

EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA EL MEJORAMIENTO DEL
SECTOR CAFICULTOR: Estudio de caso de la Asociación de Pequeños
caficultores de Ocamonte-San Gil, Santander

YENNY PAOLA JAIMES ARGÜELLO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA

2014

EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA EL MEJORAMIENTO DEL
SECTOR CAFICULTOR: Estudio de caso de la Asociación de Pequeños
caficultores de Ocamonte-San Gil, Santander

YENNY PAOLA JAIMES ARGUELLO

Trabajo de grado presentado para optar al título de economista

Director:
Fernando Estrada
Editor rePEc / IDEAS Munich

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA

2014

Dedicatoria

A Dios por todas las bendiciones que me ha dado y por ser mi luz y motivación.

A mis Padres por ser mis guías y por enseñarme el verdadero valor de la vida.

A mis hermanos, Jair, Carlos, Laura y Luz que con amor y paciencia siempre han estado a mi lado.

A mi novio Mauricio Vargas quien estuvo conmigo en cada etapa de mi carrera, dándome fuerza y amor sobre todo en esta etapa final.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por la fortaleza y las bendiciones que me dio durante mi carrera, por ser mi motor para crecer cada día de forma integral. Por darme una familia, novio, amigos y compañeros maravillosos. A Mauricio Vargas que me enseñó el valor y la alegría de cumplir cada meta y sueño en la vida sin importar las dificultades que se puedan presentar. Gracias por enseñarme la mejor manera de abrazar mis triunfos y por acompañarme siempre en mis alegrías, tristezas, logros y desafíos.

A mis padres por su confianza en mí, sus palabras de aliento en esta etapa final de mi carrera y por todo el esfuerzo que hicieron que hoy culmine esta etapa tan importante en mi vida. A mis compañeros de la Universidad Lizeth, Heber, Alberto y Diana por todos los momentos compartidos en la carrera. A mi gran amiga Lorena por su acompañamiento y paciencia.

A mi Director de trabajo de grado, el profesor Fernando Estrada por sus extraordinarios conocimientos y por su calidad humana. Por enseñarme tanto en tan poco tiempo y por acompañarme incondicionalmente en esta etapa de mi carrera. A mis amigos, profesores y compañeros de clases por compartir experiencias y conocimientos que me hicieron crecer como persona y como profesional día a día.

A cada una de las personas que contribuyó con este trabajo de grado: Al profesor Isaac Guerrero Rincón por sus sugerencias, acompañamiento y enseñanzas. Por todos sus consejos y orientaciones en este trabajo de grado y al profesor Luis Alejandro Palacio por su apoyo, orientación y por enseñarme que no siempre hacer las cosas correctamente tienen los resultados esperados, pero en definitiva siempre es mejor hacerlas bien por la satisfacción que deja en nuestros corazones.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. EL COMERCIO INTERNACIONAL Y ALGUNOS TRATADOS INFLUYENTES PARA AMÉRICA LATINA	16
1.1 TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	16
1.1.1 Mercantilismo.....	17
1.1.2 Teoría clásica.....	19
1.1.3 Ventajas absolutas por Adam Smith.....	19
1.1.4 Ventajas comparativas por David Ricardo.....	20
1.1.5 Teoría Neoclásica	21
1.2 PROCESOS IMPORTANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	23
1.2.1 Segunda Guerra Mundial.....	24
1.2.2 El Consenso de Washington.....	26
1.2.3 Ronda de Uruguay.....	28
1.2.4 Ronda de Doha	30
2. MARCO INSTITUCIONAL Y COMERCIO JUSTO.....	33
2.1 TEORÍA SOBRE LAS INSTITUCIONES	33
2.1.1 El papel de los organismos internacionales en el desarrollo de los países.....	35
2.1.2 <i>El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial</i>	37
2.1.3 Desaciertos del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial.....	37
2.2 EL COMERCIO JUSTO.....	42
2.2.1 Antecedentes del comercio justo.....	42
2.2.2 Importancia del comercio justo	47
2.2.3 Mercancías en el comercio justo	48
2.2.3.1 Principios comunes de los productos de comercio justo.....	49
2.2.4 Principios establecidos por Fair Trade	50
2.2.5 Sellos y organizaciones que identifican a un producto de comercio justo.....	51
2.2.6 Participantes del comercio justo en el mundo.....	52
2.2.7 Productos avalados por fair trade para comercio justo.....	54
2.3 EL COMERCIO JUSTO COMO ESTRATEGIA EN CONTRA DE LA POBREZA	57
2.3.1 El comercio justo una alternativa real.....	59

3. EL COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA: ENCUESTA A PRODUCTORES DE CAFÉ CON SELLO DE COMERCIO JUSTO Y CASO DE ESTUDIO DE LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS CAFICULTORES DE OCAMONTE.....	67
3.1 EL COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA.....	67
3.1.1 Asociaciones y cooperativas de comercio justo en Colombia	70
3.1.2 Comercializadora de café fair trade en Colombia.....	70
3.2 PRODUCTORES DE PAZ Y CON SELLO DE FAIR TRADE	71
3.3 UN POCO MÁS ACERCA DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES CERTIFICADAS CON COMERCIO JUSTO.....	72
3.4 OTROS PRODUCTOS QUE COLOMBIA EXPORTA CON SELLO DE COMERCIO JUSTO	72
3.5 ENCUESTA A ORGANIZACIONES DE CAFÉ CON COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA	75
3.5.1 Encuesta a productores de comercio justo en Colombia	75
3.5.2 Caso de estudio: Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte: APCO.....	79
3.5.3 Antecedentes de APCO	79
3.5.4 APCO hoy.....	81
4. CONCLUSIONES	83
5. RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFÍA.....	86
ANEXOS.....	92

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Los diez países con mayor número de Tiendas de Comercio justo	61
Gráfica 2: Número promedio de trabajadores en época de cosecha	78

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Principales Organismos internacionales.....	36
Cuadro 2: Etapas en el comercio justo.....	46
Cuadro 3: Países por continente que se pueden beneficiar del comercio justo	53
Cuadro 4: Productos a los cuales se puede acceder para certificación FLO.....	56
Cuadro 5: Organizaciones en Colombia con comercio justo	70
Cuadro 6: Asociaciones y cooperativas con sello de comercio justo diferente a café.....	72
Cuadro 7: Productos que Colombia exporta con sello de comercio justo.....	74
Cuadro 8: Producción de café con sello FLO por APCO.....	82

LISTA DE ANEXOS

Anexo A: ENCUESTA PILOTO.....	92
Anexo B: ENCUESTA FINAL.....	95
Anexo C: ENTREVISTA CON LA PRESIDENTA APCO	99
Anexo D: RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA	104

RESUMEN

TÍTULO: EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA EL MEJORAMIENTO DEL SECTOR CAFICULTOR: Estudio de caso de la Asociación de Pequeños caficultores de Ocamonte-San Gil, Santander*

AUTOR: YENNY PAOLA JAIMES ARGUELLO^{1**}

PALABRAS CLAVES: Comercio justo, disparidad, comercio internacional, marco institucional, globalización económica.

CONTENIDO: Este trabajo de grado tiene como propósito estudiar el concepto de comercio justo como una alternativa para el mejoramiento de las condiciones del sector caficultor en Colombia, partiendo del proceso de disparidad en las ventajas obtenidas por el comercio internacional. También da a conocer el papel del marco institucional en la disparidad generada por la globalización económica que se vive desde hace ya mucho en el mundo. Y por último pretende dar a conocer lo que es el comercio justo como una alternativa para que países en desarrollo puedan obtener grandes ventajas del comercio internacional. De esta manera, se describe el papel del comercio justo en Colombia y como se ha desarrollado a partir de 1990 cuando esta iniciativa llega al país. Con el fin de ver más a fondo el rol que ha jugado el comercio justo en Colombia se realiza una encuesta a los productores de café con sello de comercio justo en Colombia y se realiza también, un caso de estudio de los impactos del comercio justo en Santander con base en la Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte (APCO) con el fin de conocer los impactos que ha tenido las asociaciones y cooperativas del sector caficultor que lo han implementado.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Economía y Administración. Director: Fernando Estrada.

SUMMARY

TITLE: THE FAIR TRADE FOR IMPROVEMENT COFFEE SECTOR: A case study of the Association of Small coffee farmers Ocamonte-San Gil, Santander*

AUTHOR: YENNY PAOLA JAIMES ARGÜELLO^{2**}

KEYWORDS: Fair trade, disparity, international trade, institutional, economic globalization.

CONTENT: This degree work aims to study the concept of fair trade as an alternative for improving the conditions of the coffee sector in Colombia, starting the process of disparity in the benefits derived from international trade. Also disclosed is the role of the institutional framework in the gap created by the economic globalization that has lived long ago in the world. And finally tries to present what is fair trade as an alternative for developing countries to reap great benefits from international trade. Thus, the role of fair trade in Colombia is described and how it has developed since 1990 when the initiative reaches the country. To see more about the role played by fair trade in Colombia are polled producers of coffee with fair trade label in Colombia and also performed a case study of the impacts of fair trade Santander based on the Association of Small Coffee Growers Ocamonte (APCO) to describe the impact it has had associations and cooperatives in the coffee sector that have implemented it.

* Degree work

** Ability of Human Sciences. School of economics and management. Director: Fernando Estrada.

INTRODUCCIÓN

La historia de lo que ha sido el comercio internacional abarca un gran número de escuelas y corrientes del pensamiento económico las cuales se han encargado de estudiar estos temas, con un fin en común: aprovechar este proceso para llegar al desarrollo económico de los países.

Este trabajo de grado inicia realizando un estudio del comercio internacional a la luz de las diferentes corrientes del pensamiento económico, como lo son; la teoría mercantilista, la clásica y la neoclásica, esto, con el objetivo de mostrar el inicio de la disparidad económica que se vive actualmente en el mundo. También se pretende indagar en algunos procesos que se han dado en el mundo, como lo fueron, la segunda guerra mundial, el consenso de Washington, la ronda de Doha y la ronda de Uruguay acerca de la situación de ventaja o desventaja económica para los países en desarrollo, como es el caso de América Latina frente a países desarrollados como Estados Unidos y países europeos. Esto se podrá evidenciar en el desarrollo del Capítulo I.

En el Capítulo II se describe el papel del marco institucional en la disparidad en las ganancias generadas por el comercio internacional. En este capítulo se muestra la teoría de las instituciones introducida por Douglass North y se mostrara el rol que han jugado instituciones como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, principalmente. Este rol es antagónico a la teoría de las instituciones debido a que en muchas ocasiones estas organizaciones han permitido procesos desiguales en las ganancias que se deberían obtener al participar del comercio internacional. De esta manera se siguen evidenciando las desventajas que se acumularon como interferencia al desarrollo económico de los países más pobres del mundo.

En el segundo capítulo también se muestra como alternativa de desarrollo económico el comercio justo. De esta manera se estudian sus inicios, su historia y se explica cuáles son las mercancías, productos y participantes que entran dentro

del programa de comercio justo introducido por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) celebrada en Ginebra en 1964. Y traído a Colombia por medio de una iniciativa del Ministerio de Agricultura en 1990 la cual no tuvo ningún impacto.

El último capítulo muestra cómo se ha desarrollado el comercio justo en Colombia. También se realiza una encuesta a varias organizaciones de productos con sello FLO (el sello del comercio justo) con el fin de ver el impacto generado por el comercio justo en los pequeños productores. También en este capítulo se podrán ver los resultados producto del caso de estudio de la Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte (APCO), con el fin de dar a conocer más a fondo cómo se desarrolla el comercio justo al interior de nuestro país.

Finalmente se realizan algunas conclusiones y recomendaciones acerca del papel que debería asumir el gobierno nacional, para ayudar a aquellas organizaciones que están pretendiendo sacar provecho del comercio internacional. Y es así, como se muestra el comercio justo como una alternativa de desarrollo económico, ligada a un verdadero compromiso de las partes interesadas e involucradas en él.

1. EL COMERCIO INTERNACIONAL Y ALGUNOS TRATADOS INFLUYENTES PARA AMÉRICA LATINA

1.1 TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El estudio del comercio internacional es de gran importancia para entender el modelo de crecimiento económico que han tenido los países durante las últimas décadas. Se conocen diferentes conceptos de qué es y de qué se encarga el comercio internacional en general. Es de vital importancia comprender que el comercio internacional no es solo la compra y venta de mercancías y servicios de un país a otro (exportaciones e importaciones). El comercio internacional ha sido una de las estrategias de los países del mundo para alcanzar el desarrollo económico. *“Se puede decir que el estudio del comercio y las finanzas internacionales es donde empezó la disciplina de la economía tal como la conocemos hoy en día”*³ Pero, esta estrategia no ha sido beneficiosa para todos por igual.

Krugman & Obstfeld muestran que la economía internacional utiliza los mismos métodos fundamentales de análisis que las otras ramas de la economía, porque la motivación y la conducta de los individuos y de las empresas son las mismas, tanto en el comercio internacional como en las transacciones nacionales. Y definen el objeto de la economía internacional, en aquellos temas que a su parecer son relevantes para el despliegue de la misma. Estos temas traen consigo problemas específicos que se dan en la interacción económica entre países soberanos, estos son: las ganancias del comercio, los patrones del comercio, el proteccionismo, la balanza de pagos, la determinación del tipo de cambio, la coordinación internacional de las políticas y el mercado internacional de capitales.

Con el fin de conocer la historia del comercio internacional en el transcurrir del tiempo, se verán diferentes tipos de corrientes que analizaron y propusieron el

³ Krugman & Obstfeld en su introducción al libro *Economía internacional: Teoría y política*, (2006)

manejo, la forma y los beneficios que se obtendrían del comercio internacional. Estas corrientes son la mercantilista, la teoría clásica (que es en donde se muestra el comercio internacional como una alternativa de desarrollo de los países) y la teoría neoclásica.

1.1.1 Mercantilismo

El mercantilismo fue considerado como un tipo de estudio en la línea de la historia del pensamiento económico. Se puede decir que esta escuela gira sus argumentos alrededor del comercio internacional y de la política comercial. Los mercantilistas creían que por medio del comercio exterior una nación podía enriquecerse. Y, esa riqueza se lograba por medio de la acumulación de metales preciosos (oro, plata, etc.) Las grandes potencias de los años en que transcurrió el mercantilismo (1550-1750), tuvieron una ventaja bastante notable al dominar a otros países, en los cuales explotaban y se hacían poseedores de dicho metales.

