue designada al momento de certificar como Oficial de Comercio Justo, esta posición se encarga del enlace entre la entidad certificada y el ente certificador (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). En este rol fue encargada de facilitar toda la documentación pertinente para las auditorías, completar los registros del uso e impacto de la prima *Fairtrade*.

2.1.B. *Comercio*

El segundo apartado de los criterios de certificación refiere a los requisitos que han de cumplir las entidades certificadas al momento de comerciar productos con el sello *Fairtrade* para garantizar la transparencia del proceso (Fairtrade International, 2019). Dentro de este apartado destacamos los requisitos de trazabilidad, los mismos establecen que tiene que haber una separación física de los productos que provienen de los pequeños productores de los que no (2.1.1) y también debe hacerse un registro exhaustivo de los movimientos que se realizan con esos productos (2.1.2 a 2.1.6).

Para el cumplimiento de la separación física de las uvas de producidas por los pequeños productores se tuvo que generar una serie de adaptaciones de infraestructura para poder separar en piletas diferentes las uvas certificadas como las no certificadas. En este sentido, Jaular (Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025) sostiene que fue un desafío generar nuevos procesos de trabajo con los enólogos debido a que las creaciones de estos debían respetar la proporción de uva certificada que establece la norma *Fairtrade*. Adicionalmente, el proceso de crear registros exhaustivos de todos los movimientos y acciones que se tomaron para cumplir con los criterios de comercio justo fue una de las mayores dificultades que se enfrentó al momento de certificar. Este proceso se torna vital por la necesidad de mantener la trazabilidad física y monetaria⁴ de las uvas certificadas

³ Estas referencias entre paréntesis permiten al lector referirse a los ítems del documento “Criterios de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores” elaborado por (Fairtrade International, 2019) que refieren a los criterios explicados en el cuerpo de esta tesina.

⁴ La trazabilidad física refiere a la capacidad de demostrar que el producto final de vino que la cooperativa vende tiene al menos un 50% de uvas provenientes de pequeños productores, mientras que la monetaria hace referencia a que las transacciones en las cuales se intercambiaron esas uvas hayan estado acorde a los precios y normativas de comercio justo (P. Jaular, comunicación personal, 27 de agosto de 2025).

para las auditorias (P. Jaular, Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025). Como se desarrolla más adelante, el cambio cultural necesario para poder registrar de manera sistemática las acciones de la cooperativa fue un gran desafío para el cual la cooperativa contó con la ayuda de *Fairtrade* y de expertos en la certificación (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025).

2.1.C. Producción

El tercer apartado de los criterios de certificación refiere a un aspecto esencial para la certificación, esto es, garantizar prácticas de producción éticas y sostenibles. Los requisitos establecidos en este apartado pueden dividirse en dos grandes categorías desarrollo ambiental (3.2) y condiciones laborales.

Los requisitos ambientales refieren, a su vez a seis grandes categorías: manejo de plagas y sustancias peligrosas, suelo y agua, biodiversidad, desechos, organismos genéticamente modificados y adaptación y mitigación del cambio climático.

Los requisitos vinculados al manejo de plagas y uso de sustancias buscan que haya un control permanente de las plagas que puedan afectar los cultivos (3.2.2 y 3.2.3). Que las sustancias utilizadas para el control de estas no sean nocivas para las personas o el ambiente, se incorpora incluso una lista de sustancias prohibidas (3.2.7, 3.2.8, 3.2.15, 3.2.16, 3.2.17, 3.2.18) y se enfatiza en la capacitación permanente de los miembros respecto de las medidas de seguridad, utilización de equipos de protección personal y recaudos respecto a envases contenedores para evitar cualquier tipo de accidente vinculado a estas sustancias (3.2.4, 3.2.5, 3.2.9, 3.2.12, 3.2.13).

La categoría suelo y agua refiere a los requisitos que apuntan a prevenir la erosión del suelo y el agotamiento o contaminación de los recursos hídricos locales. Para ello se plantea la necesidad de capacitar en el correcto uso de los fertilizantes y en prácticas de cultivo apropiadas (3.2.21 y 3.2.22). Respecto del cuidado de recursos hídricos se sostiene que debe haber información actualizada respecto a las fuentes de agua disponible y su situación (3.2.25) así como un manejo de aguas residuales responsable (3.2.28 y 3.2.29).

En el tercer grupo se establecen requisitos vinculados al cuidado de la biodiversidad presente en el entorno de la cooperativa. Los mismos apuntan a que la entidad debe respetar la vida silvestre y no perjudicarla con su accionar (3.2.30, 3.2.34 y 3.2.35). Concientizar sobre las especies raras o amenazadas locales (3.2.26) y sobre los peligros de introducir especies exóticas (3.2.37).

En la cuarta categoría se establece que se debe garantizar la correcta deposición de los desechos comunes y peligrosos (3.2.38 y 3.2.39) y que se ha de reutilizar los desechos orgánicos (3.2.40). La quinta categoría sostiene que no han de utilizarse semillas genéticamente modificadas para los productos certificados (3.2.41). Por último, la sexta categoría plantea que ha de hacerse un uso eficiente de la energía incorporando, cuando sea posible, fuentes renovables de energía (3.2.43).

La entrevista realizada a Gordillo revela que el Área Agrícola⁵ de la cooperativa fue de vital importancia para el cumplimiento de estos requisitos. Primeramente, Gordillo (Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025) destaca la trayectoria y confianza construida desde el departamento agrícola con los permitiendo llevar seriedad a la labor realizada para lograr la certificación. También generaron documentos informativos al respecto, como el manual “Comercio Justo. Más y Mejores Beneficios” en el cual se describen buenas prácticas respecto al uso de fertilizantes y químicos para el control de plagas, entre otros beneficios que trae el comercio justo para los asociados (Gordillo, 2016); y se llevan adelante capacitaciones periódicas respecto de los procedimientos permitidos. Adicionalmente, se realizaron visitas de manera frecuente a los productores y se mantuvo un diálogo fluido para detectar cualquier desviación de lo que establece la norma. Por último, se destaca el Área de Ventas a partir del cual los asociados pueden conseguir los insumos, maquinarias y agroquímicos necesarios para producir las uvas a un mejor precio que el de mercado convencional (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). Esta área no vende ninguno de los productos rojos prohibidos por la certificación *Fairtrade*, por lo cual es un mecanismo adicional que reduce el incumplimiento de la normativa.

En lo que respecta a los requisitos ambientales, también el Área Agrícola fue la principal encargada de velar por el cumplimiento de estos (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). Se realizaron campañas de concientización respecto al uso del agua, la utilización indebida del fuego, manejo de desperdicios, campañas de compostaje, reutilización de residuos, entre otras cuestiones. Adicionalmente, el sector de higiene y seguridad ha contribuido a algunos de estos ítems. Gordillo resalta que estas tareas que se realizaban de manera previa a la certificación, pero a partir de esta se sistematizaron, intensificaron e hicieron más exhaustivas. A modo de ejemplo, La Rioja es la provincia argentina con mayor escasez hídrica (Pérez, 2022), por ende, la cooperativa no ha sido ajena al mismo y realizó diversas acciones que contribuyeron a responder a esta problemática.

Respecto a los requisitos vinculados a las condiciones laborales, los mismos sostienen que los ambientes de trabajo deben estar libres de todo tipo de discriminación (3.3.1, 3.3.2) y deben contar con una política de tolerancia cero al abuso y a la violencia (3.3.3 y 3.3.4). Además, se establece que no debe haber trabajo forzoso (3.3.5) y debe existir plena libertad de los cónyuges (3.3.7) con respecto a la contratación del trabajador y/o la provisión de alojamiento. También, se establece la prohibición del trabajo infantil (3.3.8 y 3.3.12), requisitos para el trabajo dentro del marco familiar (3.3.9) y requerimientos para el trabajo de menores de 18 años (3.3.10).

Por último, el apartado establece criterios vinculados a los derechos laborales. Los mismos abarcan cuestiones de sindicalización, esto es, libertad de afiliación (3.3.13), derechos para los líderes y trabajadores sindicalizados (3.3.14 y 3.3.15), capacitación en

⁵ Para un organigrama detallado de la cooperativa La Riojana se puede recurrir al trabajo de Funes (2023).

derechos a los trabajadores (3.3.17). Pero también criterios vinculados a salarios dignos y acorde a las normativas locales (3.3.19, 3.3.20, 3.3.21, 3.3.22, 3.3.25 y 3.3.28), firma de contratos de trabajo legales (3.3.24) y respeto a las licencias, seguridad social y otros beneficios (3.3.27). También se incluye una serie de requisitos vinculados a la seguridad e higiene que ha de existir en los espacios de trabajo (3.3.30 a 3.3.39).

Gordillo (Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025) sostiene que a partir de la certificación se explicitaron muchos de los protocolos que ya tenía el Sector de RR. HH. Por ejemplo, los principios del cooperativismo prohíben la discriminación por lo cual esta ha sido una política que la cooperativa implementa desde hace tiempo. Sin embargo, a partir de la certificación estas normas se dejan asentadas explícitamente. Por otro lado, uno de los puntos sensibles de la normativa tiene que ver con la presencia de niños en las zonas de trabajo. Gordillo (Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025) destaca que normalmente una de las características de los trabajadores temporales en época de cosecha es que migran junto a sus familias al lugar de trabajo. Por ende, y si bien la cooperativa no permite la contratación de niños, su mera presencia en las zonas de producción constituía un potencial riesgo para ellos. Fue a partir de esta situación que se comenzó a determinar la no contratación de trabajadores que acudieran con sus familias al lugar de trabajo. A su vez, puede destacarse también el aporte que la cooperativa hizo a partir de la creación del Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez” en la zona para fortalecer el derecho a la educación de los niños que residen en la zona.

En cuanto al cumplimiento de los derechos laborales establecidos en la ley nacional y que son recogidos por la certificación, se destaca que la cooperativa siempre funcionó acorde a los mismos por lo cual esto no representó un gran escollo al momento de certificar (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). Adicionalmente, la cooperativa cuenta con un área de higiene y seguridad que fue la encargada de velar por los requisitos referentes a esta materia, aunque muchos de ellos ya se cumplimentaban.

2.1.D. Negocios y desarrollo

El cuarto apartado refiere a los requisitos que tienen por objetivo garantizar el desarrollo de la comunidad local y que los productores sean los verdaderos beneficiarios del comercio justo. Para ello la primera categoría, desarrollo potencial, plantea la necesidad de que exista una planificación de las actividades que promuevan el desarrollo (4.1.2 y 4.1.3) denominado “Plan de Desarrollo de Comercio Justo *Fairtrade*” aprobado por la Asamblea General (4.1.7), sistemas preestablecidos de distribución de los beneficios (4.1.5 y 4.1.14) y rendición de cuentas al respecto de lo realizado y los costos de ejecución de ese plan (4.1.8, 4.1.9 y 4.1.12).

La segunda categoría, titulada “Democracia, participación y transparencia”, pretende que las entidades interesadas cuenten con organismos de gobernanza democráticos permitiéndole así a los miembros recibir realmente los beneficios del comercio justo. Los requisitos establecidos son: celebrar mínimo una Asamblea General al año debidamente notificada y cuyas decisiones se recojan en un acta (4.2.4, 4.2.5, 4.2.6 y 4.2.7), contar con

una gerencia (4.2.8), transparencia en los registros (4.2.9) y difusión de las formas de participación que tienen los miembros en los órganos decisores (4.2.14). Estos requisitos se encuentran garantizados por el hecho de que La Riojana es una cooperativa, cuya definición es “una asociación autónoma de personas que se ha unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” (Delfiner et al., 2006: 3).