Esa ventaja se hace visible con “la expansión hacia occidente del mundo conocido, que se consolida inicialmente por la conquista de América, por España y Portugal durante el siglo XVI y más tarde por Inglaterra y Francia, al norte de México durante el siglo XVII”⁴

Los mercantilistas trataron de establecer por medio de políticas económicas la mejor manera de promover el poder y la riqueza de las naciones, al mismo tiempo que se da el surgimiento del Estado Nación. *“Los mercantilistas hacían énfasis en el comercio internacional como medio para aumentar la riqueza y el poder de una nación y en particular, se enfocaban en la balanza comercial entre las naciones (...) se proponían aumentar la riqueza de la nación al estimular de manera simultánea la producción, aumentar las exportaciones y restringir el consumo doméstico”*⁵

⁴ ROJAS, R. Jorge. El mercantilismo. Perú. Ediciones Pontifica Universidad Católica del Perú: PUCP, 2004. p.4. Disponible en: <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/images/documentos/DDD234.pdf>

⁵ LANDRETH y COLANDER. *Historia del pensamiento económico*. México, D.F. Compañía Editorial Continental S.A. de C.V. 1998. P. 37

Los principales componentes de la teoría mercantilista se pueden resumir en la acumulación de riqueza, el papel fundamental del estado nación y el afán de obtener dinero y riqueza. Vale la pena aclarar que el pensamiento mercantilista se lleva a cabo fuertemente en Europa Central y esta es quién toma ventaja de él y se desarrolla con grandes primacías iniciales frente a otros países. Por ejemplo:

Inglaterra forja una gran capacidad industrial, convirtiéndose en la mayor flota mercante del mundo y esto le permite ser el primer centro financiero de la época (...) Casi todos los servicios derivados y complementarios de los bienes incluidos los créditos internacionales, se centralizan monopólicamente en el Reino Unido (...) de igual modo, Gran Bretaña para esa época ya centraliza el mercado del oro y todo lo relativo al movimiento de las bolsas de valores⁶

Con el mercantilismo se consolida también la idea de agrupar el poder del estado y la acumulación de metales preciosos en búsqueda de Dinero y Riqueza para la nación.

Durante el capitalismo comercial nació el dinero metálico (oro y plata) como medio de cambio y llegó a ser símbolo de riqueza, por lo que su acumulación era vista como bienestar para las naciones. Así, esta corriente creía que una balanza comercial positiva generaría un aumento en la riqueza nacional y por ende, un mayor crecimiento económico, lo que se reflejaría en un aumento del empleo y un Estado con mayor poder⁷

Es así como, estos países generan grandes cantidades en la acumulación de riquezas y entran a poseer una ventaja sobre otros países.

Naciones mercantilistas fuertes como España, Portugal, Inglaterra, Francia, Holanda, Dinamarca, entre otras, obtienen toda la ganancia que genera el comercio internacional, sin permitir a otros países involucrarse en este beneficio. El dinero y la riqueza se concentraban entonces en aquellos estados que pudieron

⁶ GUTIÉRREZ, B. Leonardo. Economía internacional: Fundamentos teóricos e históricos. Santafé de Bogotá, D.C. Universidad Autónoma de Colombia. 1998. P.79

⁷ LEGISCOMEX. Mercantilismo. Banco de Conocimientos. Teorías del Comercio Internacional. 2011. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/abccomercio-mercantilismo/abccomercio-mercantilismo.asp?DivMenu=Menu1&DivSubMenu=Menu1>

explotar a colonias que se tomaron a la fuerza y de las cuales extrajeron innumerables riquezas y como consecuencia generaron pobreza y desigualdad.

1.1.2 Teoría clásica

Durante el periodo del pensamiento mercantilista se estaban originando ideas importantes que iban dando paso a la escuela clásica. En principio las ideas clásicas fueron rechazadas por parecer extravagantes y fuera de contexto, al pasar el tiempo fueron estudiadas y analizadas por unos pocos que les fueron dando su aprobación, hasta que el pensamiento mercantilista fue muriendo poco a poco y devinieron las ideas centrales del periodo clásico.

La teoría clásica es un tipo de corriente económica que se dio en los siglos XVIII, XIX y en la primera mitad del siglo XX, este pensamiento empieza a rechazar la intervención del Estado y profundiza la relación entre capital y trabajo en los procesos de producción. Es decir, comienza a estudiar la economía más allá de una simple utilización y acumulación de metales preciosos, así, introduce la importancia del trabajo.

El pensamiento clásico es desarrollado por diferentes autores, pero son tres de ellos los que le dan una estructura sólida al pensamiento clásico. Entre las principales teorías que aporta esta corriente al pensamiento económico se encuentran: La teoría de las Relaciones internacionales de precios por David Hume (la cual no se profundizara por no ser parte del objeto de esta investigación); la teoría de las Ventajas absolutas por Adam Smith y la teoría de las Ventajas comparativas de David Ricardo. Este último de vital importancia en el desarrollo del comercio internacional.

1.1.3 Ventajas absolutas por Adam Smith

Smith plantea el término de ventaja absoluta para referirse a la importancia de saber que comerciar con otros países. *“Smith suponía que el comercio internacional exigía que los países podían llegar a tener ventajas absolutas, es decir, producir con una cantidad de capital y de trabajo una mayor cantidad de artículos que cualquier rival. Con lo cual se planteaba una diferencia absoluta de*

costos”⁸ Entonces para mantener un buen dinamismo y desarrollo de la economía, un país debía especializar su producción en aquello en lo cual utilizara menos recursos y así, los productos en los cuales se utilizaran grandes cantidades de recursos se debían importar de otros países. Entonces, cada nación ganaría con el comercio internacional.

Con la evolución de la teoría clásica los países europeos consolidan aún más sus ganancias y se aumenta por tanto la brecha entre países pobres y ricos. Además, de que hay países más especializados que otros, los cuales ya cuentan con maquinaria y equipos tecnológicos que les permiten hacer uso y comercializar con productos con mayores excedentes de riqueza. También ocurre que los países se especializan mediante la división internacional del trabajo propuesta por Smith, lo que promueve cambios impactantes en la producción de los países ya convertidos en potencias, debido a que estas potencias europeas a partir de la Conquista de América son las que asignan a sus colonias el papel de productoras de materias primas.

1.1.4 Ventajas comparativas por David Ricardo

Ricardo estudió a fondo las teorías expuestas por Smith, pero en su estudio demostró que los beneficios obtenidos por parte del comercio internacional depende en una mayor proporción de las ventajas comparativas que de las ventajas absolutas. Ricardo encuentra que pueden existir casos en los que un país no posea ninguna ventaja absoluta en la producción de bienes frente a otro país y aun así ambos países podrían ganar con el comercio internacional.

“Esta teoría introduce por primera vez los *términos de intercambio* y explica que los países deben conocer qué producen más barato pero igual de importante es conocer qué bienes están recibiendo a cambio y las capacidades que tienen para producir estos. Es decir, para Ricardo el valor de los bienes que se entregan es el valor de los productos que se

⁸ GUTIÉRREZ, B. Leonardo. *Economía internacional: Fundamentos teóricos e históricos*. Santafé de Bogotá, D.C. Universidad Autónoma de Colombia. 1998. P.97

reciben. Es importante resaltar que en esta teoría el *valor del trabajo* es el principal elemento en el valor del bien que se produce”⁹

Esta teoría impulsó el libre comercio. Pero, ¿Por qué no benefició a los países pobres como se hubiera esperado? Después de la primera revolución industrial eran pocos los países industrializados y con potenciales en la producción de manufacturas, mientras los países de Centro América que habían sido explotados y colonizados por los europeos en la producción de materias primas seguían teniendo como sus principales exportaciones productos con bajos excedentes de ganancias¹⁰. Podemos concluir que desde siempre el comercio internacional ha sabido favorecer a los países ricos. Además, después de la segunda guerra mundial entran dos grandes potencias a apoderarse de las ganancias del comercio internacional y de la economía en el mundo: Estados Unidos y la Unión Soviética. De esta manera se hace evidente que las ganancias obtenidas del comercio entre países se van principalmente a unos pocos. El problema de la especialización y de las ganancias del comercio, es que los países del mundo no tienen niveles similares en la producción y tecnología. También hay que tener en cuenta que los países desarrollados se enfocaron principalmente en los bienes manufacturados, mientras, los países pobres en materia primas lo que hace que los términos de intercambio sean desiguales al ser las materias primas bienes inferiores en comparación con los manufacturados; se llega a la conclusión de que *“para obtener los mismos bienes manufacturados es preciso intercambiar, gradualmente, cantidades cada vez mayores de productos primarios”*¹¹

1.1.5 Teoría Neoclásica

Durante la segunda mitad del siglo XIX se empiezan a dar los primeros síntomas de una reestructuración de la teoría económica, esto gracias a los incrementos

⁹ LEGISCOMEX. Teoría Clásica. Banco de Conocimientos. Teorías del Comercio Internacional. 2011. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/abccomercio-teoria-clasica/abccomercio-teoria-clasica.asp?DivMenu=Menu1&DivSubMenu=Menu1>

¹⁰ Recopilación de información con base a La revolución industrial y con base a la Segunda Guerra Mundial. HISTORIA UNIVERSAL. Disponible en: <http://www.historialuniversal.com/2010/09/revolucion-industrial.html>

¹¹ REQUEIJO, G. Jaime. *Economía Mundial: un análisis entre dos siglos*. Madrid, España. McGraw-Hill/interamericana de España, S.A. 1995, p.15

elevados que se estaban generando en la productividad del trabajo, también por el uso de nuevas técnicas de producción y de capital. Estas nuevas características se le atribuyen al pensamiento neoclásico y se dan entre 1870 y 1930.

“La economía neoclásica sistematizó la oferta y la demanda como determinantes de la participación del precio y cantidad en el equilibrio del mercado, que afectan tanto a la asignación de la producción y la distribución de ingresos. Se prescindió de la teoría del valor-trabajo de la economía marxista en favor de una teoría de la utilidad marginal del valor de la demanda y una teoría general de los costes de oferta”¹²

De esta manera, subyace la idea de que cada factor aporta al proceso productivo. La escuela neoclásica produjo bastantes cambios a los modelos desarrollados por los clásicos, concretando más a la realidad los principios generales del pensamiento clásico, asociando el capital con el trabajo como factores que generan valor económico. De la teoría clásica se desprende un modelo económico que profundiza más acerca de cómo un país debe comerciar teniendo en cuenta los factores que posee para hacerlo de manera beneficiosa y eficiente. Este modelo se conoce como Heckscher-Ohlin:

“En su versión más simple supone: 1. Funciones de producción homogéneas de grado uno, 2. Dos factores de producción y dos países o grupos de países, 3. Factores homogéneos en ambos países, o expresables en unidades homogéneas y, 4. Funciones de producción iguales para cada producto en ambos países”¹³

Esta teoría nos dice que los países más que por ventajas absolutas o comparativas deben exportar dependiendo de los factores intensivamente abundantes que posean. A continuación veremos cómo se ha desarrollado el comercio internacional y como los países han aprovechado sus ventajas de forma y en proporciones diferentes y el papel de la globalización.

¹² Enciclopedia Financiera. Escuela Economía Neoclásica. Disponible en: <http://www.encyclopediainanciera.com/teoriaeconomica/economia-neoclasica.htm>

¹³ FRENCH-DAVIS, Ricardo & GRIFFIN, Keith. Comercio internacional y políticas de desarrollo económico. México. Fondo de cultura económica, 1966. P.27

1.2 PROCESOS IMPORTANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

En la teoría del comercio internacional descrita por David Ricardo, este intenta plantear la importancia del comercio internacional, como un mecanismo de eficiencia, debido a que cuando los países deciden comerciar, se concentran en los productos y mercancías que más les favorece producir. De esta manera, los países concentrados en lo que pueden realizar de mejor manera, necesitan de otros países que les provean lo que han dejado de realizar para concentrarse en algunos productos. Y es así, como los países comerciando pueden obtener el máximo beneficio de lo que producen internamente y de lo que se produce externamente.

“Los países participan en el comercio internacional por dos razones básicas, y ambas contribuyen a que obtengan ganancias del comercio. En primer lugar, los países comercian porque son diferentes. Las naciones, como los individuos, pueden beneficiarse de sus diferencias mediante una relación en la que cada uno hace aquello que sabe hacer relativamente bien”¹⁴

Estas razones hacen que lo relevante del comercio internacional cobre vida y se desarrolle de manera cada vez más fuerte para las economías. Es así como la globalización se desarrolla en su forma más plena como proceso que permite la unión de los países, a pesar de eso la globalización puede generar impactos diferentes entre países “lo que para algunos aparece como globalización, es localización para otros; lo que para algunos es la señal de la nueva libertad cae sobre mucho más como un hado cruel e inesperado”¹⁵

El comercio internacional permite que las industrias y sectores al interior de cada país, se vuelvan más competitivas para poder obtener beneficios del proceso de globalización. Pero el comercio internacional no es la salvación que lleve al

¹⁴Krugman & Obstfeld. *Economía Internacional: Teoría y política*. Madrid, España. PEARSON, EDUCACIÓN, S.A. 2006, p.27

¹⁵ ESTRADA, PATIÑO Y PULIDO. *Economía del desarrollo y calidad de vida: Estudio regional para Santander, Colombia*. Ediciones Universidad Externado de Colombia, 2014 p.2

desarrollo, en muchas ocasiones el comercio internacional cumple un papel antagónico en la igualdad al interior de los países *“La liberalización comercial también afectará a la desigualdad. La apertura al comercio no mejora la situación de todos los habitantes de un país. Más bien cambia la distribución de los ingresos creando ganadores y perdedores”*¹⁶ Aun cuando estas situaciones se presentan, la inserción en los mercados internacionales es necesaria para que las economías no se atrasen frente a los otros países.

En el comercio internacional han surgido procesos que han intensificado el poder de algunas naciones frente a otras. También el papel de algunas instituciones han permitido que la brecha entre ricos y pobres se incremente en gran manera. Periodos históricos y de gran impacto hacen parte de estos procesos; La primera Revolución Industrial, la Segunda Guerra Mundial, el Consenso de Washington y la Ronda Doha, esta última fue una respuesta a las falencias y desafíos que no se lograron suplir con la Ronda de Uruguay, la cual se estudiara también. Estos sucesos se profundizarán en los hechos importantes en el comercio internacional. Y se verá cómo nacen ganadores y perdedores con el comercio internacional y con la globalización económica. Las alianzas entre países también han permitido que estos procesos de desigualdad se desarrollen en gran manera. Es así como se pretende mostrar cómo países como Estados Unidos, países que hicieron parte de lo que se conoció como la Unión Soviética (actualmente bloque soviético) y algunos países del sur de Europa los cuales lograron consolidar sus economías a expensas de la pobreza de otros países.