La tercera categoría hace referencia a la no discriminación, donde se establece que no deben discriminarse a los miembros por ninguna razón (4.3.1), las reglas de afiliación tampoco deben discriminar (4.3.2) y también deben identificar minorías en desventaja en su organización (4.3.3) generando actividades destinadas a mejorar su posición en la organización (4.3.5)

En este apartado debe mencionarse la creación de la Asociación de Comercio Justo, que es una organización sin fines de lucro que se encarga de administrar la prima *Fairtrade* (Gordillo y Salerno, 2019). La misma nació en 2007 como una asociación civil para fomentar el desarrollo socio económico, cultural y educativo de los empleados de La Riojana (Gordillo, 2017). Esta asociación está integrada por empleados efectivos, contratados y asociados de La Riojana que voluntariamente desean formar parte y es administrada por una Comisión Directiva y una Comisión Revisora de cuentas que fiscaliza su accionar (Gordillo, 2017). El dinero de la prima *Fairtrade* va a una cuenta bancaria perteneciente a esta Asociación que es la encargada de administrar el mismo en base a las decisiones democráticas tomadas por los productores en el seno de esta (Gordillo, 2016). La creación de este organismo es una adaptación mayúscula que la cooperativa tuvo que hacer para gestionar la prima derivada de la certificación.

Por otro lado, el proceso de creación del Plan de Desarrollo de Comercio Justo *Fairtrade* no generó grandes dificultades para la cooperativa (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). Se realizaban previamente encuestas a los interesados para conocer en qué acciones se quería invertir el dinero de la prima, luego se analizaba esa información y la factibilidad de estas a partir de lo cual se tomaba la decisión. Ese plan luego se pone a consideración de los asociados en las Asamblea General. La vida democrática de la cooperativa, por la propia definición de la entidad, es previa a la certificación y no implicó mayores modificaciones al momento de certificar; no obstante, si se incorporó el mecanismo de informe de acciones de comercio justo y también la puesta de consideración el plan de prima a la Asamblea. Con el transcurrir de los años se fueron perfeccionando esos mecanismos de rendición de cuentas respecto de las acciones realizadas a sus asociados.

1.4 Obstáculos, facilitadores y resultados

Si bien el proceso de certificación fue rápido y muchos de los requisitos se cumplían de manera anterior a la certificación, existieron algunas dificultades. Tanto Gordillo (Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025) como Jaular (Comunicación Personal,

27 de agosto de 2025) destacan que las principales dificultades estuvieron en lograr una acabada comprensión de la esencia de la norma, lograr acompañar el cambio cultural que implicaba la norma. En ese sentido, fue un desafío generar el hábito del registro sistemático de las acciones que se llevaban adelante para poder tener evidencia frente a los organismos certificadores. No obstante, La Riojana contó con el apoyo de los gestores de fortalecimiento de la norma que ayudaban a interpretar la norma y lograr adecuarla a la situación específica de la cooperativa, logrando de esta manera superar algunos de los escollos que se presentaban en el proceso. También, CLAC fue un gran apoyo orientando y asesorando en el proceso de certificación.

Tal fue el compromiso de La Riojana con la normativa *Fairtrade* que actualmente cuenta con el máximo nivel de certificación, lo cual implica, entre otras cosas, que le realizan auditorias sin previo aviso (P. Jaular, Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025). De esta manera, se muestra como esas dificultades que se generaron en un principio para adaptar los procesos y la cultura de la cooperativa dio sus frutos y tiene un logro visible en la actualidad.

Respecto de los primeros impactos positivos de esta certificación, se destaca el fuerte involucramiento de los asociados en el proceso y la norma. Los mismos asociados comenzaron a vigilar de manera voluntaria la norma para evitar observaciones que pudieran poner en riesgo la certificación (A.M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). Este proceso se vio intensificado una vez que arribaron las primeras partidas de la prima *Fairtrade* dado que se comenzó a valorar positivamente esos ingresos que permitían mejorar la vida de la comunidad.

1.5 Conclusiones parciales del proceso de adaptación para certificar

En este capítulo se han descrito los requisitos para lograr la certificación OPP en sus cuatro áreas: requisitos generales, comercio, producción y negocios y desarrollo. También, se desarrollaron las adaptaciones que realizó La Riojana para lograr dicha certificación en el año 2013 poniendo énfasis en los cambios que el proceso de certificación generó en la cooperativa.

Considerando los requisitos de la certificación y el trabajo realizado por la cooperativa para cumplirlos pueden dividirse los esfuerzos en tres grandes grupos. Primeramente, aquellos requisitos que ya se cumplían y que no tuvieron que sufrir ninguna transformación como por ejemplo el cumplimiento de los derechos laborales de trabajadores o la participación democrática en la gobernanza de la cooperativa. En segundo lugar, los requisitos que de alguna manera ya se venían cumpliendo, pero cuyas tareas tuvieron que intensificarse o explicitarse para lograr la certificación. Este sería el caso del monitoreo medioambiental y cumplimiento de medidas de seguridad para manejo de plagas. En tercer, y último lugar, encontramos aquellos requisitos para los cuales La Riojana si tuvo que realizar esfuerzos significativos por cumplimentar. Aquí sería el caso de aquellos requisitos vinculados al registro de la información para la trazabilidad y para el manejo de los fondos derivados de la prima *Fairtrade*.

En el próximo capítulo se examinan las consecuencias económicas y sociales posteriores a la certificación. Poniendo énfasis tanto en los beneficios comerciales derivados de vender productos certificados como también en los proyectos realizados mediante la prima *Fairtrade*.

Capítulo 2: Cambios económicos y sociales a partir de la certificación

Este segundo capítulo examina los cambios económicos y sociales que tuvo La Riojana y su comunidad luego de certificar sus productos, en otras palabras, responde al segundo objetivo específico de esta tesina. De esta manera, se busca plantear si la motivación económica que persiguieron los directivos de La Riojana al momento de elegir la certificación OPP tuvo el resultado empírico esperado. A su vez, se considera si el objetivo que tiene la certificación Fairtrade de producir un cambio social en las comunidades involucradas se cumple en el caso de La Riojana.

Para ello este capítulo, a diferencia del anterior, recurre a datos estadísticos que permiten cuantificar algunos de los indicadores planteados para examinar los cambios en las dimensiones planteadas. El primer apartado se enfoca en los cambios económicos con énfasis en volumen, precio y destino de las exportaciones certificadas con Fairtrade. Mientras que el segundo apartado versa sobre los cambios sociales acaecidos en La Riojana y su comunidad en tres aspectos: proyectos sociales financiados con la prima Fairtrade, condiciones de vida y fortalecimiento organizacional. El tercer apartado releva las limitaciones y desafíos persistentes en el periodo analizado; y, por último, se realiza una conclusión del capítulo.

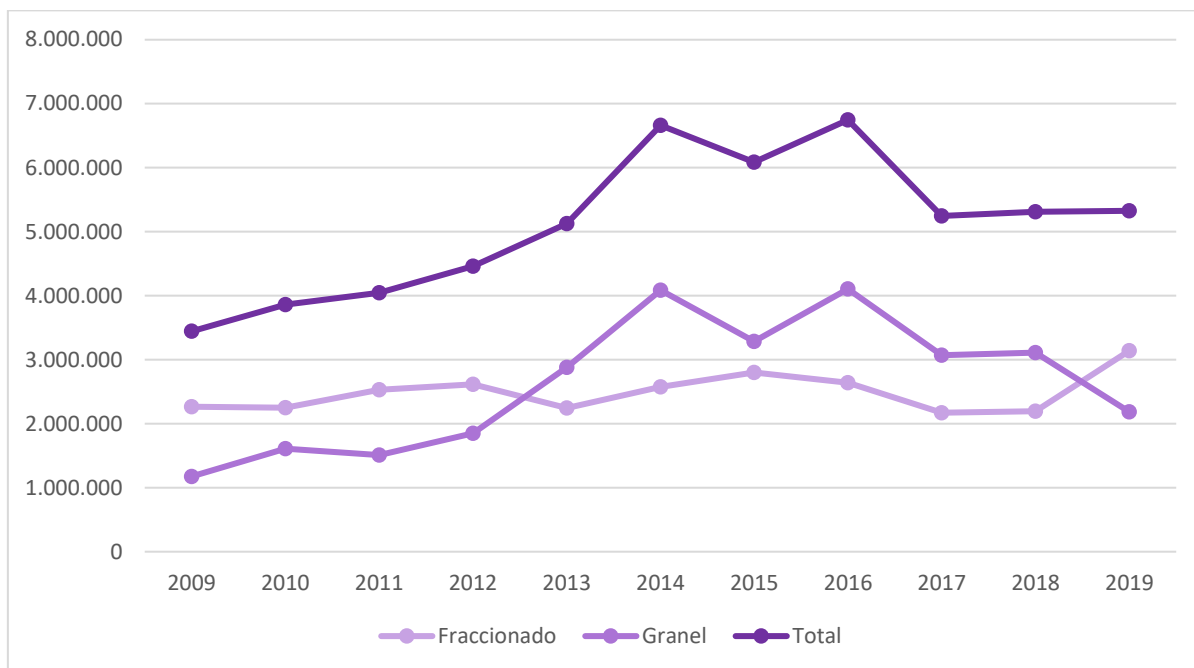
2.1 Cambios económicos

Como se expuso previamente, la obtención de la certificación *Fairtrade* estuvo enmarcada en una estrategia competitiva de La Riojana motivada por la obtención de mejores rendimientos económicos. En consecuencia, este apartado pretende examinar la evolución de indicadores económicos clave que muestren los cambios acontecidos a partir de la certificación *Fairtrade*.

2.1.A. Volumen de exportación

El volumen de exportación de los productos certificados permite ver cuál ha sido la demanda de estos productos en el mercado externo de la cooperativa. La Riojana exporta el vino *Fairtrade* en dos modalidades, vino a granel y fraccionado (en botella). La Tabla 2 muestra en la cantidad de litros de vino certificado exportados por la cooperativa en las dos modalidades previamente mencionadas y, también, la sumatoria de ambas para el periodo 2009-2019.

Tabla 2: Volumen de vino *Fairtrade* exportado por año en litros (2009-2019)



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por La Riojana.

El gráfico muestra un claro crecimiento del volumen de vino exportado en el periodo de 2009 a 2016, con la excepción del año 2015 en el cual se da una fuerte caída del volumen exportado a granel. Este periodo de crecimiento coincide con los años en los cuales se realiza el cambio a la certificación de OPP, por lo cual se observa claramente la motivación de La Riojana para sostener esta certificación y buscar su profundización. Sin embargo, desde 2016 a 2019 se observa un decrecimiento del volumen de vino exportado respecto de los años anteriores.

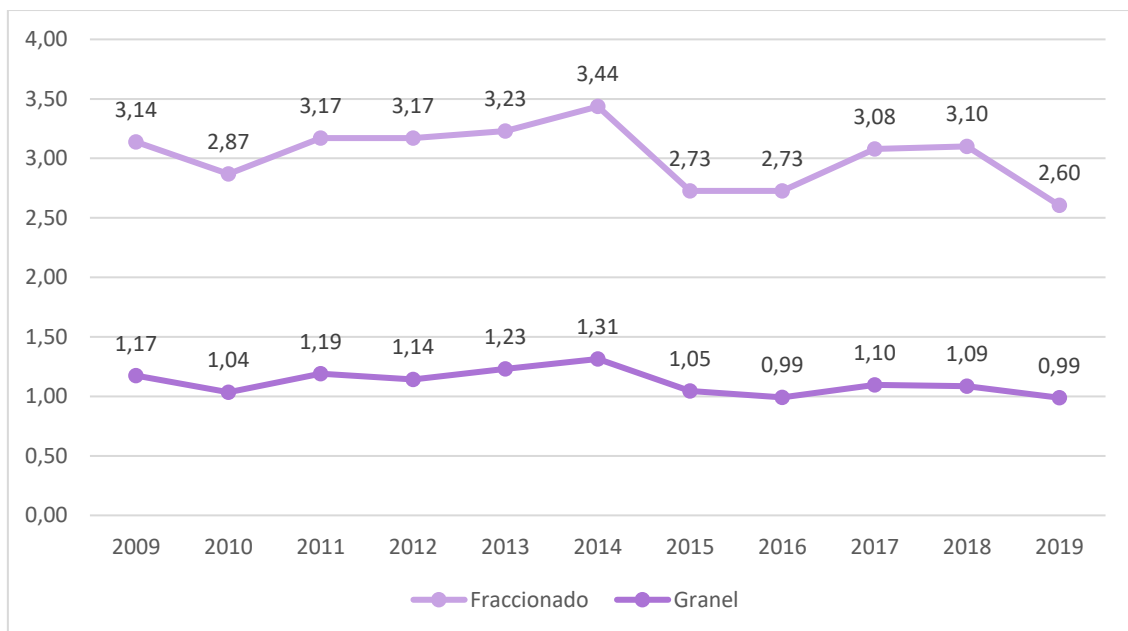
Para contrastar este desempeño se debe considerar el comportamiento de las exportaciones del sector vitivinícola argentino durante el periodo. Según el Observatorio Vitivinícola Argentino (2019) se dio un decrecimiento de las ventas totales de vino argentino en el mercado externo. Respecto del vino fraccionado releva una caída del 14% del volumen exportado principalmente en variedades blancos y rosados. Adicionalmente, puede mencionarse que en 2016 y 2017 se registraron inclemencias climáticas severas que afectaron significativamente la producción de vino en Argentina (Bevilacqua y Canitrot, 2018) por lo cual esto puede explicar parte del desempeño en esos años.