1.2.1 Segunda Guerra Mundial

Antes de la segunda guerra mundial ya se había dado hace ya casi cien años la primera revolución industrial, la cual se caracterizó por una serie de procesos de industrialización, como la Revolución Comercial en Europa, la acumulación de

¹⁶Stiglitz & Charlton. *Comercio justo para todos*. Bogotá, Colombia. Distribuidora y editora Aguilar. 2007, p.56

capital y la aparición de grandes avances tecnológicos. Los países del continente Europeo fueron los que acumularon mayores cantidades de capital, esto hizo que se especializaran en las manufacturas y crearan para ello maquinarias, introducidas primero por Inglaterra y luego por toda Europa. La primera revolución industrial también permitió:

“La formación de grandes conglomerados económicos.- En la Revolución Industrial ocurrió el desarrollo del liberalismo económico, que se basaba en la libre competencia. Ese sistema a la vez, creó condiciones para que las grandes empresas eliminasen o absolviesen a las pequeñas empresas a través de un proceso cuyo resultado fue una sustitución de libre competencia por el monopolio”¹⁷

Lo cual no deja duda de que estas naciones ya empezaban con grandes ventajas frente a otros países que no poseían estas tecnologías. Y los cuales (países en desarrollo, básicamente América Latina y algunos países de África) se tuvieron que especializar y comerciar con materias primas o agricultura.

La segunda guerra mundial sucedió entre 1939 y 1945 fue un estallido por parte del resentimiento de Alemania gracias al tratado de Versalles y se puede decir que ésta se extendió por todo el mundo, de manera activa o pasiva y países de todos los continentes se involucraron en ella.

Durante la segunda guerra mundial se consolidan algunas economías como potencias:

“Las conferencias de paz de Teherán (1943), Yalta y Potsdam (ambas en 1945) cambiaron el mapa del mundo y sentaron las bases de un nuevo período histórico en el que la vieja Europa cedió su hegemonía a las dos nuevas superpotencias que se consolidaron durante y tras la guerra: los Estados Unidos y lo que se conocía como la Unión Soviética”¹⁸

¹⁷ HISTORIA UNIVERSAL. Revolución Industrial. Disponible en: <http://www.historialuniversal.com/2010/09/revolucion-industrial.html>

¹⁸ Segunda Guerra Mundial. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos/seguemun/seguemun.shtml>

Con la segunda guerra mundial se consolidan economías más fuertes y con mayores avances tecnológicos, *“Estados Unidos y la Unión Soviética mejoran la industria militar con tanques, aviones, fusiles y nuevas armas bélicas que transforman el arte y estrategia militar”*¹⁹ Con esta USA y la URSS dan inicio a la segunda revolución industrial, lo cual los consolida como potencias en continuo crecimiento. *“Después de los encuentros bélicos, la técnica y la ciencia tenían como fin principal vencer al enemigo y demostrar poder pero dejando como resultado la ruina ambiental y humana”*²⁰ Todas las consecuencias de estas producciones han recaído en el medio ambiente y en especial en la pérdida de recursos naturales en los países en desarrollo. Es así cómo, después de la segunda guerra mundial, los países europeos, Estados Unidos y la URSS, se consolidan como las grandes potencias económicas del mundo. Los países de Latino América y muchos en África y Asia se consolidan como los más pobres del mundo, países en desarrollo con oportunidades escasas de desarrollo, no solo al interior de cada uno de sus territorios, sino también al exterior de ellos en el comercio internacional.

De esta manera se puede evidenciar cómo los diferentes sucesos de gran impacto mundial han sido de provecho para los países que tenían la capacidad de aprovecharlo. A continuación, comentaremos otro suceso como es el Consenso de Washington, el cual sigue dejando en desventaja a los países de América Latina.

1.2.2 El Consenso de Washington

“El agotamiento del modelo vigente durante el periodo 1933-1980, conocido como «industrialización mediante la sustitución de importaciones» (ISI), promulgó las bases para emprender las reformas estructurales necesarias que permitiesen cambiar el rumbo económico de América Latina”²¹ Es así como se empieza a

¹⁹ PINTO, M. Alberto. *Encuentro, destrucción y ocultamiento de las indias occidentales: Crónicas del pueblo indio y de otras culturas*. Bucaramanga, Colombia. Ediciones UIS, 2013. P.49

²⁰ *ibíd.*

²¹ CASILDA, B. Ramón. América Latina y el Consenso de Washington. BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N° 2803

buscar una manera en la cual florezca el capitalismo en su máximo esplendor, y se implementa entonces el Consenso de Washington, el cual nace en 1989 orientado a los países de América Latina. El Consenso de Washington propone duras políticas fiscales y monetarias, un mayor grado de libertad para el comercio, el capital y la privatización, pero más allá de mostrar que lo que era éste y qué implicaciones tuvo en América latina, veremos quiénes fueron los ganadores y los perdedores con su implementación. Esto con el fin de seguir ratificando la gran ventaja de los países desarrollados frente a los países en desarrollo.

América Latina se ve atraída por los créditos que se ofrecían a cambio de implementar los puntos del consenso de Washington, también fueron atraídos por un nuevo modelo que prometía un elevado crecimiento económico y el desarrollo de sus economías. Lo cruel de esta situación es que los países de América latina no lograron ver lo que en verdad necesitaban según la estructura de sus economías. Una pregunta sería ¿Por qué no funcionaron como se esperaba las políticas introducidas por el consenso de Washington en el mejoramiento de las economías de América Latina? Lo que ocurrió fue que Estados Unidos no fue neutral, “El Fondo Monetario Internacional en particular, forzó las políticas generales del Consenso de Washington”²² Es así, como podemos concluir que:

“El consenso de Washington no ha fracasado, si asumimos quien lo impulsó y analizamos quién ha prosperado. El consenso resultó ser un éxito para Washington, para Bruselas, Londres, París, Madrid y muchos otros centros de poder corporativo (...) Joseph Stiglitz señala tres evidencias claras de ese fracaso: la trayectoria de los países post-comunistas, la generación de economías duales y el “Milagro del Este Asiático”, cuyo éxito económico coincide en el tiempo y en el espacio con la no aplicación del consenso en parte de esta región”²³

DEL 26 DE ABRIL AL 2 DE MAYO DE 2004. p.1 Disponible en: http://rosaliasuarez.edu.co/wp-content/uploads/2013/09/America_Latina_y_el_consenso_de_Washington.pdf

²² ESTRADA, Fernando. Antinomias del Capitalismo: una reseña sobre El malestar de la globalización de Joseph Stiglitz, Ediciones Universidad Externado de Colombia, 2014. p. 5

²³ LLISTAR, David. El qué, el quién, el cómo y el porqué del Consenso de Washington. Observatorio del Deuda en la Globalización. Cátedra UNESCO a la UPC. p. 6 Disponible en: <http://www.odg.cat/documents/publicacions/CW-David-NOV02.pdf>

Para complementar la explicación de algunos impactos negativos que han generado procesos que se han dado mundialmente y que en últimas han terminado creando brechas cada vez más grandes de desigualdad entre países pobres y ricos, se verá el resultado producto de dos acuerdos que deberían influir de manera significativa en el impulso, mejoramiento y reproducción del comercio justo, pero que desafortunadamente no se lograron. Estos son las Rondas de Uruguay y de Doha.

1.2.3 Ronda de Uruguay

La Ronda de Uruguay se celebra en Punta del Este (Uruguay) en 1986 y concluye en Marrakech (Marruecos) en diciembre de 1993. El objetivo fundamental de la Ronda de Uruguay era negociar la política de aranceles y la liberalización de mercados a nivel mundial.

“El acuerdo surge en el marco de un comercio internacional profundamente transformado, con cambios fundamentales en la división internacional de la producción agrícola. Los países desarrollados, cuyas economías eran más diversificadas y dependían menos del comercio agrícola, habían aumentado su participación en este mercado, mientras que los países en desarrollo, que dependen en mucha mayor medida de la agricultura, habían reducido su presencia en el mismo, de 40% a aproximadamente 27%. Muchos de estos últimos se habían transformado en importadores netos de alimentos, sus balanzas comerciales se habían deteriorado y su dependencia alimentaria había crecido”²⁴

Es lógico pensar que la dependencia de algunos países en cuanto a alimentos los podía llevar a una crisis económica, en donde saldrían afectados principalmente los ciudadanos, un principio económico tiene que ver precisamente con este tema. La crisis de alimentos puede llevar a una desestabilización política y económica. Es así como nace este acuerdo y es llevado a cabo bajo la regulación de la Organización Mundial del Comercio (OMC), antes GATT (Se consolida como OMC, gracias a este acuerdo), lo que le permite alcanzar mayor poder y regulación en los mercados internacionales.

²⁴ RELLO & TRÁPAGA. Libre Mercado y agricultura: Efectos de la Ronda de Uruguay en Costa Rica y México. Estudios y perspectivas de la CEPAL. México, 2001, p. 12

A pesar de las buenas políticas que se pensaban ejecutar para ayudar principalmente a los países en desarrollo La Ronda de Uruguay prometió ganancias que no se cumplieron especialmente para los países en desarrollo, los cuales no terminaron sacando la ventaja esperada

“En 1992-1993, el Banco Mundial, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y varias otras instituciones realizaron proyecciones de supuestas ganancias comerciales y sociales (estas últimas del orden de 250.000 millones de dólares anuales). Después de Marrakech, la Secretaría del GATT avanzó una estimación de una ganancia mínima de 500.000 millones de dólares. Ahora se admite que todo eso fueron exageraciones. Y la realidad ha sido una mayor marginación y empobrecimiento del mundo en desarrollo”²⁵

Se concluye de todas formas que la Ronda de Uruguay logró su objetivo principal el cual tenía que ver con la reducción de los aranceles y de las políticas que subsidian la producción y las exportaciones las cuales distorsionaban los mercados. Sin embargo la Ronda de Uruguay se quedó corta en suplir las verdaderas necesidades y retos que enfrentaban los países en desarrollo, “Las barreras arancelarias siguen siendo muy altas para ciertos productos sensibles, y los países desarrollados han sustituido unas políticas por otras que distorsionan menos el mercado, pero no han reducido el monto total de los apoyos y subsidios²⁶” A pesar de que se pensaban reducir las asimetrías entre países desarrollados y países en desarrollo, las asimetrías fueron siempre lo suficientemente grandes como para que los países en desarrollo no salieran beneficiados como se esperaba. “Puede afirmarse que el AARU no ha sido un instrumento adecuado para reducir las asimetrías entre los países —existen razones para pensar que éstas podrían aumentar en el futuro— ni para avanzar hacia un desarrollo más equitativo”²⁷

²⁵ SINGH, Someshwar. La Ronda Uruguay: una perspectiva histórica. Tercer mundo económico: Tendencias & análisis. Disponible en: http://www.tercermundoeconomico.org.uy/TME-129_130/analisis03.html

²⁶ RELLO & TRÁPAGA. Libre Mercado y agricultura: Efectos de la Ronda de Uruguay en Costa Rica y México. Estudios y perspectivas de la CEPAL. México, 2001, p. 7

²⁷ *Ibíd.* p.7

Finalmente, se espera que se mejoren las políticas y el compromiso por parte de las instituciones y de los países desarrollados en pro de la ayuda a los países en desarrollo, para que se de ese beneficio tan esperado por parte de ellos en el comercio internacional. A continuación se mostrará la Ronda de Doha, la cual es la respuesta a las peticiones de los países en desarrollo y la cual reestructura de alguna manera la Ronda de Uruguay.

1.2.4 Ronda de Doha

La Ronda de Doha, también, Programa de Doha para el Desarrollo, fue celebrada en Doha (Qatar) en Noviembre de 2001; es la primera ronda organizada por los miembros de la OMC, de una manera más estructurada y sólida pretende, como la Ronda de Uruguay, reducir los obstáculos al comercio, y se supone que está enfocada principalmente en las perspectivas comerciales que tienen los países en desarrollo. Sus principales enfoques tienen que ver con la agricultura, los servicios y el tema de la propiedad intelectual. Los beneficios que se incluyen en esta Ronda para los países en desarrollo son un mayor acceso a los mercados y una mejor asistencia técnica y financiera. Y esto, gracias a una mayor estabilidad en la política económica internacional, entre otras.

A pesar de las buenas intenciones de la Ronda Doha a favor de los países en desarrollo, existieron diferentes situaciones que no permitían que los países en desarrollo extrajeran las bondades que prometía la Ronda

“Las grandes dificultades para lograr esos objetivos se pueden apreciar recordando que en 1999, en Seattle, la Conferencia Ministerial no había podido iniciar la prevista Ronda del Milenio. Ya lanzada la Ronda en 2001, en la reunión de 2003 en Cancún no se logró acordar las modalidades de negociación. Posteriormente, ya en diciembre de 2005 en la reunión de Hong Kong, se acordaron diversos compromisos que no pudieron cumplirse a tiempo para las reuniones previstas para abril y julio de 2006. Al no cumplirse con este último plazo, colapsaron las negociaciones que tenían prevista la terminación de la Ronda

para fin de 2006, finalización que ya en la Declaración de Doha se había fijado para fin de 2004”²⁸

El problema también radicaba en que la agenda conformada en la Ronda de Doha no suplía ni atendía las prioridades que habían al interior de los países involucrados. *“Los países en desarrollo creían que la nueva ronda les ofrecía pocos beneficios inmediatos pero conllevaba el riesgo de obligaciones adicionales. Como resultado, los países en desarrollo abandonaron la Reunión Ministerial de Cancún en septiembre de 2003”*²⁹

Además de todas las falencias que poseía la Ronda de Doha, como siempre el compromiso por parte de los países desarrollados es muy poco *“La Ley –Agrícola (Farm Bill) de Estados Unidos en 2002 aumentó el nivel de ayudas a los granjeros estadounidenses (...) Un año después, en 2003, la reforma en Luxemburgo de la Política Agraria Común (PAC) de la Unión Europea también fue decepcionante”*³⁰

Los subsidios en estos países desarrollados y con altos niveles de tecnología y productividad permiten costos extremadamente bajos, de esta manera los empresarios y comerciantes de los productos agrícolas que se amparan en estas leyes pueden alcanzar todas las bondades del comercio justo y no solo eso, sino dejar en grandes niveles de desventaja a países en desarrollo que compiten con los mismos productos.