Considerando este análisis puede calificarse el desempeño de las exportaciones de La Riojana como bueno dado que hubo un incremento de estas en el período considerado y que además logró, por momentos, una mayor venta de vinos fraccionados que son los que tienen mayor precio en el mercado.

2.1.B. Precio de exportación

Strange (2004) reconoce la existencia de una volatilidad en los mercados de *commodities* que afecta mayormente a los países en desarrollo. Con ese diagnóstico puede pensarse que una de las ventajas del sistema de *Fairtrade* es la exigencia del pago de un precio justo sobre las mercancías intercambiadas, entendiendo por este a un monto de dinero que no dependa tanto de la fluctuación del mercado, sino que considere que los pequeños productores puedan cubrir sus necesidades mínimas (Coscione y Mulder, 2017). No obstante, hay autores que sostienen que lo significativo no es tanto el precio en sí mismo como la relativa estabilidad de estos que permite dar mayor previsibilidad a los pequeños productores y también tiene grandes efectos contra cíclicos cuando los precios de mercado caen (Becchetti, Castriota, y Conzo, 2015). En la Tabla 3 se muestra el precio de cada litro de vino certificado vendido por La Riojana en sus dos modalidades, a granel y fraccionado, para el periodo 2009-2019.

Tabla 3: Precio de litro *Fairtrade* exportado por año en USD (2009-2019)



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por La Riojana.

A partir del gráfico se analizan las variaciones de los precios a lo largo del período estudiado. Para el vino fraccionado, cuyo valor es mayor que el de granel, se observa un precio máximo de USD 3,44 en 2014 y un mínimo de USD 2,60 en 2019. En consecuencia, hubo una fluctuación de USD 0,84 durante el periodo. Por otro lado, se analiza el vino a granel, cuyo precio máximo fue de 1,31 USD también en 2014 y un mínimo de USD 0,99 en 2019. La variación de precio en el periodo para esta modalidad fue de USD 0,31.

De lo expuesto previamente puede concluirse que la modalidad de exportación fraccionada tiene una mayor fluctuación de precio que la a granel. Sin embargo, los precios de vino fraccionado son superiores durante todo el periodo a los de granel. Adicionalmente, se observa una dinámica similar a la de los volúmenes de exportación,

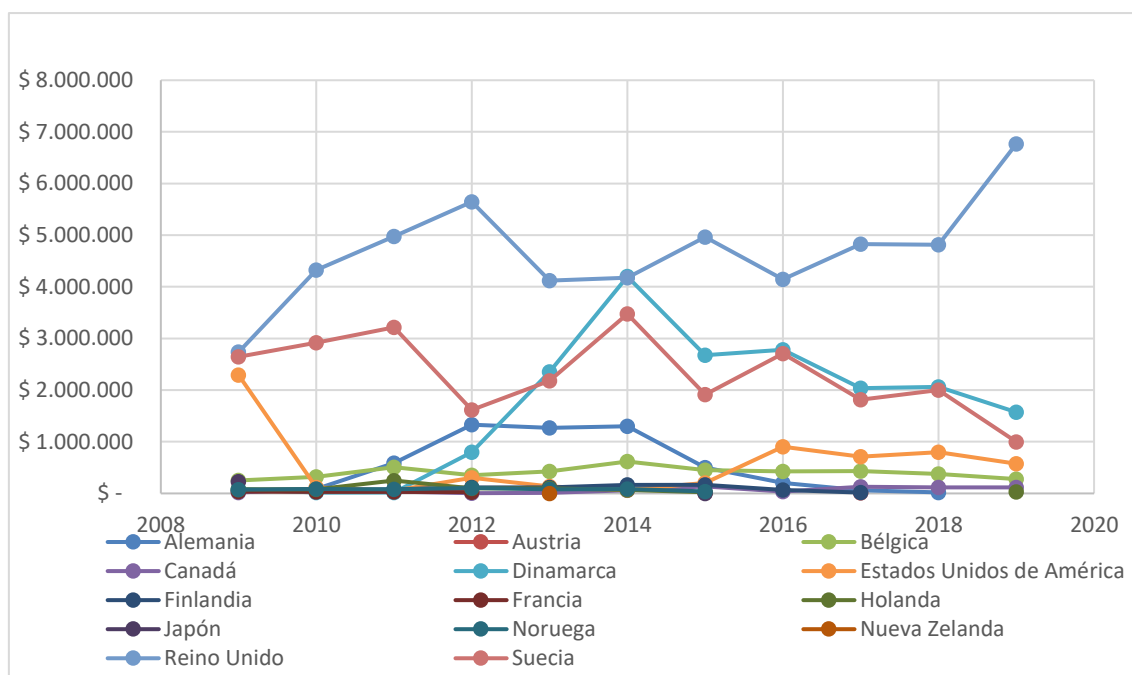
es decir, dos períodos significativamente diferenciados, en este caso, a partir de 2014. Mientras que de 2009 a 2014 hubo un alza de precios, con la excepción de 2010; en el período 2015 a 2019 se observan caídas con algunas recuperaciones en 2017 y 2018 pero sin llegar al precio máximo de 2014.

El análisis expuesto permite observar que la estabilidad del precio justo es relativa. Si bien, para las ventas a granel puede aseverarse una estabilidad en el precio en el periodo analizado, para las ventas de vino fraccionado, de mayor importancia por tener un precio mayor, esto no es así, pues su volatilidad ha sido mayor. Adicionalmente, se observa que a partir de 2014 la dinámica de precios para los productos certificados se tornó menos favorable para la cooperativa al igual que la de volumen expuesta previamente.

2.1.C. Mercados de exportación

El último indicador seleccionado para examinar económicamente a la certificación *Fairtrade* es la evolución de los mercados de destino de los productos de La Riojana. La Tabla 4 muestra el volumen de ventas en USD percibido por La Riojana por la exportación de vino certificado desagregado por país de destino para el periodo 2009-2019.

Tabla 4: Volumen de exportación de La Riojana por país en USD (2009-2019)



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por La Riojana.

A partir de este gráfico se observa que Reino Unido y Suecia son fueron los dos principales destinos de exportación de la cooperativa durante todo el periodo analizado. Adicionalmente, Dinamarca tuvo un crecimiento exponencial como destino hasta 2014, a partir de cuyo año tuvo una caída en el volumen de las transacciones, pero permaneció como segundo socio comercial.

Un análisis más detallado de la información revela tres situaciones con respecto a los mercados de destino a partir de la certificación, a saber, nuevos mercados, mercados cerrados y mercados estables. Respecto de los primeros se observa que a partir de la certificación se ha logrado exportar a nuevos destinos, a saber: Austria (2015)⁶, Japón (2009), Nueva Zelanda (2013), Finlandia (2010). No obstante, ha de mencionarse que, con excepción de Finlandia, en todos esos mercados no se logró una permanencia significativa en los años subsiguientes.

Por otro lado, también hubo cierre de mercados, entendiendo por esto a mercados en los cuales La Riojana exportaba desde 2009 y que dejó de exportar por al menos dos años consecutivos. Los mercados cerrados fueron: Francia (2013)⁷, Holanda (2016), Noruega (2016) y el mercado de Finlandia que se cerró en 2018. Si bien en estos países se dio una presencia más prolongada de La Riojana, lo cierto es que finalmente las exportaciones hacia estos destinos cesaron.

Por último, se reconoce la existencia de mercados estables, es decir, aquellos en los cuales La Riojana mantuvo una presencia comercial durante todo el periodo analizado. Los mercados estables fueron: Alemania, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos de América, Reino Unido y Suecia. Y, como fue mencionado anteriormente, tres de ellos representan los principales destinos de exportación de la cooperativa.

Adicionalmente, es necesario contrastar estos resultados con el contexto nacional e internacional del mercado vitivinícola. Argentina perdió mercados en los últimos años del período estudiado en esta tesina principalmente por problemas macroeconómicos y por avance de los competidores (Bevilacqua y Canitrot, 2018). Respecto de los primeros encontramos las fluctuaciones en el tipo de cambio y también un incremento de los costos internos, ambos problemas son reconocidos por Jaular (Comunicación Personal, 28 de agosto de 2025) quien destaca particularmente el incremento del costo de acceso al agua para la producción como una de las dificultades que enfrentó La Riojana durante estos años. Por otro lado, ha existido un avance de competidores como Australia y Chile quienes han tenido tasas de crecimiento significativas y cuya cadena de valor se encuentra más orientada a la exportación que la de Argentina.

No es casual que los principales destinos de exportación de La Riojana se encuentren en Europa pues, como Lasanta *et al.* (2023) mencionan, el viejo continente es el principal consumidor de vino del mundo. Sin embargo, el consumo en este continente ha tenido un declive muy significativo del mismo desde 2007, mientras que hay un incremento del consumo en el resto de los continentes, aunque el mismo es insuficiente para compensar la retracción europea (Lasanta *et al.*, 2023). De esta manera, se observa que el desempeño de los mercados de exportación de La Riojana tienen un comportamiento contrario a esta tendencia hasta 2014, pues las exportaciones a países Europeos crecen, y consistente con

⁶ Los años entre paréntesis reflejan el momento al partir del cual la cooperativa comienza a exportar a ese destino.

⁷ Los años entre paréntesis reflejan el momento en el cual la cooperativa deja de exportar a ese destino.

esta tendencia a partir de este año pues se verifica un decrecimiento en las exportaciones a Dinamarca y Suecia; continuando solamente Reino Unido como el principal socio. En parte esto se explica porque allí se encuentra *The Cooperative*, uno de los principales socios comerciales de La Riojana con quien mantiene un estrecho vínculo desde el inicio de la certificación.

Por lo expuesto previamente, puede concluirse que, si bien la certificación permitió abrir mercados a los cuales la cooperativa no exportaba previamente, lo cierto es que no se pudo garantizar la permanencia prolongada en los mismos con excepción de Finlandia en el cual permaneció 7 años exportando. Por otro lado, también se reconoce que la certificación no fue suficiente para sostener algunos mercados a los cuales venía exportando y se generó un cierre de estos. Por último, ha de ponerse de manifiesto que en 7 mercados La Riojana ha permanecido de manera ininterrumpida durante el periodo estudiado y que estos comprenden los principales destinos en términos de ingresos de divisas. Estos resultados son relativamente positivos si se considera que el consumo europeo ha disminuido y La Riojana pudo mantener sus exportaciones allí y también que en los últimos años la competitividad del sector vitivinícola se vió seriamente afectada por lo cual puede explicar la pérdida de algunos de los mercados.

2.2 Cambios sociales

El eje del comercio justo se centra en mejorar las condiciones de vida de los productores localizados en el sur global. Si bien un crecimiento económico es necesario para poder brindar más recursos y, por ende, mejores condiciones de vida para los productores, esto no siempre es suficiente. Por ello, este apartado complementa lo expuesto con anterioridad al examinar los cambios sociales que efectivamente se han producido en la región a partir de la certificación *Fairtrade*.

2.2.A. Proyectos sociales financiados con la prima *Fairtrade*

Como se mencionó previamente, el sistema de comercio justo implementa la prima *Fairtrade*, esto es, un monto de dinero enviado a partir de las ventas de los productos certificados que tienen por objetivo la implementación de proyectos que benefician a la comunidad local. Esto es así dado que el movimiento de comercio justo, según Saladías (2017), no solamente persigue un intercambio comercial más equitativo sino también el desarrollo sostenible de las comunidades de los trabajadores. En el caso de La Riojana la prima es administrada por la Asociación de Comercio Justo, de acuerdo con lo expuesto en el capítulo 1 de esta tesina.

Según Origlia (2017) entre 2006 y 2015 La Riojana logró recaudar USD 7,5 millones en concepto de prima *Fairtrade*. Gracias a estos fondos se pudo ejecutar proyectos en diversos rubros tales como educación, salud, deportes y recreación, mejoras socioeconómicas y mejoras comunitarias (Gordillo, 2016). A continuación, se menciona los proyectos ejecutados en el periodo 2006-2019:

- Obras de agua potable
- Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez”
- Centro de Salud e Investigación en Enfermedades Endémicas “Los Pioneros”
- Habilitación del Centro Deportivo y Recreativo “El Bosquecillo”
- Ampliación y refacción del Club Cultural Chilecito
- Entrega de kits escolares
- Colaboración con Escuela N°291 en Las Higueritas
- Entrega de microcréditos
- Entrega de heladera y pintura al comedor comunitario Corral Quemado en Catamarca
- Instalación de una sala de informática en la Unión Vecinal de Malligasta y dictado de cursos gratuitos de informática básica aplicada.
- Entrega de silla motorizada y camilla ortopédica

Los proyectos realizados gracias al comercio justo tienen un gran impacto en la comunidad local y apuntan al desarrollo en todos los ámbitos. A los fines de esta tesina se describirán en mayor profundidad los dos primeros de ellos, a saber, las obras de agua potable y la construcción del Colegio Nacional Agrotécnico.

Uno de los principales usos de la prima *Fairtrade* fue para mejorar la provisión de agua potable a las localidades cercanas a la cooperativa en las cuales residen muchos de sus miembros. En la localidad de Magallista se reparó la electrobomba del pozo de agua N°2 (Gordillo, 2016) lo cual permitió normalizar el abastecimiento. No obstante, el primer proyecto que se realizó con la prima fue en Tilimuqui, comunidad que no contaba con agua potable, impidiéndole a sus habitantes tener plantas, animales o incluso acceso higiénico al baño (La Riojana Co-op, 2017). En este pueblo se realizó un pozo de agua potable para que la comunidad deje de consumir agua de acequia (CLAC, 2025); una obra con un valor de 520.000 pesos argentinos (“ARS”) y que fue financiada con la prima *Fairtrade* y también el apoyo de *The Cooperative*, socio comercial de La Riojana en Reino Unido (Monsalvo, 2008). Fue inaugurada en 2008 con la presencia de autoridades de La Riojana, *The Co Operative* y del gobierno provincial y local; en ese mismo acto se anunció el proyecto de construcción de un colegio secundario.

El Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martinez” inició sus actividades en 2010 a partir de una alianza interinstitucional estratégica entre La Riojana, la Asociación de Comercio Justo y la Universidad Nacional de Chilecito (“UNdeCh”). Ubicado en Tilimuqui, Chilecito, La Rioja, este colegio fue el primer establecimiento educativo secundario de la localidad permitiendo de esta manera el acceso a la educación en la región, neutralizar el éxodo de jóvenes hacia áreas con mayores perspectivas de crecimiento y crear capital humano calificado para la economía de la región (Gordillo y Salerno, 2019).

Este proyecto pudo realizarse gracias al aporte de la prima *Fairtrade* mediante el cual se compró el terreno en el cual se emplazaron las instalaciones (Godrillo y Salerno, 2021).

También fueron significativos los aportes de socios ligados a la comercialización de productos certificados como *The Co Operative* y *Giertz Vinimport* (Gordillo y Salerno, 2019), de esta manera La Riojana y la Asociación de Comercio Justo concretaron la construcción del edificio que luego fue donado a la UNdeCh (Gordillo, 2022). Por su parte, la universidad fue la encargada del diseño de la currícula y propuesta institucional que apuntaba no solamente a brindar los contenidos básicos de la currícula escolar sino también a formar a los jóvenes para desempeñar trabajos en la economía local y también darles herramientas que les permitan optar por una carrera universitaria.

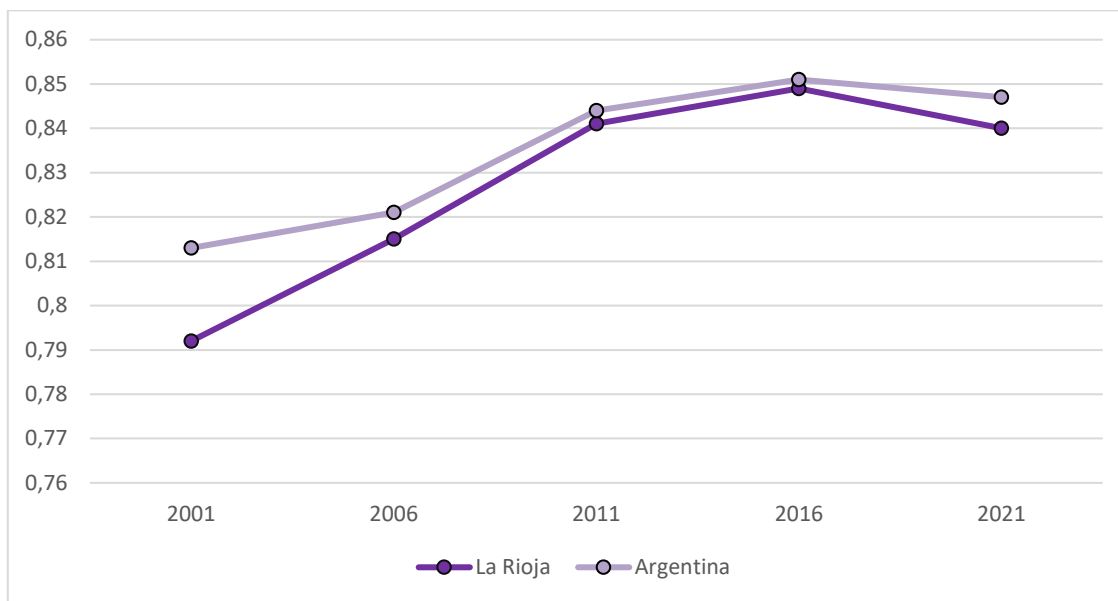
Gordillo y Salerno (2019) plantean como principales beneficios del proyecto: la creación de aproximadamente 40 de puestos de trabajo para sostener las actividades del colegio, la implementación de un servicio de transporte interurbano producto de la demanda de los estudiantes que ha aumentado la movilidad de los habitantes, diversificación de las posibilidades de jóvenes de la región dado que la matrícula pasó de 33 estudiantes en 2010 a 100 estudiantes en 2017 y el fortalecimiento de la comunidad educativa producto del interés en participar de las distintas actividades organizadas por el Colegio. Es significativo destacar que todos los egresados de la primera cohorte continuaron sus estudios universitarios en la UNdeCh, marcando la relevancia del proyecto para incrementar el nivel de estudios alcanzados en la comunidad (Gordillo y Salerno, 2019). Este proyecto no solamente es valorado positivamente por la comunidad en cuanto a la calidad de la enseñanza brindada (Robledo y Mariano, 2023), sino también ha sido reconocido en 2011 por el Consejo Interuniversitario Nacional como un ejemplo de cooperación global-local público-privado en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (Gordillo y Salerno, 2021).

2.2.B. Cambios en las condiciones de vida de los productores y la comunidad

Si bien no se cuentan con estadísticas específicas que midan directamente el impacto del comercio justo en los indicadores sociodemográficos, si existen datos a nivel regional que permiten observar la evolución de estos. A partir de lo analizado puede inferirse el aporte que el comercio justo y los proyectos de La Riojana tuvieron para la región.

Primeramente, se presenta el índice de Desarrollo Humano (“IDH”), el cual considera la esperanza de vida, el acceso a la educación y el nivel de ingresos para establecer el nivel de desarrollo de una población. La Tabla 5 presenta la evolución del IDH de Argentina y la Rioja, debido a que no existió este indicador a nivel del departamento de Chilecito, para el periodo 2001-2021.

Tabla 5: IDH de La Rioja y Argentina (2001-2021)



Fuente: Elaboración propia en base a Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2022).

El IDH de La Rioja muestra una evolución positiva hasta el año 2016, a partir del cual se da un declive significativo del mismo. No obstante, este cambio tan abrupto puede ser consecuencia de la pandemia de 2020⁸. Este indicador representa un buen punto de partida para demostrar que la provincia donde está inserta La Riojana atravesó un proceso de mejora en la calidad de vida de sus habitantes en el periodo analizado en esta tesina. Es en el marco de ese proceso que el comercio justo contribuyó a mejorar la vida de los habitantes en determinadas áreas.

Adicionalmente, y como fue mencionado previamente, La Riojana generó obras hídricas que permitieron mantener y agrandar el servicio de agua potable en el departamento de Chilecito. Para observar la importancia de estas obras (y de otras realizadas por otros actores de la región), la Tabla 6 muestra la distribución de hogares del departamento Chilecito, La Rioja en base a la forma de provisión de agua.

Tabla 6: Hogares por servicio sanitario de la vivienda según provisión del agua para beber y cocinar 2001 y 2010.

Provisión de servicio	2001		2010	
Por cañería dentro de la vivienda	9.836	83%	11.649	88%
Fuera de la vivienda, pero dentro del terreno	1.741	15%	1.505	11 %
Fuera del terreno	226	2%	146	1%
Total	11.803	100%	13.300	100%

⁸ El gráfico en este periodo está construido en base a datos del año 2016 y 2021, por ende, la última medición puede haber sufrido un empeoramiento debido a la disminución de la esperanza de vida causada por la pandemia de COVID-19 y las consecuencias económicas de la misma.

Fuente: Elaboración propia en base a datos Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INDEC], Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 y 2010.

Estos datos muestran que hubo un incremento del 5% de los hogares que son provistos del servicio de agua potable mediante cañerías en su vivienda y una reducción de quienes no tienen acceso al servicio de agua en su propio terreno en el periodo en el cual se realizaron los proyectos de La Riojana descritos en el apartado anterior. Como fue advertido previamente, no puede realizarse una conexión causal directa entre este incremento y los proyectos realizados, pero ciertamente contribuyeron a sostener el servicio de agua potable y a expandirlo en ciertos casos.

En materia de educación, la puesta en funcionamiento del Colegio Nacional Agrotécnico fue un gran avance para el departamento, dado que la localidad de Tilimuqui no contaba previamente con un establecimiento de educación secundaria. La Tabla 7 presenta a la población del departamento Chilecito de 15 años o más distribuida por máximo nivel de instrucción alcanzado en base a los datos obtenidos de los censos realizados en 2001, 2010 y 2022⁹.

Tabla 7: Distribución de la población de Chilecito de 15 años o más por máximo nivel de instrucción alcanzado

Año	Población de 15 años o más que respondió	Máximo nivel de instrucción alcanzado			
		Sin instrucción/primario incompleto	Primario completo/secundario incompleto	Secundario completo/terciario o universitario incompleto	Terciario o universitario completo
2001	28.290	4.664	14.212	7.476	1.938
	100%	16%	50%	26%	7%
2010	34604	5646	15542	10407	3009
	100%	16%	45%	30%	9%
2022	33.389	2.447	13.538	12.831	4.573
	100%	7%	41%	38%	14%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC, Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 y 2022 y Dirección General de Estadística y Censo (2025).

La tabla muestra una evolución positiva en el nivel de instrucción alcanzado por la población del departamento de Chilecito. En la categoría de secundario completo se observa un crecimiento de la tasa de población que ha finalizado este nivel que pasa de un 30% en 2010 a un 38% en 2022. Así mismo, al observar el porcentaje de población que finalizó sus estudios universitarios un crecimiento igualmente significativo que pasa de un 9% en 2010 a un 14% en 2022.

⁹ La tabla muestra los resultados obtenidos a partir de los últimos tres censos realizados, a saber, 2001, 2010 y 2022. Esta evolución permite tomar al año 2001 como situación de partida previa a la certificación, luego el año 2010 coincidente con el primer año de funcionamiento del Colegio Nacional Agrotécnico y el 2022 como resultado de la evolución del indicador.