“Estos subsidios proporcionan pagos anti-cíclicos a los granjeros de Estados Unidos que responden negativamente a los precios mundiales. Este tipo de medida ha permitido a Estados Unidos deshacerse de los excedentes de sus granjas vertiéndolos en los mercados mundiales. Por ejemplo, Estados Unidos exporta maíz a precios un 20 por ciento por debajo del coste de producción, y trigo a un 46 por ciento por debajo del coste”³¹

²⁸ IEC (Informe Económico de Coyuntura), Análisis global. Nº 268 - Octubre 2006 - AÑO 25. Disponible en: <http://www.consejo.org.ar/publicaciones/iec/iec268/analisis.htm>

²⁹ STIGLITZ & CHARLTON. Comercio justo para todos. Distribuidora y Editora Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A. Bogotá, Colombia. 2007. p. 96

³⁰ *Ibíd.* p. 97

³¹ *Ibíd.* Tomado de un pie de página (6), p. 376

A lo largo de este escrito, el lector se podría preguntar si en verdad puede existir un comercio justo. Es claro que no han faltado iniciativas que fundamenten en su ser ayudas al desarrollo de los países más atrasados, pero es claro también que la mayoría de estos acuerdos no han cumplido las expectativas y los países en desarrollo siguen presentando las mismas falencias.

Incluso después de la Ronda de Uruguay se suponía que cada país debía cumplir con ciertas obligaciones, “En Enero de 2000, hasta 90 de los 109 países en desarrollo miembros de la OMC estaban en violación de los acuerdos pactados en la Ronda de Uruguay”³² Es así, cómo una vez más los países más pobres se ven envueltos en ideas de desarrollo que al final no contribuyeron a un crecimiento económico, la Ronda de Doha no solo no cumplió las expectativas que se tenían en el tema agrícola, tampoco lo hicieron en la parte del sector de servicios.

Pero no solo estos sucesos han influido en las desigualdades generadas por el comercio internacional, también el papel del marco institucional ha jugado un papel importante es estas desigualdades. El capítulo II pretende seguir contando acerca de las desventajas iniciales de los países en desarrollo por medio del marco institucional y mostrar cómo se introduce el término de comercio justo como alternativa de mejoramiento en la calidad de vida al interior de los países más pobres, lo que genera una reducción entre la brecha de desigualdad existente entre países en desarrollo y países desarrollados.

³² *Ibíd.* Tomado de un pie de página (6), p. 377

2. MARCO INSTITUCIONAL Y COMERCIO JUSTO

Existen tres organismos los cuales son los principales responsables de la regulación internacional en los asuntos económicos. Estos son el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM) y la Organización Mundial del Comercio (OMC), estos desempeñan un papel determinante en el funcionamiento de la economía global. El BM y el FMI fueron creados en la conferencia de Bretton Woods en 1944, “allí se reunieron los ministros de economías de los países victoriosos de la Segunda Guerra Mundial”³³ con el fin de diseñar nuevos mecanismos para la reconstrucción de economías que habían quedado devastadas en ese acontecimiento. Aunque en medio de las discusiones se vio la importancia de generar algunos tipos de ayudas para los países más pobres, las cuales les permitieran integrarse en la economía internacional. También se crea la OMC³⁴ en 1995 con el fin de endurecer la regulación que tenía el comercio internacional.

El FMI se encarga de reafirmar el papel que se había dado con la división internacional del trabajo a los países más pobres “debido a la gran influencia de los economistas neoliberales en Estados Unidos a principios de los 80, el FMI cambió su política e introdujo el denominado “programa de ajuste estructural”, imponiendo de ese modo políticas de liberalización económica a los países pobres del Sur³⁵” Lo cual dio como resultado que los países del Sur abrieran sus mercados a las importaciones de los países industrializados, lo cual ratificó la especialización en la producción de los países más pobres.

2.1 TEORÍA SOBRE LAS INSTITUCIONES

El objetivo principal de las instituciones es reducir los costos de transacción, generados por las actividades cotidianas ya sea en comunidades o países. Las

³³ SELBA.ORG. El papel de las organizaciones internacionales. Disponible en: <http://www.selba.org/EspTaster/Economica/EconomiaGlobal/PapelOrgInt.html>

³⁴ Antes el Acuerdo General de Tarifas y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés)

³⁵ SELBA.ORG. El papel de las organizaciones internacionales. Disponible en: <http://www.selba.org/EspTaster/Economica/EconomiaGlobal/PapelOrgInt.html>

instituciones son definidas por Douglass North como las reglas establecidas en una sociedad o las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. Estas generan eficiencias en la interacción política, social o económica. Lo cierto es que a pesar de que las instituciones también están diseñadas para controlar la eficiencia de las economías, en ellas recae una responsabilidad tan grande que pueden afectar significativamente el desempeño de la economía. Existen instituciones al interior de los países y también instituciones internacionales que regulan y toman decisiones de gran impacto a nivel mundial.

*“Las instituciones tienen gran influencia en el desempeño de la economía debido a que sus funciones generan efectos sobre los costos del cambio de la producción. Junto con la tecnología empleada determinan los costos de transacción y transformación (producción) que constituyen los costos totales”*³⁶ La teoría de las instituciones se amplía con el enfoque neo-institucionalista el cual afirma que las instituciones juegan un papel crucial en la dinámica y desarrollo de los sistemas económicos. Y esto es porque de las instituciones depende que los agentes en una economía puedan extraer gran parte de las ganancias otorgadas por diferentes oportunidades que se presenten. Es así como, las instituciones también pueden influir en las desigualdades en términos económicos de un país a otro

“Las diferencias entre los países se deben a la calidad de las políticas públicas y de las instituciones y, en consecuencia, no se explican por los diferenciales en el acceso a los acervos de conocimientos, la debilidad de los mercados de capitales, o las diferentes dotaciones de recursos naturales, o por diferentes dotaciones de recursos naturales, o por diferencias en el capital humano y social, como sostienen distintas teorías de inspiración neoclásica”³⁷

El papel crucial de las instituciones se extiende hasta los ámbitos internacionales, en donde su papel trasciende como ya se mencionó anteriormente a un espacio

³⁶ NORTH, Douglass. Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. FCE, 1990. p.16

³⁷ AYALA, E. José. Instituciones y Economía: una introducción al cambio neo-institucional económico. 1999. p.350

mundial. Pero a pesar, de que las instituciones buscan la eficiencia de la economía no todos ganan con el establecimiento y consolidación de estas. También existen perdedores gracias a las funciones que desempeñan las instituciones, y esto también aplica para las instituciones internacionales porque

“las instituciones tienen un efecto (positivo o negativo) sobre el desempeño de una economía dada. (...) La innovación institucional, y en particular la creación de instituciones eficientes, es una tarea difícil, porque se trata de una negociación compleja de demandas conflictivas entre agentes con intereses diversos y contradictorios”³⁸

De acuerdo con esto, los cambios institucionales y la manera en que se estructuran las instituciones afectan de manera desigual a los países y a lo largo del proceso es obligatorio que haya ganadores y perdedores. “El sistema económico depende en gran medida en la manera en que organizaciones ejerzan sus funciones”³⁹

2.1.1 El papel de los organismos internacionales en el desarrollo de los países
Existen diferentes organismos internacionales que participan en los problemas de desarrollo mediante el otorgamiento de préstamos y programas. El cuadro número 1⁴⁰ nos permite conocer los organismos más influyentes y creados con el fin último de ayudar a los países en desarrollo a implementar programas en pro de su continuo mejoramiento. Estos organismos son de diferentes clases y cumplen propósitos distintos.

Estos organismos han jugado un papel trascendental en las economías de los países en desarrollo, Joseph Stiglitz premio Nobel de economía reconoce el papel de los principales organismos internacionales así:

“Los países ricos, a través de organizaciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Mundial del Comercio (OMC), y el Banco Mundial

³⁸ *Ibíd.* p.361

³⁹ ESTRADA, Fernando y DÍAZ Natalia. Costos de transacción, externalidades e innovación. Ediciones Universidad Externado de Colombia, 2012. p.7

⁴⁰ La tabla mostrara diferentes organismos de los cuales no se abordara ni profundizaran sus impactos debido a que las transformaciones de estos no alcanzan a América Latina.

(BM), no sólo no están haciendo todo lo que está en sus manos para ayudar a estos países, sino que incluso les hacen la vida más difícil”⁴¹

Esto mediante sus préstamos, los cuales se tienen que invertir en lo que estas instituciones creen “conveniente” para los países en desarrollo⁴².

Cuadro 1: Principales Organismos internacionales

PRINCIPALES ORGANISMOS INTERNACIONALES		
ORGANISMO	FUNCIÓN PRIMORDIAL	RECURSOS DEL ORGANISMO
Fondo Monetario Internacional	Financiar desequilibrios de Balanza de Pagos	Cuotas de los países miembros
Grupo del Banco Mundial		
Banco Mundial	Financiar proyectos y programas de desarrollo	Recursos propios y emisión de bonos en mercados internacionales
Asociación Internacional de Fomento	Financiar proyectos y programas de desarrollo en los países más pobres	Aportaciones de los países miembros
Corporación Financiera Internacional	Potenciar el crecimiento del sector privado en países en desarrollo	Recursos propios y emisión de bonos en mercados internacionales
Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones	Cubrir riesgos de la inversión extranjera en países en desarrollo	Recursos propios y primas de las pólizas de seguros
Grupo de Bancos Regionales de Desarrollo		
Banco Interamericano de Desarrollo	Financiar proyectos y programas de desarrollo en su zona	Recursos propios y empréstitos en mercados internacionales
Banco Asiático de Desarrollo	Financiar proyectos y programas de desarrollo en su zona	Recursos propios y empréstitos en mercados internacionales
Banco Africano de Desarrollo	Financiar proyectos y programas de desarrollo en su zona	Recursos propios y empréstitos en mercados internacionales
Banco Europeo de Desarrollo	Facilitar la recomposición de las antiguas economías del Este y de la ex URSS	Recursos propios

Fuente: REQUIJO, Jaime. Economía Mundial: un análisis entre dos siglos. Aravaca, Madrid, 1995. P 173 y 174

⁴¹ STIGLITZ, Joseph. Cómo hacer que funcione la Globalización. Editorial Taurus, Bogotá. p.28

⁴² Extraído de las críticas que hace Stiglitz en su libro el malestar de la globalización en el caso de Etiopía.

2.1.2 El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial

El FMI fue creado con el fin de ser un ente de cooperación monetaria internacional. El FMI facilita recursos financieros a países miembros con problemas en la balanza de pagos.

“A lo largo de los años sesenta, y en un mundo relativamente estable, lo que hacía el FMI era valorar si la política seguida por el país miembro podía permitirle resolver su problema de balanza de pagos y reembolsar los préstamos en el plazo previsto, en el mundo posterior a la crisis energética, ya no se trataba de valorar solamente políticas correctoras sino de reclamar planes de ajuste estructural, a largo plazo, que atacaran la base de los problemas”⁴³

Se puede decir entonces que la finalidad de los programas establecidos por el FMI y apoyados por el Banco Mundial⁴⁴ Es así, como la interpretación de los países en desarrollo acerca de la finalidad de los programas establecidos por el FMI es que los ajustes requeridos se piden en plazos de tiempo muy cortos, lo que contrae la actividad económica y, como se mencionó, al ser los programas muy uniformes, no tienen en cuenta la capacidad productiva del país, ni las circunstancias políticas en la que se desenvuelve el país,

“en muchos casos se denuncia que los programas de estabilización y ajuste imponen una carga excesiva sobre las capas más débiles de la sociedad, y también se ha alegado que las decisiones del Fondo reflejan continuamente los intereses del mundo industrializado, y muy especialmente los de Estados Unidos”⁴⁵

2.1.3 Desaciertos del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial

El FMI ha recomendado en repetidas ocasiones políticas que no han servido a los países en desarrollo sino para empeorar su situación y sus condiciones económicas.

⁴³REQUIJO, Jaime. Economía Mundial: un análisis entre dos siglos. Aravaca, Madrid, 1995. p. 176

⁴⁴ Stiglitz explica en sus dos libros: El malestar de la globalización y Cómo hacer que funcione la globalización la estrecha relación del FMI con el BM. Los cuales trabajan de la mano en la implementación de diferentes programas.

⁴⁵ Ibíd. p.177

”Muchas de las políticas recomendadas por el FMI, en particular las prematuras liberalizaciones de los mercados de capitales, contribuyeron a la inestabilidad global. Y una vez que un país sufría una crisis, los fondos y programas del FMI no sólo no estabilizaban la situación sino que en muchos casos la empeoraban, especialmente para los pobres”⁴⁶

En 1960 el FMI, el BM y el Tesoro de EE UU impulsaron las supuestas bondades que traerían con el conocido Consenso de Washington. Este consenso según esas instituciones contribuiría al desarrollo económico y a la estabilización de los países en desarrollo, principalmente en América Latina, debido a que fue pensado según las condiciones de esos países. Pero el Consenso de Washington terminó siendo un fracaso debido a que no eran apropiadas para los países de América Latina, los cuales estaban en los primeros pasos al desarrollo, “el FMI ha cometido errores en todas las áreas en las que ha incursionado: desarrollo, manejo de crisis y transición del comunismo al capitalismo⁴⁷” Y el FMI ejerce gran poder, debido a que no solo los países lo buscan para sus préstamos, también tiene aliados como el BM o la Reserva Federal, “con el apoyo de la Reserva Federal de los Estados Unidos, el FMI presiona a los gobiernos a seguir una política económica de privatización, liberalización y estrangulamiento del gasto interno”⁴⁸

Las políticas establecidas por el FMI e impulsadas por el BM han resultado en su mayoría inestables, y al interior de los países lo saben, pero se ven en la obligación de recurrir a estas entidades en situaciones críticas

“Los países sólo buscan el FMI cuando andan desesperados por dinero; cuando esto sucede, el fondo extiende sus consejos obligatorios para que los gobiernos recorten el gasto público, aumenten los impuestos y privaticen o vendan las empresas y entidades del Estado (...) Stiglitz afirma que las medidas estandarizadas del FMI es lo que hace que no

⁴⁶ *Ibíd.* p.40

⁴⁷ *Ibíd.* p.43

⁴⁸ ESTRADA, Fernando. *Antinomias del Capitalismo: Una reseña sobre el malestar de la globalización de Joseph Stiglitz*, Ediciones Universidad Externado de Colombia, 2014. p.2.

funciones y dice que si los economistas conocieran en su sitio las condiciones de la gente, estas cosas no sucederían⁴⁹

Stiglitz trabajó para el BM, él desde su experiencia escribe una lucha entre la política del poder y la pobreza. En 1997 encomendado por el BM y con participación del FMI viajó a Etiopía con el fin de conocer la situación de este país Africano, el cual estaba a punto de perder 127 millones de dólares del FMI que le darían con el programa de Facilidad Ampliada de Ajuste Estructural ESAF. Un programa de préstamos que ayuda a los países más pobres del mundo. Además de que Etiopía también estaba en riesgo de perder la financiación del BM.