Esta evolución no puede atribuirse solamente a la apertura del Colegio Nacional Agrotécnico, pero ciertamente su contribución es más que positiva para el mismo. A diciembre de 2019, el colegio tuvo 186 técnicos agrónomos egresados y muchos ellos continuaron sus estudios en la UNDeCh (Godrillo y Salerno, 2021). También ha de considerarse que en 2020 la matrícula fue de 527 estudiantes provenientes de varias localidades de alrededor. En base a estos datos se observa que el colegio ha generado nuevas oportunidades para los habitantes de Tilimuqui y su región contribuyendo positivamente a que la población del departamento pueda alcanzar mayores niveles de instrucción. Adicionalmente, otros proyectos implementados con el comercio justo apoyan la permanencia y egreso de los jóvenes en las escuelas, a saber, la entrega de kits escolares, la colaboración con la Escuela N°291 y la instalación de la sala de informática.

2.2.C. Fortalecimiento organizacional

La entrevista a A.M. Gordillo (Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025) revela también algunos cambios que se dieron a nivel social en la cooperativa y que fueron expresados previamente. Primeramente, puede mencionarse que tras la certificación los propios productores comenzaron a apropiarse de la normativa de la certificación, vigilando su cumplimiento para evitar cualquier tipo de observación que pudiera poner en riesgo la misma. En segundo lugar, se puede mencionarse la significativa participación de la comunidad en la toma de decisiones respecto de cómo utilizar el dinero de la prima *Fairtrade* a través de encuestas y la participación en las Asambleas Generales. Por último, la certificación dio una visibilidad significativa a la cooperativa que también ha aumentado el orgullo de pertenencia a la misma, este aspecto se explora en el capítulo siguiente.

Adicionalmente, debe considerarse que, según Palmisano y Acosta (2023), la empresarialización de la cooperativa iniciada en la década de 1990 fue una estrategia que favoreció a los medianos y grandes productores de la cooperativa. No obstante, los autores sugieren que la certificación *Fairtrade* vino a balancear esa relación de fuerzas dado que los productos certificados constituyen la mayor parte de las exportaciones de la cooperativa, tornando en consecuencia a los pequeños productores en actores indispensables para seguir manteniendo esos ingresos. Por ende, puede decirse que ha permitido fortalecer la posición de los pequeños productores al interior de la cooperativa, a pesar de las limitaciones que han surgido en el último tiempo con respecto a su subsistencia y que se describirán en el apartado siguiente.

2.3 Limitaciones y desafíos persistentes

A pesar de los beneficios expuestos anteriormente y del significativo impacto que tiene la certificación *Fairtrade* en La Riojana y su comunidad, lo cierto es que aún persisten ciertos desafíos.

Los entrevistados destacan que a lo largo de estos años han existido varios factores externos a la cooperativa que han afectado la rentabilidad de la certificación. Algunos de

ellos han tenido que ver con la realidad nacional, como las variaciones del tipo de cambio que impactaron considerablemente en los ingresos de la cooperativa y la prima *Fairtrade*. También los costos de la electricidad y de la realización de los pozos de agua para poder producir han ido en aumento, incrementando por ende los costos de producción (P. Jaular, Comunicación Personal, 30 de abril de 2025).

La aplicación de los estándares *Fairtrade* a la realidad de los productores ha sido también difícil en algunos aspectos. Por ejemplo, la certificación fija el precio que la cooperativa debe pagarle a los productores sin tener en cuenta el varietal de la misma. Esto genera grandes dificultades pues la calidad de las uvas no es la misma y no puede pagarse a todos los productores por igual sin que esto afecte a la calidad de las uvas producidas (P. Jaular, Comunicación Personal, 30 de abril de 2025). También destacan que los estándares de *Fairtrade*, en los años más recientes, han reducido la cantidad de hectáreas que puede tener un pequeño productor. En consecuencia, se han reducido los márgenes de ganancia de estos, haciendo que muchos de ellos decidan vender sus tierras a productores más grandes e incrementando la concentración de tierras. Situación que se ve agravada por un factor social que es que muchos de los hijos de los productores no quieren dedicarse a la vitivinicultura y continuar el negocio familiar por lo que termina también reduciéndose la presencia de pequeños productores en la región.

2.4 Conclusiones parciales de los cambios económicos y sociales tras la certificación

Recapitulando, se ha examinado los cambios económicos y sociales que tuvo La Riojana y su comunidad a partir de la certificación *Fairtrade*. En primer lugar, se ha planteado la importancia económica de la certificación para la cooperativa entendiendo que la misma ha permitido incrementar el volumen de exportación de los productos certificados al menos hasta 2016. Adicionalmente, se pudo mostrar la relativa estabilidad de los precios del vino a granel en comparación a la mayor volatilidad del precio del vino fraccionado, cuyo precio supera ampliamente al de granel. Por último, el análisis de los mercados de exportación muestra que La Riojana ha mantenido una presencia significativa y duradera en siete mercados entre los que están sus principales destinos y que además ha podido abrir algunos nuevos mercados, pero su permanencia en estos no fue tan exitosa.

En segundo lugar, se ha planteado la importancia que tuvo la certificación para la comunidad local a partir de los proyectos implementados con la prima *Fairtrade*. Los proyectos fueron enumerados y dos de ellos desarrollados en mayor profundidad para mostrar el involucramiento de diversos actores en proyectos de la comunidad. Si bien no puede establecerse una relación causal directa, ciertamente estos proyectos han contribuido a la mejora en los indicadores de nivel máximo de estudios alcanzado y de acceso al agua potable. También ha de mencionarse que, a partir de la certificación, La Riojana ha experimentado cambios sociales internos con el fortalecimiento de los pequeños productores al interior de la cooperativa y también una mayor participación de sus asociados.

A pesar de los amplios beneficios que trajo *Fairtrade* consigo, existen desafíos que persisten en La Riojana y su comunidad. Entre ellos, y el más reciente, es la progresiva desaparición de los pequeños productores (según la definición incorporada en los criterios de *Fairtrade* en 2019) producto de dinámicas económicas y sociales. Adicionalmente, la fluctuación del tipo de cambio en Argentina persiste como una de las dificultades que afecta los rendimientos económicos de la cooperativa.

Mediante lo expuesto se sustenta la hipótesis principal de esta tesina, a saber, que la certificación *Fairtrade* ha tenido un impacto económico y social significativo en La Riojana y su comunidad. Sin embargo, cabe quizás matizarse los logros económicos debido a que si bien los indicadores desarrollados muestran resultados positivos para el periodo 2009-2016, luego de este año los mismos no son tan contundentes como de manera previa en parte debido al contexto nacional e internacional del sector vitivinícola. En el próximo capítulo se analizará la dimensión internacional de este proceso de certificación.

Capítulo 3: Internacionalización de La Riojana a partir de la certificación *Fairtrade*

Este tercer capítulo analiza la contribución de la certificación Fairtrade al proceso de internacionalización de La Riojana en consonancia con el tercer objetivo específico de esta tesina. Para lo cual se pretende poner de relevancia el proceso de internacionalización que planteó la cooperativa como forma de crecer y compensar las debilidades del mercado nacional, pero también de llevar la visión cooperativista al nivel internacional vinculándose con diversos actores e insertándose en pujas de poder que se dan en el comercio internacional. Esta forma de internacionalización apunta los beneficios económicos y sociales de la cooperativa al permitirle acceder a recursos que no están presentes a nivel nacional.

La estructura de este capítulo procede de la siguiente manera primeramente se retoma la teoría de la internacionalización de cooperativas haciendo un aporte innovador respecto a sus dos dimensiones. A continuación, se analizan dichas dimensiones, económica e institucional aplicadas al caso de La Riojana. Por último, se exponen las conclusiones de este capítulo.

3.1. Internacionalización en cooperativas

Este apartado retoma el concepto de internacionalización expuesto previamente, a saber, proceso por el que se aumenta gradualmente su implicación en operaciones internacionales (Bretos *et al.*, 2018). En el caso de La Riojana se puede considerar que es una cooperativa internacional de acuerdo con la definición expuesta en la introducción: “cooperativa que ha iniciado una o más de las siguientes formas: exportación, alianzas, inversión directa y/u organización de una cooperativa transnacional” (Fayos *et al.*, 2011: 49). Esto es así dado que a partir de 1995 La Riojana comenzó a exportar parte de su producción para lo cual atravesó un proceso de reconversión que le permitió cumplir con las altas exigencias de calidad de los mercados externos (Bagenta y Palmisano, 2023). De esta manera La Riojana buscó una forma de compensar los ingresos en retroceso producto del declive del consumo nacional de vino de la manera más sencilla. Esta forma tradicional de entender a la internacionalización de empresas y cooperativas se define aquí como la dimensión económica de este concepto.

En ese proceso, la obtención de certificaciones internacionales fue la estrategia clave que le permitió demostrar la calidad de sus productos y acceder a esos nuevos mercados más exigentes. Entre ellas, la certificación de *Fairtrade* es significativa no solamente por constituir en términos económicos una estrategia competitiva de enfoque; sino también porque han generado mejoras significativas en la calidad de vida de los miembros de La Riojana y en su comunidad como también ha sido descrito en el capítulo anterior. De esta manera, la certificación *Fairtrade* apuntaló la esencia cooperativa de La Riojana tal y como la definición de Delfiner *et al.* (2006) lo establece “una asociación autónoma de personas que se ha unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y

aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” (p.3).

Por ello, esta tesina pretende destacar adicionalmente el universo de hitos internacionales de La Riojana que también han incrementado la implicación de la cooperativa en operaciones internacionales pero que no se encuadran dentro de la dimensión económica de la internacionalización. El nuevo perfil internacional de la cooperativa se vio potenciado por la pertenencia a la red de *Fairtrade*, teniendo que desarrollar en consecuencia capacidades institucionales para hacer frente a la densificación de los vínculos internacionales de la cooperativa con diversos actores vinculados a la red de comercio justo. Como se desarrolla a continuación, la cooperativa sostuvo un vínculo con las entidades de *Fairtrade*, entre ellas FLOCERT, para poder lograr la aprobación y renovación de sus certificaciones. También, logró mayor visibilidad a nivel internacional lo que la llevó a ocupar espacios de diálogo y concertación con otros actores similares. Adicionalmente, desarrolló capacidades para gestionar los fondos de la prima *Fairtrade* y atraer así inversiones de otros actores del sistema de comercio justo para financiar más obras que fomentaran el desarrollo local a partir de la cooperación. Por último, La Riojana participó de los órganos decisorios de *Fairtrade* lo cual conllevó exponer y concertar acciones conjuntas con actores del sur global para enfrentar las pujas de poder internas al sistema de comercio justo.

Estas dos dimensiones de la internacionalización, económica e institucional, de la cooperativa se describen y ejemplifican en mayor profundidad en los apartados subsiguientes. En consecuencia, se demuestra que la certificación *Fairtrade* ha implicado no solo una mayor presencia comercial internacional de la cooperativa, sino también el desarrollo de capacidades y gestión de vínculos internacionales entre la cooperativa y otros actores del sistema internacional. Siendo esto último una dimensión poco estudiada del proceso de internacionalización de empresas y cooperativas, y aun menos como una forma de promover el desarrollo local desde el sector privado.

3.2. Internacionalización económica

Retomando, la dimensión económica de la internacionalización refiere a la una mayor implicación de la cooperativa en operaciones internacionales, a partir de la exportación, alianzas, inversión directa y/u organización de una cooperativa transnacional; en el caso de La Riojana se ha elegido la primera de ellas por ser la forma más sencilla de internacionalización. La certificación *Fairtrade* fue buscada por La Riojana en un primer momento con una motivación económica enmarcada en el proceso de expansión internacional que la cooperativa había iniciado en la década de 1990. En tal sentido, la certificación se plantea como una estrategia competitiva de enfoque por diferenciación, dado que la misma permite acceder a un nicho de consumidores localizados en países desarrollados y que están dispuestos a pagar un precio superior por un producto producido en base a normas éticas.

En base a lo expuesto en el apartado 2.2 del capítulo precedente puede entenderse que la certificación *Fairtrade* ha ayudado a sostener y expandir un proceso de internacionalización basado en el incremento de las exportaciones de la cooperativa. Primeramente, se observa un crecimiento del volumen de exportación durante el periodo estudiado. En segundo lugar, debe considerarse que un 85% de las exportaciones de La Riojana cuentan con la certificación *Fairtrade* (Asquineyer, 2020). Por último, debe tomarse en cuenta lo expuesto en el capítulo anterior respecto de nuevos mercados abiertos y de la permanencia en mercados estables a partir de la certificación. Todo ello demuestra, a pesar de los matices destacados en el capítulo anterior, que la certificación ha sido vital para el mantenimiento de las exportaciones de La Riojana y, por ende, de la internacionalización de esta en su dimensión económica.