A pesar de que una de las principales preocupaciones del FMI tiene que ver con la inflación y en general con que los indicadores macro-económicos de un país estén estables. El FMI parecía no ver que Etiopía tenía estos indicadores correctamente controlados. Y así, el FMI suspendió su programa en Etiopía alegando preocupación por la situación presupuestaria Etíope. Esto porque Etiopía alegaba que los préstamos se tenían que gastar en el mejoramiento de la educación, porque la educación podía según ellos darles una nueva alternativa de desarrollo económico.

Etiopía consiguió financiación por medio de donaciones de otros países para formar escuelas. Los ingresos de Etiopía dependían de esas donaciones y de los impuestos que se cobraban al interior del país. El FMI decía que esas ayudas hacían que la economía se volviera muy dependiente de las mismas lo que generaba inestabilidad. Por esta razón suspendía sus programas alegando que Etiopía en cualquier momento estallaría en una crisis económica.

El FMI quiere ejercer un poder en los países suponiendo que sus recomendaciones son las que verdaderamente influyen en el crecimiento económico de un país. Las decisiones financieras que tomó Etiopía las acusaba de insensatas, cuando en realidad eran buenas para la economía del país. El FMI

⁴⁹ Ibid. 5

impuso a Etiopía la creación de un sistema bancario “Etiopía se resistió a las demandas del FMI para que abriese su sistema bancario, y con razón, habían visto lo que les sucedió a algunos de sus vecinos del este de África cuando cedieron a las presiones del FMI”⁵⁰ Stiglitz mismo critica el papel de organismos como el FMI, el BM y la OMC diciendo que sus soluciones estandarizadas no contemplan captar todas las complejidades. “Uno de los resultados (totalmente predecible), de la adopción de este tipo de políticas (se refiere al programa de ajuste estructural) en el Sur, fue la excesiva producción de muchos productos primarios, ya que el FMI y el Banco Mundial ofrecieron los mismos consejos a muchos países simultáneamente. Como consecuencia, entre 1980 y 1997, el precio en el mercado internacional de la mayoría de las mercancías bajó seriamente: el azúcar un 73%, el café el 64%, el cacao el 58%, el caucho el 52%, el arroz el 52%, etc. así los países productores necesitaban incrementar significativamente su producción simplemente para mantener el mismo nivel de ganancias”⁵¹

El Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización Mundial del Comercio cada vez aumentan más sus relaciones con el fin de promover un modelo de desarrollo sustentado en la liberalización del comercio y la inversión. El BM y el FMI pueden actuar como asistentes investigativos con el fin de ayudar a los países a ser miembros de la OMC. Y la OMC a su vez consulta al FMI en lo que tiene que ver con cuestiones macroeconómicas (Reservas monetarias, balanza de pagos y acuerdos sobre moneda extranjera). Y todos los acuerdos de la OMC se encuentran canalizados a través del FMI y del BM.

“Las tres instituciones forman parte del Marco Integrado para la Asistencia Técnica Relacionada con el Comercio (MI)⁵², que realiza investigación y brinda

⁵⁰ *Ibíd.* p.58

⁵¹ SELBA.ORG. El papel de las organizaciones internacionales. Disponible en: <http://www.selba.org/EspTaster/Economica/EconomiaGlobal/PapelOrgInt.html>

⁵² Creado en 1977 por el Centro de Comercio Internacional (CCI), el FMI, el Banco Mundial, la OMC, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

recomendaciones para reformas relacionadas con el comercio en los países en desarrollo. El MI fue concebido como un medio para aumentar la asistencia técnica relacionada con el comercio para países en desarrollo con la finalidad de permitirles maximizar las oportunidades de acceso al mercado que surgieran a partir de los acuerdos de liberalización comercial de la OMC”⁵³ El papel de estas instituciones es contribuir no solo en programas, sino también en orientaciones y capacitaciones en los países en desarrollo para lograr el desarrollo económico de los mismos, las críticas a estos organismos es que sus programas no han logrado generar impactos sobresalientes en los países en desarrollo, lo que se puede evidenciar en que los países del sur, siguen sufriendo agudas condiciones de pobreza en su interior.

Estas instituciones han brindado a muchos países por no decir a todo el mundo y en repetidas ocasiones asesoramiento y financiamiento en el desarrollo de reformas en políticas, tipos de exportaciones y orientaciones en negociaciones entre otras funciones. Pero al tener tantos desaciertos los críticos pueden afirmar de diferentes maneras y citando variados ejemplos que estas instituciones generan desventajas para los países en desarrollo al limitar sus opciones en materia de política y por ende su espacio de negociación.

“Además, algunas de las recomendaciones no han sido acertadas, lo cual ha derivado en repercusiones fiscales y gastos sociales inesperados, incluyendo: inundación de importaciones que han arrasado con los pequeños productores locales; pérdidas de ingreso a nivel gubernamental que no han podido ser recuperadas; inestabilidad del capital; y estrategias mal concebidas de fomento a la exportación”⁵⁴

El papel de estos organismos en la economía mundial ha resultado no ser como se pensó en sus inicios contribuyentes en el mejoramiento de las economías más pobres del mundo. Es así, como se espera que el comercio justo llegue a ser una

⁵³ SPARR, Pamela. El Banco Mundial, el FMI Y el Comercio. BANK INFORMATION CENTER. IFIs INFO BRIEF. No 3, Marzo 2006. p.3. Disponible en: http://www.bicusa.org/wp-content/uploads/2013/01/InfoBrief_Mar2006ES.pdf

⁵⁴ REQUIJO, Jaime. *Economía Mundial: un análisis entre dos siglos*. Aravaca, Madrid, 1995. p. 176

verdadera alternativa de desarrollo para los países del Sur. Debido a que el comercio justo contempla la concentración de ayudas en la población más pobres al interior de los países en desarrollo, los cuales viven en las zonas rurales.

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en 1960, se deriva un programa de desarrollo económico llamado comercio no ayuda que más adelante se consolida como comercio justo. El comercio justo es una alternativa para los países del Sur porque genera impactos en la población más pobre, como se mencionó la de la zona rural.

2.2 EL COMERCIO JUSTO

2.2.1 Antecedentes del comercio justo

Al conocer la historia del comercio internacional nos permitimos conocer las disparidades que se hicieron patentes desde el inicio del comercio internacional en países que hoy día son caracterizados como países en vías de desarrollo. “Los intercambios comerciales entre países del Norte y del Sur se alejan cada vez más de una idea de justicia e igualdad. Desde la colonización la supeditación del Tercer Mundo respecto al Primero ha ido cambiando de forma, pero se ha consolidado negativamente para los países más pobres”⁵⁵ Esto es porque los países en vías de desarrollo, gracias a la división internacional del trabajo no diversifica sus productos y se enfoca en materias primas y productos agrícolas, cuya demanda ha disminuido al igual que sus precios. Y esto se dio, porque, “Los estados del Norte dependían cada vez menos de las materias primas del Sur, porque descubrieron sustitutos artificiales para los materiales naturales y el reciclaje redujo la demanda de nuevos suministros”⁵⁶ Es así como el término de Comercio justo inicia con el fin de ayudar a mejorar estas falencias y cerrar la

⁵⁵BARRAT, B. Michael. *Comercio justo, comercio injusto: Hacia una nueva cooperación internacional*. 1.ª Edición, febrero 1998. P.7

⁵⁶Ibíd. P11

brecha entre países ricos y pobres; pero, en especial está enfocado en la reducción de la pobreza al interior de los países.

Ha transcurrido un poco más de medio siglo desde que apareció la denominación de “comercio justo”, específicamente en la década de los sesentas, en Europa Central, particularmente en países con un alto índice de desarrollo, donde emergieron movimientos sociales alternativos, los cuales ejercen una fuerte protesta en contra de la injusticia y la explotación de los mercados convencionales, al mismo tiempo que emerge la conciencia ecológica, la oposición a la guerra y los movimientos pacifistas. El comercio justo como tal, tiene sus raíces gracias a la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

En 1964 se empieza a prestar atención más detallada y profunda al comercio justo, pero no quiere decir esto que antes no se intentaran diferentes alternativas de favorecer a los más pobres con la incursión en el comercio internacional. “A finales del siglo XIX, con el desarrollo del movimiento cooperativo en el Reino Unido y la India, empezaron a surgir los primeros intercambios alternativos entre países, cuyo fin era construir una economía de cooperación integrada desde la producción hasta la venta en público”⁵⁷ Esto bajo el nombre de Comercio Alternativo, en donde el principal objetivo era impulsar el crecimiento de los pequeños productores, los cuales aunque generaban beneficios en el comercio internacional no participaban de los mismos.

Por tal motivo se ha creado la WFTO.

“La Organización Mundial del Comercio justo (WFTO –World Fair Trade Organization– por sus siglas en inglés) fue creada en 1989. Originalmente se la conocía como la Asociación Internacional de Comercio justo (IFAT- International Fair Trade Association). Es una red de comercio alternativo y de organizaciones de productores en África, Asia, Europa,

⁵⁷ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). El Comercio como alternativa para el desarrollo equitativo: Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del Comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico No. 38. San José, C.R. p. 13

América Latina, América del Norte y el Pacífico. La misión de WFTO es mejorar las condiciones de vida y el bienestar de productores agrícolas y artesanos desfavorecidos”⁵⁸

Esta Organización se encarga de promocionar el comercio justo en los países del Norte y del Sur; también se encarga de regular el proceso de las mercancías desde la producción hasta la venta.

El comercio justo, intenta aprovechar todas las circunstancias, acuerdos y demás pautas que ayuden o beneficien de algún modo el comercio de productos y mercancías de los países en desarrollo principalmente hacia los países desarrollados. En ese sentido, se han desarrollado marcas para los productos, códigos de conducta para las distintas organizaciones involucradas a lo largo de la cadena y se han determinado en distintas instancias estándares sociales y ambientales para los productos y productores”⁵⁹ Las primeras Organizaciones creadas fueron Ten Thousand Villages y SERRV Internacional, estas no tenían un campo de acción tan amplio, su gran apoyo era la iglesia; empezaron con ventas callejeras ayudando a los campesinos más pobres de la zona.

Entre las organizaciones del comercio justo Europeas que se crearon alrededor de dos décadas después están: las que realizan operaciones de importación y distribución mayorista - que en su mayoría están afiliadas a Asociación Europea de Comercio justo (EFTA) -, las tiendas del mundo que realizan distribución al detalle - agrupadas en la red Europea de Tiendas del Mundo (NEWS!) -, organizaciones certificadoras del comercio justo - agrupadas en la Organización Certificadora del Comercio justo (FLO) - y las certificadoras de productos orgánicos - afiliadas a la Federación Internacional de Movimientos para la Agricultura Orgánica (IFOAM). Además algunas de estas pertenecen a la

⁵⁸ Organizaciones de Comercio justo en el mundo. Disponible en: <http://www.fortalecer.com.ar/comercio-justo/organizaciones-de-comercio-justo/>

⁵⁹Lara Pineda Orlando. Consultor. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). EL COMERCIO JUSTO EN EUROPA EVOLUCION, FUNCIONAMIENTO, ESTRUCTURA INSTITUCIONAL Y TENDENCIAS. Octubre, 2010. Disponible en: http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1158330509219_comercio_justo_europa.pdf

Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT). Por otro lado, como parte de la evolución del movimiento, han surgido otras especializadas de financiamiento para las redes de distribución en Europa y para productores en el Sur⁶⁰. Dichas organizaciones velan por garantizar que los productos que se comercialicen cumplan con características como igualdad de oportunidades en el mercado en cual se elaboraron, desarrollo económico y cuidado por el medio ambiente. Así, el comercio justo es una forma alterna de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos que fomentan una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

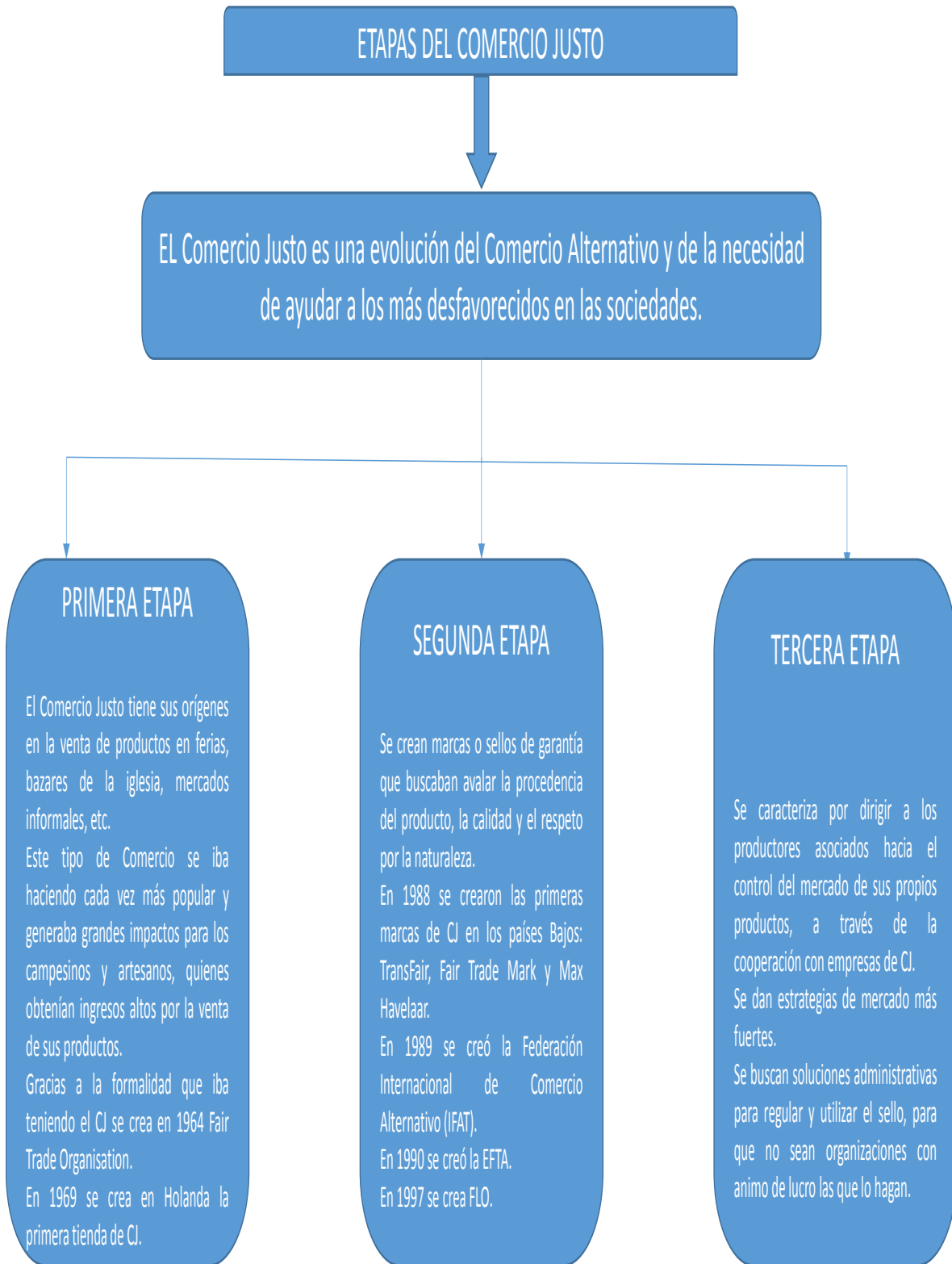
El concepto de comercio justo, entonces, aplica ordinariamente a las operaciones comerciales que permitan a los pequeños productores y propietarios marginados, involucrarse en la economía mundial de una forma sustentable. En Colombia, existen pautas de comercio generales y aplicables a todo tipo de productos; las cuales se pautan según, la legislación nacional. Dentro de los enlaces de información sobre temas de legislación Nacional de Comercio internacional de Colombia se encuentran temas tales como Antidumping, política de competencia, comercio electrónico, derechos de propiedad intelectual, inversión, servicios y obstáculos técnicos al comercio⁶¹. Estas pautas son generales y contribuyen a beneficiar los pequeños, medianos y grandes productores.

Se puede concluir que el comercio justo ha atravesado por diferentes etapas en la cuales se ha reorganizado con el fin de mejorar sus conductas y permitir la transparencia que se requiere para cambiar las condiciones de pobreza al interior de los países en desarrollo. A continuación en el cuadro 2 veremos una forma en la cual se pueden describir las etapas por las cuales atravesó el Comercio justo para consolidarse como un tipo de comercio el cual resultaría ser tan impactante que puede considerarse como una alternativa para el desarrollo

⁶⁰ *Ibíd.*

⁶¹ Recopilación de información por parte del autor del Sistema de Información sobre Comercio Exterior. OEA::SEDI::DDECT. Recuperado de: http://www.sice.oas.org/ctyindex/COL/COLagreements_s.asp

Cuadro 2: Etapas en el comercio justo



Fuente: Mapa conceptual realizado con base a los resúmenes de las páginas 15, 16,17 y 18. De Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). El Comercio como alternativa para el desarrollo equitativo: Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del Comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico No. 38. San José

2.2.2 Importancia del comercio justo

El comercio justo pretende mejorar las condiciones de pobreza en que viven los países en desarrollo, no se trata de darle un vuelco a la teoría del comercio internacional, ni mucho menos suplantarlo el papel de este. Sino que se pretende en el mismo marco avanzar en una racionalización del intercambio comercial que permita favorecer a un grupo especial, el cual son las personas más pobres.

El comercio justo pretende suplir la necesidad tan grande que se tiene hace muchos siglos de cerrar o al menos disminuir la brecha existente entre ricos y pobres. Y también, ser un nuevo modelo económico que disminuya la brecha entre países Sur y Norte y generar un excedente de beneficio que se gaste en la propia comunidad que recibe las bondades de este modelo. Por medio de una prima de comercio justo que se le da a los pequeños productores para invertir en su comunidad y necesidades. Con respecto a esto, se empezó a pensar en cuáles eran las necesidades al interior de los países y es así como el comercio justo se acoge al desarrollo e implementación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, cuyo horizonte es el 2015. “En la cumbre del Milenio de las Naciones Unidas en Nueva York en Septiembre de 2000, los líderes mundiales adoptaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)”⁶² Los ODM se enfocan principalmente en (PNUD, 2014):

1. Reducir a la mitad la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad entre los sexos.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.

⁶² STIGLITZ y CHARLTON, Comercio justo para todos. 2007, p.29

7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Estos Objetivos se establecen mediante una evaluación previa de las necesidades más apremiantes de los países en desarrollo y con pobreza extrema; pero sus alcances aplican para todo el mundo. Con esto, se intenta hacer una reforma de lo que es el comercio, con el fin de distribuir los beneficios derivados de esta actividad de manera más justa. De esta manera se puede concluir que la importancia del comercio justo radica en la posibilidad que tiene este como alternativa para el desarrollo de los países del Sur.

“En este ámbito de cooperación, promovida por organizaciones no gubernamentales, se busca subsanar el inmenso déficit de justicia que reproduce muchas veces el comercio convencional, regido por las pautas de productividad, competitividad del comercio internacional y por las reglas derivadas de quienes lo orientan”⁶³

2.2.3 Mercancías en el comercio justo

El comercio justo al ser pensado para los países en desarrollo establece ciertos productos que podrán ser catalogados dentro del comercio justo. De esta manera, los productores pequeños y menos favorecidos pueden encontrar en esta lista de productos una alternativa de exportación con ganancias un poco más elevadas que las habituales.

“Las conversaciones mantenidas bajo los auspicios de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) dieron lugar a la propuesta de un programa integrado para diez mercancías esenciales: café, cobre, caucho, té, estaño, azúcar, algodón, cacao, yute y fibras duras”⁶⁴

⁶³ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). El Comercio como alternativa para el desarrollo equitativo: Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del Comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico No. 38. San José, C.R. p. 22

⁶⁴ BARRAT, B. Michael. *Comercio justo, comercio injusto: Hacia una nueva cooperación internacional*. 1.ª Edición, febrero 1998. P.8

El programa de comercio justo bajo estas mercancías mencionadas está orientado a pequeños productores agropecuarios; a empresas agroindustriales individuales u organizaciones cooperativas o asociativas.

Con el fin de poder identificar qué productos son elaborados con Comercio justo se crea un sello, este sello es conocido como FairTrade.

“La idea que nació desde las organizaciones de comercio justo es sencilla y eficaz: Garantizar con un Sello, impreso en el embalaje de un producto, que este cumple los criterios de Comercio justo. De esta forma los consumidores pueden decidir, si estos criterios y el desarrollo de los productores y trabajadores en el Sur son conceptos que merecen su confianza y apoyo (...) Todos los actores que participan en Fairtrade se someten a auditorías regulares por parte de la auditora independiente FLO-Cert, cuyo sistema de certificación cumple con las exigencias de la norma para certificaciones, la ISO 65. Auditores independientes auditan a más de 1.000 comerciantes a nivel mundial así como a los grupos productores”⁶⁵

Las mercancías que se produzcan bajo el sello de comercio justo pueden estar avaladas por tres marcas diferentes: TransFair, Max Havelaar y FairTrade. Siendo Fair Trade la principal:

“Estas marcas formulan los principios del comercio justo bajo la forma de razonamientos que cualquier negociante puede aplicar y por cuyo cumplimiento pueden velar las organizaciones garantes. Los criterios se determinan para cada producto o para cada grupo de productos. Gracias al registro de productores, las empresas pueden encontrar contrapartes potenciales en el Sur”⁶⁶

2.2.3.1 Principios comunes de los productos de comercio justo

Más allá de garantizar mejores ingresos a los productores involucrados en el comercio justo, también se pretende garantizar que estos productos se vendan. Y esto se hace por medio de dos cosas. La primera es crear conciencia educativa en las personas de que el comercio justo existe y se está desarrollando para ayudar a los países más pobres del mundo y a su vez se están generando impactos en las

⁶⁵ ¿Qué es FairTrade? Un sistema internacional que merece confianza. Disponible en: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/queesfairtrade.html>

⁶⁶ COMERCIO NO AYUDA. Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/sumario.htm>

condiciones de vida de estos productores y de las familias que están alrededor en la producción de estas mercancías. Estos impactos tienen que ver con que los productos bajo el sello de comercio justo están elaborados bajo supervisión la cual garantice que los productores cumplen con las siguientes pautas:

- Salarios y condiciones laborales dignas
- No a la explotación infantil.
- Igualdad entre mujeres y hombres.
- El respeto a los Derechos laborales.
- Relación comercial a largo plazo
- Prefinanciación.
- Los productores/as destinan parte de los beneficios al desarrollo integral de su comunidad.
- Respeto por el medio ambiente⁶⁷.

Y la segunda forma de garantizar que los consumidores compren estos productos; los cuales sus precios están por encima de los precios de mercado mundial; es que, se establecen normas de control y calidad de los productos, con criterios mínimos y progresivos que garanticen las condiciones de producción y de comercio. Uno de los criterios por ejemplo tiene que ver con el desarrollo medio ambiental, el cual incluye prácticas agrícolas respetuosas del medio ambiente⁶⁸.

2.2.4 Principios establecidos por Fair Trade

Los principios comunes están establecidos por FairTrade, estos se hacen con el fin de garantizar el cumplimiento y beneficio de los mismos a los productores, a los trabajadores y a sus organizaciones. El primero es el desarrollo social; el cual tiene que ver con garantizar la no discriminación de algún individuo que pertenezca a algún tipo de grupo social (ya sea discriminación de raza, genero, credo, etc.) El segundo es el desarrollo económico el cual garantiza que las

⁶⁷ Intermón, Oxfam. (2006). Los principios del comercio justo. Revista Consumer Eroski. [Internet]. Disponible en:http://revista.consumer.es/web/es/20061201/actualidad/informe1/70938_3.php

⁶⁸ *Ibíd.*

mercancías se vendan al menos al precio Mínimo de comercio justo, lo cual permite al productor un excedente de beneficio que pueda invertir en su comunidad en salud, educación, medio ambiente, etc. El tercero es el desarrollo medio ambiental, el cual garantiza un uso reducido y seguro de agroquímicos, un manejo apropiado de los residuos, el mantenimiento de la fertilidad del suelo y de los recursos hidrológicos, y el no uso de organismos genéticamente modificados. Y el último exige la regulación del trabajo forzoso y trabajo infantil, aquí se garantiza que los trabajadores reciban sueldos iguales o superiores al salario mínimo, además del pago oportuno y legal de seguridad social; y respecto al trabajo infantil, no deben existir niños menores de la edad reglamentada en cada país para trabajar que estén laborando⁶⁹.

2.2.5 Sellos y organizaciones que identifican a un producto de comercio justo

FLO

También existe una regulación a las empresas que cumplan con los requisitos y estén comprometidas con el comercio justo. Este sello es llamado FLO, este sello se les otorga a los productores

“El principal rol de FLO es establecer las normas de comercio justo. En concreto, FLO elabora unos estándares que se refieren al ámbito económico, medioambiental y social del productor, los cuales deben ser respetados. En los estándares económicos, se establece cuál debe ser el precio justo o precio mínimo y prima que se pagará al productor”⁷⁰

Con el fin de regular el sello FLO se crea en 2004 FLO Cert; quien se encarga de certificar a todos los que compran, venden o elaboran productos FairTrade.

IFAT (International Fair Trade Association)

⁶⁹Recopilación por parte de la autora de los principios comunes exigidos por la Organización Mundial del Comercio justo. Disponible completo en: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/estandares.html>

⁷⁰Organizaciones de Comercio justo en el mundo. Disponible en: <http://www.fortalecer.com.ar/comercio-justo/organizaciones-de-comercio-justo/>

IFAT es ahora la Organización Mundial del comercio justo, es una red de comercio alternativo y de organizaciones de productores en África, Asia, Europa, América Latina, América del Norte y el Pacífico. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida y el bienestar de productores agrícolas y artesanos desfavorecidos⁷¹.

NEWS! (Network of European World Shops)

NEWS! Tiene el objetivo mejorar el funcionamiento y la gestión de las tiendas solidaria, proporcionando información a sus agentes para ampliar la difusión de los artículos de comercio justo. “y la forman quince asociaciones nacionales de Tiendas Solidarias, las cuales representan en total 2.500 tiendas europeas”⁷²

EFTA (European Fair Trade Association)

Los objetivos básicos de EFTA son aumentar la eficacia y eficiencia del Comercio justo. Y esto lo realiza por medio de la divulgación del concepto de comercio justo ante las autoridades políticas y económicas; también estudian la evolución del comercio justo y elaboran publicaciones sobre esta actividad.

FINE

FINE, su nombre está dado por las iniciales de las cuatro organizaciones que conforman el Comercio justo. FLO, IFAT, NEWS! Y EFTA. Esta entidad controla a estas cuatro organizaciones con el fin de regular y mejorar el trabajo que se lleva a cabo al interior de estas organizaciones.

2.2.6 Participantes del comercio justo en el mundo

Existen dos tipos de participantes en el comercio justo, unos juegan el papel de importadores (Países del Norte) y los otros son los exportadores (países del Sur). La interacción de estos dos sin duda se espera sea la que permita que los países en desarrollo mejoren sus condiciones de vida internas y crezcan las oportunidades de los pequeños y medianos exportadores, que suelen llevarse la

⁷¹Ibíd.

⁷²Ibíd.

parte más pequeña de la torta, que representa los beneficios del Comercio Internacional.

Se ha explicado que el comercio justo es para países en vías de desarrollo, por esta razón los países involucrados son países con desarrollo bajo y medio. A continuación en el cuadro número 3 se pueden observar el número de países por continente⁷³ los cuales están involucrados en el Comercio justo aunque no en igual proporción.

Cuadro 3: Países por continente que se pueden beneficiar del comercio justo

OCEANIA		
Melanesia Fiji Papua New Guinea Solomon Islands Vanuatu	Micronesia Kiribati Marshall Islands Micronesia, Federated States of Nauru Palau	Polynesia Cook Islands Niue Samoa Tonga Tuvalu Tokelau Wallis and Futuna Islands

AFRICA				
Eastern Africa Burundi Comoros Djibouti Eritrea Ethiopia Kenya Madagascar Malawi Mauritius Mayotte Mozambique Rwanda Seychelles Somalia Uganda United Republic of Tanzania Zambia Zimbabwe	Middle Africa Angola Cameroon Central African Republic Chad Congo Congo, Democratic Republic Equatorial Guinea Gabon Sao Tome and Principe	Northern Africa Algeria Egypt Libyan Arab Jamahiriya Morocco Sudan Tunisia	Southern Africa Botswana Lesotho Namibia South Africa Swaziland	Western Africa Benin Burkina Faso Cape Verde Cote d'Ivoire Gambia Ghana Guinea Guinea-Bissau Liberia Mali Mauritania Niger Nigeria Saint Helena Senegal Sierra Leone Togo

⁷³ Quedan excluidos del ámbito de aplicación geográfica de Fair trade International los países de Europa del Este (incluidos Países europeos y Turquía) Y todos los países del G8 (por lo tanto de la Federación de Rusia como economías de ingresos altos.