3.3. Internacionalización institucional¹⁰

El objeto principal de este capítulo es la dimensión institucional de la internacionalización de La Riojana. La incorporación y permanencia en la red de *Fairtrade* implicó cambios significativos en La Riojana para poder gestionar las nuevas relaciones internacionales derivadas de este proceso y acumuló una serie de hitos internacionales que aportan reconocimiento y visibilidad internacional.

Siendo el objeto principal de estudio de las Relaciones Internacionales es la interacción entre actores internacionales en la arena internacional. En tal sentido, este apartado aborda los vínculos que La Riojana, como cooperativa internacional, ha establecido con otros actores con influencia internacional. A continuación, se describen tres tipos de vínculos internacionales, a saber, relaciones con otros actores internacionales, cooperación con otros actores externos y participación en instancias de la gobernanza de *Fairtrade*.

3.3.A. Relaciones con actores internacionales

Primeramente, se presenta el vínculo internacional de La Riojana con actores similares a ella y en un marco bilateral. Su principal socio comercial es *The Cooperative* debido a que es su principal cliente, en el principal destino de exportación y todo lo que le exportan está certificado con *Fairtrade* (P. Jaular, Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025). Con ellos llevan un vínculo de aproximadamente 20 años de existencia y que se sostuvo y profundizó a lo largo de los años, llegando incluso La Riojana en 2023 a iniciar la venta en el mercado de Reino Unido bajo su propia marca, Tilimuqui, gracias al apoyo de este socio comercial. El principal encargado de gestionar este vínculo es Walter Carol, Gerente de Comercio Exterior, y también cuentan con un vendedor de La Riojana en Reino Unido. Este desarrollo le ha permitido participar, en mayo de 2024, de la *London*

¹⁰ A modo de advertencia metodológica se reconoce que muchos de los eventos mencionados han tenido lugar en fechas más recientes, escapando al recorte temporal de esta tesina. No obstante, la participación en los mismos son fruto de la trayectoria construida por La Riojana en los años aquí analizados bajo la certificación *Fairtrade*.

Wine Fair como una forma de profundizar su presencia comercial en el país europeo (La Riojana, 2024).

En su función Walter también generó visitas comerciales a Estados Unidos en el año 2015 donde se presentaron en más de 120 tiendas cooperativas que aceptaron vender los productos de La Riojana (La Riojana Co-op, 2017). Este vínculo directo que establecieron con cooperativas en diversos Estados del país les permitió vender sus productos de una manera más directa, eliminando intermediarios y reservando mayores ganancias para los productores y los proyectos implementados. El éxito de esta misión comercial es notoriamente visible en la Tabla 4 en la cual se observa un crecimiento en las exportaciones a Estados Unidos que pasan de USD 200.858 en 2015 a USD 904.519 en 2016. Adicionalmente, y a modo anecdótico, cabe mencionarse también que Bill Clinton, ex presidente de Estados Unidos, adquirió productos de La Riojana en una de estas tiendas cooperativas de Carolina del Norte¹¹.

Por otro lado, La Riojana también ha participado en una ronda de negocios inversa organizada por el gobierno de La Rioja y el Consejo Federal de Inversiones (“CFI”) (P. Jaular, Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025). En la misma, una serie de inversores provenientes de Brasil visitaron la provincia argentina y se reunieron con diversos representantes de bodegas riojanas. En el caso puntual de La Riojana, fue el encargado comercial para Latinoamérica quien la representó. Jaular (Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025) destaca que hubo un interés significativo de los inversores en adquirir los productos de La Riojana, pero ningún trato fue cerrado durante la visita. En las semanas siguientes a la ronda inversa Brasil tuvo una devaluación significativa de su moneda lo cual generó que cambien las perspectivas del negocio y no se termine concretando.

En segundo lugar, puede analizarse el vínculo de La Riojana con otros actores en el plano multilateral dado que es miembro de diversas asociaciones, ONGs y foros internacionales que la ayudan a potenciar su vínculo con otras cooperativas y actores internacionales. Por ejemplo, es miembro de la Alianza Cooperativa Internacional (“ACI”)¹², una ONG internacional fundada en 1895 que representa a las cooperativas del mundo dándoles una voz global y generando una plataforma para la acción conjunta. En el marco de esta membresía, participó de un conversatorio junto a la Organización Internacional del Trabajo (“OIT”) exponiendo su accionar para frenar el trabajo infantil a partir de sus proyectos realizados con la prima *Fairtrade* (ACI, 2021).

Por último, La Riojana también fue elegida en 2022 para ocupar la presidencia del Foro Mundial de Cooperativas Vitivinícolas (“FMCV”)¹³ debido a sus méritos y ser ejemplo de que el negocio también puede beneficiar a la sociedad (FECOFE, 2022). El FMCV fue fundado en 2011 para promover el encuentro y debate entre las cooperativas vitivinícolas

¹¹ Puede mirarse el video en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=DZPXUEqiGus>

¹² Para más información respecto a la ACI puede visitarse la página www.ica.coop/es

¹³ Para más información respecto del FMCV puede visitarse la página www.forummundialvitivinicola.org

de mayor dimensión del mundo y La Riojana fue una de sus socias fundadoras. En 2023, la XII edición de este se realizó en Chilecito teniendo a La Riojana como anfitriona y en coincidencia con el II Encuentro Internacional de Vinos *Fairtrade* de Latinoamérica (FECOFE, 2023).

Los ejemplos expuestos demuestran que La Riojana sostiene una nutrida agenda de vinculaciones internacionales que le permiten sostener, y en momentos profundizar sus exportaciones, pero también incrementar su prestigio y visibilidad tanto en el ámbito bilateral como multilateral. Lo significativo de estos ejemplos es que la presencia de elementos idealistas, tanto La Riojana como sus contrapartes enarbolan los principios del movimiento de comercio justo y del cooperativismo lo cual acerca sus posiciones. Esta dimensión idealista diferencia a los vínculos de La Riojana de otros que puedan sostener empresas tradicionales por ser una característica constitutiva de su identidad cooperativa.

3.3.B. Cooperación

Este apartado sostiene que La Riojana lleva adelante acciones de cooperación internacional. Socías Salvá y Doblas (2005) entienden al comercio justo como una forma de cooperación internacional que tiene por objeto lograr el desarrollo de los países del sur global pero que, a diferencia de la tradicional ayuda para el desarrollo, utilizan el mercado como forma de potenciar ese desarrollo. En el caso de La Riojana, la obtención de la certificación *Fairtrade* implicó el desafío de la gestión de la prima *Fairtrade*, para lo cual tuvo que desarrollar capacidades de gestión de los recursos enviados y también de cooperación con los actores implicados en el desarrollo de los proyectos.

La gestión de la prima *Fairtrade* se hace a través de la Asociación de Comercio Justo creada exclusivamente para tal fin (Gordillo y Salerno, 2019). Para ello realizan anualmente encuestas y consultas para determinar en qué proyectos los empleados y asociados de la cooperativa desean invertir este dinero, las decisiones son tomadas en la Asamblea General por voto democrático de sus asociados (Gordillo, 2016). Como fue mencionado previamente en el apartado 2.2.A, los dos proyectos realizados con la prima *Fairtrade* contaron adicionalmente con los aportes económicos de dos socios comerciales ligados al comercio justo, a saber, *The Co Operative* y *Giertz Vinimport* (Monsalvo, 2008; Gordillo y Salerno, 2019). La obtención de estas inversiones para la realización de proyectos sociales en la comunidad de La Riojana muestran su capacidad de cooperar con actores internacionales en pos de la consecución de sus objetivos sociales.

La Riojana no solo fue capaz de obtener fondos adicionales para la realización de los proyectos que tienden al desarrollo de su comunidad. Sino que también desarrolló capacidades de rendición de cuentas tanto frente a *Fairtrade* como a sus socios respecto de la ejecución de los proyectos votados por la Asamblea General (A. M. Gordillo, Comunicación Personal, 14 de agosto de 2025). De esta manera se observa que La Riojana lleva adelante acciones en conjunto con otras cooperativas internacionales para fomentar transformaciones significativas en la comunidad de La Riojana.

3.3.C. Participación en instancias de gobernanza

Como fue mencionado en la introducción de esta tesina, el movimiento de comercio justo es una respuesta a las desigualdades que surgen en el comercio internacional. Estas desigualdades entre las economías desarrolladas y los países en desarrollo, sumado a la menor cantidad de regulaciones del comercio internacional, termina generando grandes desventajas para los países más vulnerables (Strange, 2004). Frente a esto el movimiento de comercio justo sostiene el diálogo, la transparencia, el respeto, la equidad y el desarrollo sostenible como principios para revertir las asimetrías del comercio internacional (Saldías, 2017).

Fairtrade International, como fue definida en el marco teórico de esta tesina, es una ONG que define los estándares de su certificación con una cuota de votos igualmente repartida entre productores y consumidores (Fairtrade International, 2023). Pero esta co-gobernanza de la organización no existió sino hasta 2011 cuando los productores lograron el compromiso de todos los actores para aumentar su cuota de participación al 50% (Coscione, 2014). Se observa que el sistema *Fairtrade* no es ajeno a las pujas de poder y a las asimetrías que destaca Strange, pero que tiene instancias que permiten resolver los mismos de una manera más justa dándole una voz a los miembros más vulnerables.

Los productores, principalmente localizados en el sur global, se encuentran nucleados en tres redes regionales que le permiten compartir experiencias y plantear problemas comunes. En América Latina, la red es CLAC que fue fundada en 2004 y en los últimos años ha adquirido protagonismo en el sistema de comercio justo al protestar contra el alejamiento de los principios originarios del sistema (Coscione, 2012a). La CLAC tuvo un rol significativo en la consecución de la co-gobernanza para los productores (Coscione, 2014) y continúa planteando dificultades en el sistema de comercio justo. El principal planteo de CLAC es que se han distorsionado los intereses en *Fairtrade* debido a la inclusión de grandes cadenas de supermercados globalizadas o plantaciones para dar respuesta a la creciente demanda de estos productos a pesar de que los intereses de estos actores se encuentran guiados por la búsqueda de ganancias económicas y no por una verdadera adhesión a los criterios del comercio justo (Coscione, 2012b).

En este sentido se verifica la necesidad de que el comercio justo aliente la diversificación de los pequeños productores logrando procesar productos de mayor valor agregado y adaptados a la realidad en la que se encuentran y no solamente aquellos productos que son funcionales a los consumidores del Norte (Coscione, 2012a). Coscione (2012a) menciona la problemática vinculada al recambio generacional y las nuevas formas de mantener a los jóvenes vinculados a la labor en el campo. Esto es algo que fue mencionado por Jaular (Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025) para hacer referencia a la dificultad que enfrentan con la nueva normativa aprobada en 2019 que define la cantidad de hectáreas máximas para ser pequeño productor. Jaular plantea que este nuevo requisito encuentra dificultades para ser aplicado a la realidad de la vitivinicultura argentina pues los costos de producción en la Rioja, sumados a un proceso de concentración de tierras atravesado en las últimas décadas y las dificultades del relevo

generacional impiden que los pequeños productores puedan realmente vivir de plantaciones con esas dimensiones.

Fue a través de la CLAC que La Riojana pudo plantear las dificultades que este requisito planteaba para sus productores (P. Jaular, Comunicación Personal, 27 de agosto de 2025) y consiguió una excepción que le permitiera poder adaptarse a la misma con mayor flexibilidad. La situación descrita es tan solo un ejemplo de las formas en las cuales La Riojana participa de manera activa en los organismos de *Fairtrade* para así poder lograr que las normas del comercio justo puedan adaptarse a la realidad de la vitivinicultura argentina.