AMERICAS (Latin America and the Caribbean)		
Caribbean Anguilla Antigua and Barbuda Barbados Cuba Dominica Dominican Republic Grenada Haiti Jamaica Montserrat Saint Lucia Saint Kitts and Nevis Saint Vincent and the Grenadines Trinidad and Tobago Turks and Caicos Islands	Central America Belize Costa Rica El Salvador Guatemala Honduras Mexico Nicaragua Panama	South America Argentina Bolivia Brazil Chile Colombia Ecuador Guyana Paraguay Peru Suriname Uruguay Venezuela (Bolivarian Republic of)

ASIA				
Central Asia Kazakhstan Kyrgyzstan Tajikistan Turkmenistan Uzbekistan	Eastern Asia China Democratic People's Republic of Korea Mongolia	Southern Asia Afghanistan Bangladesh Bhutan India Iran, Islamic Republic of Maldives Nepal Pakistan Sri Lanka	South-Eastern Asia Cambodia Indonesia Lao People's Democratic Republic Malaysia Myanmar Philippines Thailand Timor-Leste Viet Nam	Western Asia Armenia Azerbaijan Georgia Iraq Jordan Lebanon Occupied Palestinian Territory Oman Saudi Arabia Syrian Arab Republic Yemen

Fuente: Fair Trade International. Geographical Scope policy of Producer Certification for Fairtrade International

De los 194 países del mundo 159 de ellos tienen por sus capacidades económicas la oportunidad de participar como exportados de productos de comercio justo. Esto significa que más del 80% de los países del mundo tienen ingresos bajos o medios. Y empeorando un poco la situación estos países no hacen uso intensivo del comercio justo. A pesar de que el comercio justo comienza con solo 10 productos estos se subdividen en una gran variedad de productos, además de que a la fecha Fair Trade contempla más de 10 categorías en las que se pueden incluir productos de Comercio justo.

2.2.7 Productos avalados por fair trade para comercio justo

Los productos avalados por Fair Trade son aquellos que se encuentran y se producen en su mayoría en países en desarrollo; con lo cual se espera que los pequeños productores al interior de los países en desarrollo tengan un alta gama

de opciones a la hora de querer involucrarse en el comercio justo. En el cuadro 4 se muestran las categorías con los productos que se derivan de ella. Es importante resaltar que la variedad es amplia. Y que la prima de bonificación que se le da a estos productos no es la misma para todos sino que depende de la fabricación de los mismos.

En total y como se observa en el cuadro 4 existen 1148 productos que se pueden comerciar dentro de las categorías establecidas. Las primas que se mencionaron con anterioridad al cuadro, son unas primas o bonos que dan los países desarrollados a los productos; es el excedente que ganan los productores de los países en desarrollo por encima del precio de mercado mundial. Estas primas se dan dependiendo de la elaboración del producto; y esto, porque al fin el éxito del comercio justo lo terminan dando los consumidores que se encuentran en los países desarrollados y ellos no solo quieren ayudar a los más pobres sino que también quieren un producto que tenga condiciones óptimas para su consumo. Por esta razón, entre mejor elaboración y trato se le da al producto, mayor es la prima de comercio justo. Es importante aclarar que el mecanismo de Comercio justo⁷⁴ es bastante completo, por esta razón contempla en su estructura la caída de precios a nivel mundial, por esta razón también existe el Precio mínimo de comercio justo, que es el que le garantizan a los productores de los países en desarrollo.

Los productos avalados por Fair Trade son casi todos de agricultura, aunque hay algunos que sirven como materias primas como es el caso del algodón, el oro, la plata y el platinum. Por esta razón los países en desarrollo pueden aprovecharlo.

⁷⁴ Mecanismos de COMERCIO JUSTO. Para mayor información acerca de Directrices para la evaluación de los costos de producción sostenible, vea: http://www.fairtrade.net/uploads/media/Guidance_COSP_EN_09-06-2010_Final.pdf

Cuadro 4: Productos a los cuales se puede acceder para certificación FLO

ESTADO: MARZO DE 2014		
CATEGORÍA	PRODUCTOS*	NÚMERO DE SUBPRODUCTOS
AZÚCAR	Azucar de Caña	8
CEREALES	Fonio, La quinua y el Arroz	37
CACAO	Cacao	10
CAFÉ	Arábica coffee y Café Robusta	8
ALGODÓN	Algodón	34
FLORES	Flores y Plantas, y plantas ornamentales	4
FRUTAS	Acai, manzanas, albaricoques, aguacates, bananos, baobab, grosella, toronja, pomelo zumo, marula, limones, limes, liches, mangos, melón, sandia, naranjas, peras, physalis, piña, plátano, ciruelas, granadilla, frambuesa, grosella, soft citrus y fresas.	511
METALES PRECIOSOS	Oro, Platinum y plata	6
HIERBAS Y TÉS	Manzanilla, Cardamomo, canela, clavo, jengibre, hierbas y especias, hierba fresca, hierba seca, hibiscos, mace, casa de la moneda, nuez moscada, pimienta, rooibos, azafrán, cúrcuma y vainilla.	89
MIEL	Miel	4
NUECES	Almendras, semillas de albaricoque, los anacardos, anacardos crudos, macadamia, cacahuetes, nueces.	85
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	Aceite de Argán, Cocos, aceite de oliva, olivos, semillas de sésamo, shea butter y soja	39
PREPARADOS Y CONSERVAS DE FRUTAS Y VERDURAS	Pulpa de acai, jugo de manzana, albaricoques, albaricoques secos, pulpa de araza, puré de banano, bananos secos, pupa de carambola, cerezas secas, jugo de toronja, concentrado de guayaba, pulpa de guayaba, concentrado de limón, jugo de limón, lichis pulpa, jugo de mandarina, pulpa de mango, mangos secos, jugo de naranja, papayas secas, zumo de fruta de la pasión, jugo de piña, piñas secas, ciruelas secas, pasas y tomates secados	88
BALONES DEPORTIVOS	Balones deportivos	1
TÉ	Té Camellía	64
VERDURAS	Alcachofa, espárragos, maíz de bebe, frijoles, remolacha, brócoli, repollo, zanahoría, yuca, coliflor, apio, chard, pepino, berebjena, judías verdes, guisantes de jardín, ajo-allium, gherkin, leek, lechuga, cebolla, palmino, guisantes, pepper, papas, legumbres, calabazas, rábano, shallot, espinaca, squash y batatas.	160
TOTAL		1148
*Cada producto a su vez tiene subproductos que dependen del tipo de producción han que son sometidos los productos; por ejemplo de tipo convencional, orgánico, natural, etc. Además de la utilización de cada producto.		

Recopilación de información realizada por la autora: Fuente para recopilación de datos: http://www.fairtrade.net/price-and-premium-info.html?no_cache=1&tx_zwo3pricing_pi1%5bproductType%5d=0&tx_zwo3pricing_pi1%5bcountry%5d=0&tx_zwo3pricing_pi1%5bsubmit_button%5d=lr

2.3 EL COMERCIO JUSTO COMO ESTRATEGIA EN CONTRA DE LA POBREZA

Debido a la necesidad de crear condiciones que permitan un reparto justo de los beneficios que otorga el comercio, se tiene como estrategia de lucha contra la pobreza el comercio justo.

“La aplicación de la economía de mercado es consistente con formas muy diferentes de distribución de los recursos, normas de funcionamiento (como las leyes sobre patentes o las regulaciones antimonopolio) o condiciones que favorezcan la participación en el mercado (como la educación básica o la asistencia sanitaria). Dependiendo de estas condiciones, la propia economía de mercado generaría diferentes precios, condiciones de semejantes, distintas distribuciones del ingreso y, en términos más generales, resultados globales diversos. Los cambios institucionales y las reformas políticas pueden alterar de forma radical los niveles imperantes de desigualdad y pobreza, sin hundir con ello la economía global”⁷⁵

Entonces, el comercio justo podría cumplir su papel como alternativa de desarrollo si se vinculan de manera eficiente al mercado, a los menos favorecidos y a los países más pobres y con menos posibilidades de desarrollo. Y el mercado será decisivo en el papel de ayuda al buen funcionamiento de los objetivos propuestos por el comercio justo. El mercado, por medio de los consumidores, es ahora el tiempo en que los consumidores de los países desarrollados no solo entiendan y se entristezcan por la situación de hambre, pobreza y miseria que viven los países más pobres del mundo. Es el momento en que los consumidores hagan algo para frenar estos desastres nacidos en la pobreza, por medio de una real concientización colectiva a nivel internacional. Si el comercio justo quiere surgir tiene la necesidad de hacer campañas publicitarias de gran envergadura que

⁷⁵SEN, Amartya. Cambiar las reglas – Comercio, globalización y lucha contra la pobreza. OXFAM internacional. 2002

permitan que todos los consumidores del mundo se enteren de que son productos con comercio justo, de cómo conseguirlos y de cuál es la ayuda que se les da a los pobres con esto.

Es por eso que los procesos de productos de comercio justo se llevan a cabo por ONG las cuales lideran los programas que permiten que salgan productos de comercio justo de países en desarrollo hacia países desarrollados y se comercialicen sin ningún problema. Y el impacto real del comercio justo se da porque no es dirigido a empresas multinacionales con mucho poder y riqueza, sino que por el contrario, su efecto va a los pequeños productores agrícolas y, microempresarios rurales y urbanos de los países del Sur.

Dentro de los mecanismos para lograr los objetivos del Comercio justo se encuentran cinco aspectos altamente relevantes a la hora de generar impactos con el comercio justo.

- Reformas redistributivas ligadas a las estrategias nacionales para la reducción de la pobreza.
- Actuaciones para enfrentar el problema de la corrupción.
- Aumentar el apoyo técnico a los países pobres mediante la Financing Facility for Trade-Related y Capacity Building.
- Mayor transparencia en cuanto a las influencias extraoficiales.
- Desarrollo de un mecanismo mundial anti-monopolio⁷⁶.

Estos aspectos o más bien estrategias porque de implementarse de manera eficiente sin duda reducirían los niveles de pobreza son el camino para un comercio más justo y, para una reducción en la desigualdad y la exclusión.

El movimiento de comercio justo inicia en Europa, de esta manera la mayoría de tiendas se encuentran allí. Aunque también fuera de Europa teniendo gran impacto. La promoción del comercio justo tiene una variable bastante importante; y son, las tiendas de comercio justo debido a que los consumidores no solo deben

⁷⁶Ibíd.

saber cuáles son los productos de comercio justo y que impactos se quieren lograr con el comercio justo, también, deben tener fácil acceso a las tiendas de comercio justo. En España, uno de los países pioneros en la implementación de tiendas de Comercio justo “el 17% de las personas afirma conocer alguna tienda de comercio justo, aunque la mitad no sabe indicar su nombre. Un 11,5% afirma haber comprado algún producto de comercio justo. Esto significa un incremento muy importante frente al 0,4% de españoles que fueron clientes de este tipo de tiendas hace 5 años”⁷⁷ A pesar de que las cifras parecen no ser tan impactantes y se necesita algo más para que los productos de comercio justo se vendan en cantidades que generen impacto, “el 88% de los encuestados dice estar dispuesto a pagar un precio algo más alto en su compra para adquirir productos fabricados sin la explotación de los trabajadores”⁷⁸

2.3.1 El comercio justo una alternativa real

El progreso que se tenga en cuanto a número de tiendas es de real importancia para que los consumidores puedan ayudar a que en los países en desarrollo se dé un comercio más justo. Lo que más atrae a los consumidores de productos de comercio justo es saber que esos productos se elaboraron sin explotación a los trabajadores, sin trabajo infantil y orgánicamente, reduciendo al máximo en muchos productos la utilización de pesticidas e insecticidas.

“La primera tienda de comercio justo se creó en los países Bajos (Holanda) en 1969. Treinta años después, este movimiento se ha consolidado en toda Europa, en Estados Unidos, Canadá y Japón. Europa cuenta con 2700 tiendas de comercio justo, aunque sus productos también se venden en unos 43000 supermercados, en locales de ONGs, ferias. Etc.”⁷⁹

⁷⁷ Informe de Solidaridad Internacional. La alternativa a la explotación del Sur. 2003. Esta encuesta de Solidaridad se realizó en Abril del 2001, a 500 persona en Madrid, Barcelona y Valencia. p.2. Disponible el 01 de Abril de 2014 en: <http://solidaridad.org/index.php/mod.pags/mem.detalle/id.72/relcategoria.1096> Solidaridad Internacional forma parte de la Coordinadora Estatal de Comercio justo y de la federación IFAT (International Federation for Alternative Trade), que reúne a cooperativas y ONGs de todos el planeta.

⁷⁸ *Ibíd.*

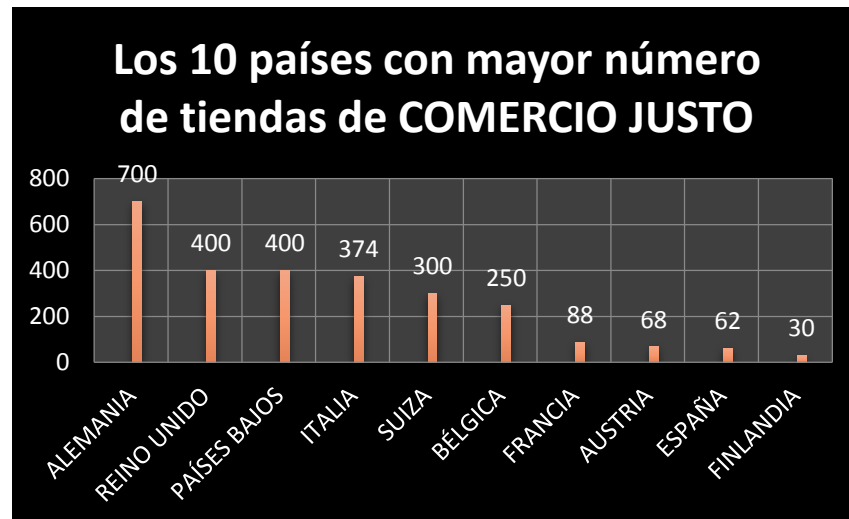
⁷⁹ *Ibíd.* p.4

Sin duda las tiendas de comercio justo son de gran impacto, pero la realidad es que no es un tema del que son conocedores la mayoría de los consumidores. El proceso del comercio justo se ha llevado en forma lenta aunque progresiva y se espera que no solo sea popular en los países desarrollados, sino que también desde los países en desarrollo se ayuden con el consumo de estos productos, no solo en ferias y bazares como hasta ahora sino que se abran también tiendas de comercio justo en estos países. El problema es que colocar una tienda de comercio justo para una persona particular no representa mayores ganancias “Uno de los inconvenientes más comunes es la ubicación de las tiendas, habitualmente en lugares poco comerciales, y aun así, con rentas altas si se compara con el margen de beneficios. La falta de información sobre el comercio justo y al mismo tiempo, la falta de recursos (dinero, tiempo y personal) para hacer campañas de publicidad y estudios de mercado es otro punto débil. Varios responsables afirman que sin el apoyo de voluntarios, les sería prácticamente imposible sacar adelante la tienda”⁸⁰

En el gráfico 1 podremos ver el número de tiendas de comercio justo (Los diez países con más tiendas de comercio justo en el mundo), aunque hay que tener en cuenta que hay países que importan grandes cantidades de productos de comercio justo que no tienen tiendas debido a que distribuyen estos productos en supermercados, noruega por ejemplo, distribuye a 3000 supermercados productos de comercio justo. Y países que tienen tiendas de gran impacto que no se contemplaron en el gráfico.