También en el marco de la CLAC, La Riojana también ha participado del III Encuentro Latinoamericano de Jóvenes en el Comercio Justo que tuvo lugar en Guatemala en mayo de 2019 (La Riojana, 2019). Este encuentro busca fortalecer a las OPP mediante la inclusión de los jóvenes en los procesos asociativos propiciando la reflexión sobre su rol e identidad en el comercio justo, las motivaciones y dificultades del sistema y se fomenta el intercambio de experiencias e ideas para mejorar el sistema de comercio justo.

Este apartado releva la importancia de la participación de La Riojana en los espacios de gobernanza de *Fairtrade*, particularmente CLAC, como forma de elevar sus reclamos y visiones sobre la realidad del comercio justo en su comunidad. De esta manera, refuerzan el sistema de *Fairtrade* que pretende morigerar las asimetrías presentes en el comercio internacional tradicional para lograr así el desarrollo de las comunidades de productores. La incorporación de este análisis se torna significativo bajo la recomendación de Strange (2004) de pensar a la economía internacional en base a los actores no estatales, dado que muestra que las pujas de poder también existen en el marco del comercio justo, pero que las mismas tienen una resolución más favorable para los miembros más vulnerables.

3.4. Conclusiones parciales sobre la internacionalización de La Riojana

A modo de síntesis, este capítulo analizó la contribución de la certificación *Fairtrade* a las dos dimensiones de internacionalización estudiadas. En lo que respecta a la dimensión económica, se comprobó que la certificación desempeñó un papel decisivo en la expansión exportadora de La Riojana, tanto por el aumento de los volúmenes exportados como por la diversificación de los mercados de destino. En cuanto a la dimensión institucional, se evidenció una amplia agenda internacional que abarca desde la gestión bilateral con socios comerciales —incluyendo misiones comerciales directas e inversas y acciones de cooperación para proyectos de desarrollo— hasta la participación activa en espacios multilaterales como foros, ONGs y ámbitos de gobernanza de *Fairtrade*. Estas instancias han fortalecido la proyección internacional de la cooperativa y consolidado su compromiso con los principios del comercio justo.

El rasgo distintivo de todo este accionar es que no solamente pretende incrementar sus ganancias en términos comerciales, sino que a la vez se impulsa por objetivos de corte

idealistas vinculados a su identidad cooperativa y a la pertenencia al sistema de comercio justo.

Conclusiones

El movimiento de comercio justo plantea una forma de comercio alternativa basada en los principios de equidad, transparencia, democracia y desarrollo sostenible. Con ello se pretende reducir las asimetrías presentes en el comercio internacional tradicional. *Fairtrade International* es una ONG internacional que cuenta con una certificación bajo el mismo nombre y que plantea una serie de estándares alineados con los principios del comercio justo. La certificación *Fairtrade* fue obtenida por La Riojana en 2006 y ha sido mantenida ininterrumpidamente hasta la actualidad.

Entendiendo que el comercio justo plantea beneficios económicos y sociales para las entidades certificadas, el *objetivo general* de esta tesina fue analizar los cambios económicos y sociales producidos en la cooperativa La Riojana y su comunidad a partir de la certificación *Fairtrade* entre 2005 y 2019.

En consecuencia, la *hipótesis* que ha guiado este trabajo fue que la certificación *Fairtrade* permitió a la cooperativa La Riojana, en el periodo 2005-2019, aumentar su volumen exportable, mejorar sus precios relativos de exportación y acceder a nuevos mercados de exportación; y en términos sociales ha mejorado el nivel de vida de la comunidad a partir de los estándares establecidos por la certificación y de los proyectos comunitarios vehiculizados con la prima *Fairtrade*.

Para abordar esta tarea la tesina se estructuró en tres capítulos, cada uno de los cuales aportó elementos clave para poder comprobar la validez de la hipótesis y dar respuesta al objetivo general.

El Capítulo 1 describió el proceso de adaptación productiva, comercial e institucional de La Riojana para lograr la certificación *Fairtrade*. A partir de lo expuesto pudo dividirse a los requisitos establecidos por *Fairtrade* en tres grandes grupos. Primeramente, aquellos requisitos que la cooperativa ya cumplía de manera previa y que no tuvo que adaptarse a partir de la certificación. En segundo lugar, aquellas tareas que ya se venían realizando pero que, a partir de la certificación, se intensificaron o explicitaron para cumplir con los requerimientos. Por último, aquellas tareas que si tuvieron que incorporar para poder lograr la certificación. Entre estas últimas encontramos a la que mayor dificultad presentó para la cooperativa que fue generar la cultura de registrar de manera sistemática todas las acciones llevadas a cabo para ser presentadas frente a las auditorias.

De lo expuesto en este capítulo surgen dos conclusiones, la primera de ellas es la existencia de una alineación previa entre el accionar de la cooperativa y los principios del comercio justo que facilitó el proceso de certificación. La segunda, es que el proceso de certificación fue positivo para la cooperativa y la comunidad debido a que incrementó, fortaleció e incorporó actividades vinculadas a seguridad e higiene, cuidado del medioambiente y registro sistemático del accionar.

El Capítulo 2 buscó examinar los cambios económicos y sociales que surgieron a partir de la certificación *Fairtrade* en La Riojana. Por un lado, se verificó ciertos beneficios

económicos derivados de la certificación entendiendo que la misma permitió incrementar el volumen de exportación, brindó una relativa estabilidad del precio de los productos exportados y permitió mantener una presencia duradera en siete destinos de exportación. Sin embargo, estos resultados también han sido matizados en su exposición dado que es en el periodo 2009-2016 que estos beneficios pueden verificarse fuertemente, luego de este periodo los datos no son tan asertivos respecto de los beneficios económicos para la cooperativa. Este cambio en los resultados económicos puede deberse a dos causas, por un lado, al cambio en el modelo macroeconómico de Argentina a partir de la presidencia de Mauricio Macri, y, por otro, a la tendencia de la caída del consumo de vino en Europa. En ambos casos, sería pertinente que La Riojana lleve adelante acciones para impulsar la demanda de vino certificado en Argentina y que establezca vínculos comerciales en Asia para poder explotar el creciente consumo de vino que hay en la región, logrando, de esta manera, balancear la demanda declinante europea.

Por otro lado, se examinaron los beneficios sociales derivados de la certificación *Fairtrade*. En primera instancia se mencionaron y describieron dos de los proyectos implementados con la prima *Fairtrade*, a saber, obras hídricas en Magallista y Tilimuqui y también la construcción del Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez”. Esta descripción cualitativa revela los aportes significativos realizados por La Riojana que se ven reflejados en los indicadores estadísticos analizados: IDH, acceso a la provisión de agua y nivel de educación máximo alcanzados. Si bien la mejora en estos indicadores no puede atribuirse únicamente a los proyectos implementados por La Riojana, no puede desconocerse el aporte que la misma ha hecho a las localidades involucradas.

El Capítulo 3 analizó los aportes de la certificación *Fairtrade* a la internacionalización de la cooperativa desde una doble dimensión. Primeramente, en la dimensión económica se reconoce que el 85% de lo exportado por La Riojana se encuentra certificado, que a partir de la certificación se ha mantenido presencia en siete mercados de manera constante y que a lo largo del período considerado se han abierto otros mercados de manera temporal. De aquí que se entienda que la certificación *Fairtrade* es vital para el mantenimiento de las exportaciones, acción que permite caracterizarla como internacional en la dimensión económica. Adicionalmente a la matización de estos resultados económicos hechos en el capítulo anterior, se debe considerar que la certificación *Fairtrade*, es una estrategia competitiva de enfoque por diferenciación a medias, pues si bien permite acceder a una porción del mercado específica- los consumidores conscientes- una vez allí no constituye una diferenciación respecto de otros vinos certificados.

Esta tesina incorpora la dimensión institucional al concepto de internacionalización debido a que existieron una serie de acontecimientos internacionales en La Riojana en el período estudiado que no llegan a ser recogidos por la dimensión económica pero que apuntalan su visibilidad y prestigio internacional y, en consecuencia, le permiten también sostener sus exportaciones. Se describieron las acciones que La Riojana llevó adelante para: mantener vínculos con actores internacionales similares a ella, tanto en vínculos

bilaterales como en multilaterales a partir de la participación en foros internacionales y ONGs; generar acciones de cooperación internacional para realizar los proyectos implementados mediante la prima *Fairtrade*; y su participación en los espacios de gobernanza de *Fairtrade International* como forma de impulsar reclamos y realizar intercambios de experiencias.

En conclusión, el Capítulo 1 muestra que el proceso de certificación en si mismo ha generado mejoras en la cooperativa y su comunidad a partir del cumplimiento de los requisitos establecidos por *Fairtrade*. El Capítulo 2 demuestra directamente los beneficios económicos y sociales derivados de la certificación *Fairtrade* y los proyectos implementados con la prima. Por último, el Capítulo 3 sostiene que esos beneficios económicos y sociales se ven apuntalados por la internacionalización económica e institucional de La Riojana a partir de la certificación *Fairtrade*.

Bibliografía

ACI. (25 de junio de 2021). El ICETT analiza el esfuerzo cooperativo para frenar el trabajo infantil. Obtenido de Alianza Cooperativa Internacional: <https://ica.coop/es/sala-de-prensa/noticias/icett-analiza-esfuerzo-cooperativo-frenar-trabajo-infantil>

Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional e Instituto Nacional de Asociaciones y Economía Social. (2023). Monitor de Exportaciones del cooperativismo 1er semestre.

Ámbito. (1 de julio de 2023). Las cooperativas argentinas representan 28% de la producción del país. Obtenido de <https://www.ambito.com/economia/las-cooperativas-argentinas-representan-28-la-produccion-del-pais-n5759605>

Ángeles Fernández, N. (2022). Impacto de la certificación de comercio justo en el desarrollo socio económico de los socios de la asociación de productores Selva Nor Oriental en el año 2015 al 2018. Pimentel, Perú: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/11474>

Asquineyer, E. (29 de abril de 2020). La Riojana, con 80 años de trayectoria. Social y Solidaria. Obtenido de <https://www.socialysolidaria.com/la-riojana-con-80-anos-de-trayectoria/>

Bagenta, J., y Palmisano, T. (2023). Reflexiones acerca del pensamiento cooperativista de Alexander Chayanov a partir de casos de estudio en Argentina. Cuadernos de Desarrollo Rural(20). doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr20.rapc>

Barbé, E. (2007). Relaciones Internacionales. Madrid: Tecnos.

Becchetti, L., Castriota, S., y Conzo, P. (2015). Quantitative analysis of the impacts of fair trade. En L. Reynolds, y E. Bennett (Edits.), Handbook of reaserch on fair trade (págs. 532-548). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Bevilacqua, M., y Canitrot, L. (2018). Informes de cadenas de valor: Vitivinícola. Ministerio de Hacienda. Obtenido de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/sspmicro_cadenas_de_valor_vitivinicola.pdf

Bretos, I., Díaz-Foncela, M., y Marcuello, C. (2018). Cooperativas e internacionalización: un análisis de las 300 mayores cooperativas del mundo. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa (92), 5-37. doi:10.7203/CIRIEC-E.92.11480

Cayón-Ruisánchez et al. (2016). El perfil del consumidor de comercio justo. Revista de Dirección y Administración de Empresas (23), 75-95.

- Cayón-Ruisánchez *et. al.* (2017). El perfil del consumidor de comercio justo. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 75-95. Obtenido de <https://ojs.ehu.eus/index.php/rdae/article/view/17545>
- Ceccon Rocha, B. (2008). *El Comercio Justo en América Latina: perspectivas y desafíos*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de <https://copitarxives.fisica.unam.mx/SC0002ES/SC0002ES.pdf>
- CLAC. (2025). *Cooperativa La Riojana*. Obtenido de CLAC Comercio Justo: <https://clac-comerciojusto.org/cooperativa-la-riojana/>
- CLAC. (2025). *Cooperativa La Riojana*. Obtenido de CLAC Comercio Justo: <https://clac-comerciojusto.org/cooperativa-la-riojana/>
- Comercio Justo Argentina. (2023). *Comercio Justo Argentina*. Obtenido de <https://comerciojustoargentina.com.ar/Proceso-de-certificacion>
- Coscione, M. (2012a). Soberanía alimentaria y diversificación. En *La CLAC y la defensa del pequeño productor* (págs. 229-248). Santo Domingo: Fundación Global Democracia y Desarrollo - FUNGLODE. Obtenido de <https://bvearmb.do/bitstream/handle/123456789/1331/CLAC-MCoscione-2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coscione, M. (2012b). Volver al sentido del Comercio Justo certificado *Fairtrade*: la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe y su lucha en defensa del pequeño productor. *Observatorio Económico* (9), 37-40. Obtenido de <https://www.altramerica.info/wp-content/uploads/2018/03/volver.pdf>
- Coscione, M. (2013). Los desafíos del comercio justo latinoamericano: una aproximación a partir de la Declaración de Río de Janeiro. *Global* (54), 80-88. Obtenido de <https://www.altramerica.info/wp-content/uploads/2018/03/desafiosrio.pdf>
- Coscione, M. (2014). Cambios históricos en la governance del sistema *Fairtrade*: los productores del Sur ganan voz y protagonismo. *Otra Economía*, 8(14), 70-82. Obtenido de <https://revistas.ungs.edu.ar/index.php/otraeconomia/article/view/otra.2014.814.07/644>
- Coscione, M. (2019). Los beneficios y retos del comercio justo. Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana). CLAC y CEPAL.
- Coscione, M. (Enero/Junio de 2015). Ciudades por el Comercio Justo: puentes entre Europa y América Latina. *Otra Economía*, 9(16), 18-28. doi:10.4013/otra.2015.916.02
- Coscione, M., y Mulder, N. (Edits.). (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Santiago de Chile y El Salvador: CEPAL y CLAC. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/items/4ba5812b-a78d-4d8b-b835-30e2dee72a9b>

Cosiorovski-Gonzalez , J., Champredonde , M., y Salerno, M. (2015). The challenge of Argentina *Fairtrade* certification for small producer organizations. 5th Fair Trade International Symposium 2015. Milan, Italia. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/280234482_The_challenge_of_Argentina_Fairtrade_certification_for_small_producer_organizations

Darko, E., Lynch, A., y Smith, W. (2017). The impact of *Fairtrade*. A review of research evidence 2009-2015. London: Overseas Development Institute.

Delfiner, M., Perón, S., y Pailhe, C. (2006). Cooperativas financieras: revisión de experiencias internacionales. Banco Central de la República Argentina. Obtenido de <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/1167/>

Dirección General de Estadística y Censo. (2025). Reseña Estadística de La Rioja. La Rioja. Obtenido de <https://estadisticas.larioja.gob.ar/index.php>

Fairtrade International. (2019). Criterio de Comercio Justo *Fairtrade* para organizaciones de pequeños productores. Obtenido de <https://www.fairtrade.net/en/why-fairtrade/how-we-do-it/standards/who-we-have-standards-for/standards-for-small-scale-producer-organisations.html>

Fairtrade International. (2023). *Fairtrade International*. Obtenido de <https://www.fairtrade.net/>

Fayos et. al. (2011). El éxito en la internacionalización de las cooperativas agroalimentarias españolas. Propuesta de un. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa (72), 42-72.

FECOFE. (15 de noviembre de 2022). La Cooperativa La Riojana asumió como presidenta del Foro Mundial de Cooperativas Vitivinícolas. Obtenido de Federación de Cooperativas Federadas: <https://www.fecofe.coop/novedades/la-cooperativa-la-riojana-asumio-como-presidenta-del-foro-mundial-de-cooperativas-vitivincolas/#:~:text=Sobre%20el%20Foro,Foro%20intenta%20llevar%20a%20cabo.>

FECOFE. (9 de octubre de 2023). La Cooperativa “La Riojana” fue sede del Foro Mundial de Cooperativas Vitivinícolas. Obtenido de Federación de Cooperativas Federadas: <https://www.fecofe.coop/novedades/la-cooperativa-la-riojana-fue-sede-del-foro-mundial-de-cooperativas-vitivincolas/>

FLOCERT. (2024). Cómo unirse al Comercio Justo *Fairtrade*. Obtenido de FLOCERT página web: <https://www.flocert.net/es/como-unirse-al-comercio-justo/#:~:text=El%20auditor%20explicar%C3%A1%20el%20resultado,seguimiento%20de%20las%20No%20Conformidades.>

Fridell, G. (2006). Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. Iconos. Revista de Ciencias Sociales. (24), 43-57.

Fundación Española para la Innovación de la Artesanía. (2007). Guía de comercio justo para artesanos y artesanas de América Latina. Madrid: Cyan Proyectos Editoriales. doi: ISBN: 9788481986822

Funes, B. (2023). Elaboración de un manual de inducción como herramienta generadora de engagement laboral en el personal de una empresa cooperativa vitivinífrutícola en el año 2023. Salta: Universidad Católica de Salta. Obtenido de http://bibliotecas.ucasal.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=cmspagepageid=24yid_notice=75133

García Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? Polis, 105-140.

Godrillo, A. M., y Salerno, M. (2021). Cooperación, educación y comercio justo: vinculaciones institucionales para promover desarrollo local y equidad social. Organizações Rurais y Agroindustriais, 22(2). Obtenido de <https://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/1572>

Gordillo, A. M. (2016). Comercio Justo. Mas y mejores beneficios para todos. Córdoba: La Riojana Cooperativa Vitivinífruticola de La Rioja Ltda.

Gordillo, A. M. (2017). El marco institucional del Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio César Martínez”: su relación en la conformación del vínculo Comunicación – Educación. Universidad Nacional de Quilmes. Obtenido de <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/795>

Gordillo, A. M. (2022). Oferta educativa pre-universitaria en Chilecito. En Washington Uranga *et. al.*, Políticas Sociales. Estrategias para construir un nuevo horizonte de futuro. (Vol. 5, págs. 10-25). Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Social de la Nación; CEIL-CONICET ; FAUATS ;RIPPSO.

Gordillo, A. M., y Salerno, M. (2019). Educación, desarrollo local y equidad social a partir del Comercio Justo: el caso del Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez”, en Tilimuqui, Chilecito, La Rioja. 1er. Congreso Latinoamericano de Marketing Social. Córdoba. Obtenido de <https://www.calameo.com/books/006319744c8ab0785f65f>

Gordillo, Alejandra María (14 de agosto de 2025). Comunicación Personal.

Guirado, G. (2017). El comercio justo en la industria vitivinícola argentina. Pobreza y medio ambiente. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba y Universidad de Barcelona. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/11431>

Hitt, M. et. al. (2015). Administración estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos. Mexico: Cengage Learning.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2001). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001. Obtenido de <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-CensoProvincia2001-1-5-46-1-2001>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. Obtenido de https://censo.gov.ar/index.php/datos_definitivos_larioja/

Jaular, Patricio. (27 de agosto de 2025). Comunicación Personal.

Jaular, Patricio. (30 de abril de 2025). Comunicación Personal.

La Riojana @lariojanacoopar. (22 de mayo de 2024). Disfrutamos mucho de participar, junto a *Fairtrade* y @clac.comerciojusto, en la @london_wine_fair, el 20, 21 y 22 de mayo. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/C7RTXcGoRPd/?hl=es>

La Riojana Co-op. (15 de septiembre de 2017). La Riojana - *Fairtrade* The Co-op Way. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=SG5mukosvMU>

La Riojana. (mayo de 2019). III Encuentro Latinoamericano. Obtenido de <https://www.lariojana.com.ar/III-Encuentro-Latinoamericano>

Lasanta et al. (2023). El viñedo y el vino entre 1995 y 2019: veinticinco años de cambios en la producción, mercado y consumo de vino en el mundo. Cuadernos de Investigación Geográfica(49), 211-230. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9026789.pdf>

Ley 20.337 de 1973. Ley de cooperativas argentinas, 2 mayo 1973. (s.f.). Obtenido de <http://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/18462/texact.htm>

Lozano Forero, J. (2011). El Comercio Justo, soñando con los pies en la tierra. Retos 1, 53-63.

Maceiras, F. (2019). El Rol de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora como Promotora de un Modelo Adecuado de Comercio Justo. 9º Encuentro De Profesores De Asignaturas Jurídicas En Facultades De Ciencias Económicas (págs. 76-95). Lomas de Zamora: Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Marín, A., Stubrin, L., Palacín, R., y Mauro, L. (2022). Caso de estudio COOPSOL: Un emprendimiento social con proyección. Nota técnica, BID Invest, Departamento de Investigación y Economista Jefe. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/caso-de-estudio-coopsol-un-emprendimiento-social-con-proyeccion-mundial>

Monsalvo, R. (10 de abril de 2008). La Riojana Coop.: inversión comunitaria con fondos de Comercio Justo. Síntesis Agraria. Obtenido de https://www.sintesisagraria.com/pages/complet_interes.php?codigo=4703#:~:text=La%20Riojana%20Cooperativa%2C%20la%20Asociaci%C3%B3n%20de%20Comercio,Y%20MEJORAMIENTO%20DEL%20SERVICIO%20para%20todos%20sus

Naciones Unidas (2015). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Observatorio Vitivinícola Argentino. (30 de mayo de 2019). Cómo varió la composición de ventas del vino argentino en 10 años. Obtenido de <https://www.observatoriova.com/2019/05/como-vario-la-composicion-de-ventas-del-vino-argentino-en-10-anos/>

Origlia, G. (11 de julio de 2017). Una bodega cooperativa consiguió US\$ 7,5 millones gracias al comercio justo y los invirtió en su comunidad. La Nación. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/una-bodega-cooperativa-consiguio-us-75-millones-gracias-al-comercio-justo-nid2041636/>

Palmisano, T., y Acosta, M. (2023). La construcción de alternativas a las formas hegemónicas de producción agraria: Reflexiones desde Argentina y Chile. *Debates en Sociología*, 216-243. Obtenido de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/221680>

Pérez, S. (2022). La transformación de las estrategias de desarrollo en un marco de alta conflictividad ambiental territorial. El caso de la provincia de La Rioja entre 2005-2015. Rosario: Tesis doctoral, Universidad Nacional de Rosario. Obtenido de <https://rephip.unr.edu.ar/items/153c6632-f51a-4d6e-9179-d69b687c69a8>

Pizarro Levi, G; D'Alessandro, M; Starobinsky, G; Filipetto, S. y Gonzalo, M. (2020). *Torrontés Riojano: trayectoria y perspectivas de una cepa y su estructura empresarial*. 25° Reunión Anual Red PyMES Mercosur. Rafaela, Argentina. Obtenido de <http://redpymes.org.ar/xxv-reunion-anual-red-py-mes-mercosur-libro-de-resumenes/>

Platas Rosado, E. (2022). "Acierto y contradicciones del comercio justo: algunas reflexiones". *Interciencia*, 47(10), 466-473.

Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). *El Mapa del Desarrollo Humano en Argentina*. Buenos Aires. Obtenido de <https://www.undp.org/es/argentina/publicaciones/el-mapa-del-desarrollo-humano-en-argentina>

Ramírez Granda, R. A. (2020). El comercio justo como movimiento global: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Inclusiones*, 7(Especial), 399-429.

Ramírez Granda, R., Ahmed Radwan, A., y Vargas Ramírez, P. (2020). El comercio justo como movimiento global: una revisión sistemática de literatura. *Revista Inclusiones*, 7 (Número especial), 399-429.

Ressel, H. (2023). Incidencia de la concientización cooperativa de los asociados en el desarrollo y consolidación de las cooperativas agropecuarias. El caso de la cooperativa COOPOP Ltda. de Viedma. 2019-2022. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Obtenido de <https://rehip.unr.edu.ar/items/04102e9d-d562-4414-a2c2-6f477f19f210>

Robledo, C., y Mariano, N. (2023). La vinculación socio-productiva en universidades públicas jóvenes: un caso de estudio. *Integración y Conocimiento*, 1(12), 41-58. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/integracionyconocimiento/article/view/40075>

Saldias, M. (2017). Comercio Justo: Impacto de la certificación en Argentina. Tesina Final de Grado. Universidad del Salvador.

Socías Salvá, A., y Doblás, N. (abril de 2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (51), 7-24. Obtenido de https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-2470_es.html

Starobinsky, G. G. (mayo de 2020). Dinámica de mercados y esfuerzos tecnológicos en un sistema de innovación periférico: La Riojana Cooperativa Vitivinifrutícola. *RIVAR*, 7(20), 67-87.

Strange, S. (2004). *States and markets*. Nueva York: Continuum.