⁸⁰ *Ibíd.* P.6

Gráfica 1: Los diez países con mayor número de Tiendas de Comercio justo



Fuente: Anuario EFTA, 2001. Modificada la imagen por la autora.

El comercio justo ha venido tomando más y más fuerza,

“A nivel internacional, la World Fair Trade Organization (Organización Mundial del Comercio justo, heredera desde 2008 de la antigua IFAT, Internacional Fair Trade Association) engloba actualmente a más de 350 organizaiones en más de 70 países de los cinco continentes, integrando a 110 millones de hombres y mujeres productoras que comercializan más de 2000 millones de euros en productos de Comercio justo”⁸¹

Durante el 2009 Organizaciones como SETEM han impulsdo en las administraciones públicas nacionales, regionales y locales, la generalización de las compras de productos de comercio justo, además también han creado alianzas público-privadas que impulsen el consumo responsable por medio del comercio justo.

En el anuario de comercio justo 1998-2000 se hablan de ya más de 3000 tiendas solidarias, además cada vez los grandes supermercados están apropiándose más

⁸¹González, G. Andrés y González V. Núria. Presidente de la Coordinadora Estatal de Comercio justo 2006-2009 y Presidenta de la Federación SETEM. Informe de Comercio justo 2009. p.2 Visto el 09 de Abril de 2014. Disponible en: http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/001-Libro2-COMERCIO JUSTO2009_9.pdf

en ayudar a que el comercio justo evolucione, los miembros del EFTA tienen contactos con unos 800 grupos de productores del hemisferio Sur. Pero el comercio justo no es solo una buena alternativa para los productores, los consumidores además de ayudar a mitigar los duros problemas de pobreza que sufren los países en desarrollo, también obtienen productos de alta calidad, elaborados con prácticas sostenibles que a la vez están atenuando las pésimas condiciones medioambientales que se están viviendo por culpa de las grandes producciones sin conciencia ecológica. “En la actualidad, el Comercio justo es un mercado alternativo importante. En 1995, las organizaciones de Comercio justo consiguieron una facturación de 250 millones de dólares (venta al detalle) y posibilitaron el trabajo a más o menos 500.000 artesanos y trabajadores del Sur”⁸²

La ampliación del comercio justo se está dando de manera significativa en especial con la producción del café⁸³, unos de los cuales depende la economía colombiana y otras tantas del mundo.

“Los productores de Comercio justo varían mucho de una zona a otra y de un producto a otro. Pueden ser federaciones de productores, cooperativas, familias, talleres para minusválidos, organismos estatales, empresas privadas y, cada vez más frecuentemente, grupos del Norte que producen bienes en el marco de la economía social. El tamaño de estos grupos es muy variable: en la actualidad, la red más grande de exportación de productos de comercio justo es el Frente Solidario de Pequeños Cafetaleros de América Latina, que representa a más de 200.000 cafetaleros. Al otro extremo, Goromgorom, un grupo de artesanos de Burkina Faso, es un taller que emplea a unas 20 personas”⁸⁴

El impacto y el movimiento que está generando el comercio justo es sin duda bueno, aunque se necesitan tasas más altas de crecimiento con respecto al impacto que se genera en el producto nacional

⁸² Anuario de Comercio justo 1998-2000. Globalización y liberalización. Visto el 09 de Abril de 2014.

Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/2000/>

⁸³ Hoy se encuentran café, té, cacao, chocolate, azúcar, miel, vino, zumos de fruta, frutos secos, especias, arroz y otros cereales. La alimentación representa más o menos el 60% de las ventas minoristas (de lo cual la mitad, o sea el 30%, es café). Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/2000/>

⁸⁴ *Ibíd.*

“En Europa, los productos de comercio justo se venden en 70.000 establecimientos y la facturación sobrepasa los 200 millones de ECU (venta al detalle). En Europa también, la tasa media de crecimiento es del 5%. En España, por ejemplo, la facturación aumentó en casi un 70% entre 1995 y 1996, superando el doble de las cifras entre 1994 y 1996. En Francia, el mercado casi se duplicó de 1994 a 1996 y en Italia crece a un ritmo superior al 10% anual. Para algunos productos en ciertos países, se han alcanzado cuotas de mercado muy altas: 8% en los Países Bajos y 13% en Suiza para los plátanos, por ejemplo, mientras que el café orgánico de Comercio justo representa el 70% del mercado del café orgánico en Austria”⁸⁵

Mientras que el comercio justo crece con una media de 5% para los países europeos, “el comercio internacional mueve 4 billones de dólares anuales, o sea 12 veces más que al final de la Segunda Guerra Mundial, y se prevé que seguirá creciendo a un ritmo anual del 6%. Desde principios de los años 80, el comercio internacional ha vuelto a crecer un 50% más que el producto nacional⁸⁶” El impacto que genera el comercio internacional en el crecimiento económico de los países es de gran impacto pero el que genera el comercio justo es muy poco, o poco se puede ver, debido a que no se contempla en los países con tanta fuerza como el comercio internacional. El comercio justo no lo llevan a cabo muchos productores de los países en desarrollo, por ejemplo en Colombia solo hay veinticinco Organizaciones de productores certificados con el Sello Fair Trade (Información que se generalizará más adelante).

Con el fin de que el comercio justo tenga el impacto que se espera, se han creado organizaciones que lo regulen, es un sistema de control sobre las propias actividades que se llevan a cabo bajo el comercio justo, esto es llamado auditoría social. la auditoría social pretende y lleva a cabo las tareas de:

“Identificar los principios sociales y éticos en los cuales la auditoría se debe basar (obligación de mejorar la situación de los productores del Sur); Identificar los grupos y las personas afectadas (productores, sus familias, importadoras y su personal, tiendas

⁸⁵ *Ibíd.*

⁸⁶ Anuario de Comercio justo 1998-2000. Comercio justo. Visto el 09 de Abril de 2014. Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/2000/>

solidarias, grupos de solidaridad, voluntarios, consumidores, etc.); Identificar los indicadores de medición, en colaboración con todos los eslabones de la cadena de producción (selección de contrapartes, criterios básicos de comercio justo, imagen que se da de los productores, calidad de los productos, relaciones eficientes y éticas con los puntos de ventas: tiendas, grupos de solidaridad y otros canales de distribución para expandir el mercado de Comercio justo, etc.); Medir la práctica de la empresa basándose en la información disponible (informes internos, comentarios de los productores, etc.) en un estilo similar al de la contabilidad financiera (rigor, transparencia, objetividad); Encargar a un organismo externo la verificación del informe y, Comunicar los resultados y tomar las medidas correspondientes”⁸⁷

De esta manera el comercio justo se puede establecer como una alternativa real, es claro que aún le falta expandirse en proporciones bastante altas, pero, también es claro que está funcionando y en lo que va de su funcionamiento ha generado impacto.

Según la Segunda Encuesta Global sobre Comercio justo- Fairtrade/ GlobeScan⁸⁸ el 59% de los consumidores de comercio justo perciben, que con sus decisiones de compra tienen el poder de causar un impacto global positivo, además el 79% opina que las empresas según como enfocan su negocio pueden jugar un papel importante a la hora de reducir la pobreza. Esto muestra que los consumidores de comercio justo de los países Norte están preocupados por las condiciones de pobreza de los productores de los países en desarrollo. Además delegan gran responsabilidad a las empresas y organizaciones, en especial multinacionales, quienes tienen prácticas insostenibles no sólo con sus trabajadores, sino también con el medio ambiente.

⁸⁷ Disponible en: http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/001-Libro2-COMERCIO JUSTO2009_9.pdf

⁸⁷ Anuario de Comercio justo 1998-2000. Globalización y liberalización/ Multinacionales y Comercio responsable. Visto el 09 de Abril de 2014. Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/2000/>

⁸⁸ Fue llevada a cabo para Fair Trade por la consultora internacional GlobeScan, entre 17.000 consumidores en 24 países. Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, la República Checa, Corea del Sur, Dinamarca, España, EEUU, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, India, Irlanda, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Países Bajos, Polonia, Sudáfrica, Suecia y Suiza.

La encuesta revela también que en todo el mundo los consumidores se gastaron en el año 2010, 4.360 millones en productos Fairtrade “Los consumidores triplicaron sus compras Fairtrade en la República Checa (+386%), Sudáfrica (+315%), y Australia y Nueva Zelanda (+258%). En Gran Bretaña, el mercado más relevante para los productos Fairtrade, las ventas crecieron un impresionante 47% en comparación con el 2009”⁸⁹ Una recopilación de los informes presentados por la Organización de Solidaridad Internacional muestra por ejemplo que en las tiendas de Solidaridad que hay en España, básicamente en Sevilla y Madrid, en el 2004 al menos 15.000 compradores habían adquirido productos de comercio justo en estas tiendas, además de que también han obtenido información detallada de lo que es el comercio justo. Y en 2005 ya la cifra pasaba los 22.000 consumidores de las tiendas de comercio justo. En el 2009 por ejemplo se vendieron en las tiendas 297.769 euros y en 2010 las ventas ascendieron a 360.000 euros, lo que demuestra una ampliación de los productos de comercio justo y estas cifras vale aclarar son solo de algunas tiendas de Solidaridad Internacional.

Sin duda el comercio justo se hace cada vez más visible, pero el problema es que los países en desarrollo muchas veces no tienen cómo iniciar un negocio sostenible, entendiéndose como sostenibles las prácticas del comercio justo. Por esta razón siguen fabricando sus productos muchas veces para vendérselos a multinacionales que comerciaran con otros países obteniendo las ventajas del comercio internacional, mientras los productores pequeños siguen siendo esclavos del sistema.

Los productores pequeños y que estén avalados como productores que pueden exportar bajo el lema de comercio justo pueden hacer contacto con Fair Trade, ellos asesoran a los productores para mostrarles y contactarlos con las tiendas solidarias, pero el problema radica en que los pequeños productores en muchas ocasiones necesitan más que la prima de comercio justo que dan las ONGs y las

⁸⁹Segunda Encuesta Global sobre Comercio justo – Fairtrade / GlobeScan. Comercio justo, Fair Trade. Disponible en: <http://www.comerciojusto.cl/segunda-encuesta-global-sobre-comercio-justo-fairtrade-globescan/>

organizaciones responsables del comercio justo. Es en ese momento en donde se hace evidente la ayuda del estado a los pequeños productores, que en ocasiones como lo es el caso de un país como Colombia, en su mayoría han sido desplazados por la violencia que se vive ahí. Y los que no son desplazados, en muchas ocasiones no tienen los recursos para iniciar cosechas significativas que les permitan incursionar en los mercados globales.

3. EL COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA: ENCUESTA A PRODUCTORES DE CAFÉ CON SELLO DE COMERCIO JUSTO Y CASO DE ESTUDIO DE LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS CAFICULTORES DE OCAMONTE.

3.1 EL COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA

El comercio justo en Colombia se da en los años 90 bajo una iniciativa que promovió el Ministerio de Agricultura, con el nombre de Mercado Justo y Paz. Esta iniciativa pretendía desarrollar programas que beneficiaran a los campesinos, dejándoles ver las bondades extraídas del comercio Internacional. Mercado Justo y Paz permitió la alianza de pequeños y medianos productores, sin intermediarios.

Con el fin de profundizar acerca del comercio justo en Colombia se realizara un pequeño resumen de lo que han sido las experiencias de comercio no convencional en Colombia, este resumen es en base al cuadernillo No 38 del IICA⁹⁰.

- **MERCADO JUSTO POR LA PAZ:** Este proyecto tenía como fin promover la producción agropecuaria, pesquera, avícola y artesanal. Aunque sus impactos fueron prácticamente nulos debido a la falta de compromiso de los organizadores y promotores, además de la falta de convenios que ayudaran a la reducción de costos provocados por la publicidad del proyecto y por los costos generales que hacen parte del comercio.
- **FUNDACIÓN BIMA:** Es una fundación creada como ONG en 1995 con el fin de ayudar a los pequeños empresarios y cooperativas integradas por la población de productores agrícolas más pobres. Bajo la administración de esta ONG y con la ayuda de FUNDEHUMANO, La Corporación Autónoma Regional del Valle y el Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez, en el 2006 se inauguró el Primer Mercado Campesino de comercio justo. El

⁹⁰ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). El Comercio como alternativa para el desarrollo equitativo: Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del Comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico No. 38. San José, C.R.

propósito central de este mercado era que los campesinos vendieran sus productos de comercio justo sin intermediarios y a precios un poco más elevados de los normales, obteniendo así una ganancia adicional que les servía para mejorar su nivel de ingresos, teniendo en cuenta que el precio aún era bajo si se mostraba a los consumidores la calidad de los productos.

- **FUNDEHUMANO:** Aparte de las labores llevadas a cabo con la Fundación BIMA y sus asociados, Fundehumano trabajó en los municipios de Cali, Yumbo, Tuluá, Palmira y Pradera en el programa Frutos para la Paz. Este programa insertaba a 300 campesinos de los municipios mencionados y su fin era promover la cadena hortofrutícola en la región.
- **ECOCERT:** Es una organización francesa creada en 1991, en Colombia lleva 16 años (al 2014), y sus principios de trabajo tienen que ver con la agricultura ecológica, con el fin de mejorar la eficiencia biológica y productiva⁹¹. ECOCERT creó un programa de comercio justo llamado “intercambios solidarios y responsables (ISR)”, el cual tiene el objetivo de mejorar los ingresos de las poblaciones pobres de la zona rural.
- **ASOPROSAN:** La Asociación de Productores de San Cayetano (AOPROSAN) fue creada en el año 2003 apoyada por el programa Misión Rural, sus actividades principales tienen que ver con ventas empresariales, transferencia técnica y sistema de acopio vereda para llevar los productos a Bogotá.
- **ASOCAESH:** Es la Asociación de Productores de Café del Sur del Huila. En el 2002 tuvo su primera experiencia de exportación a Europa. Sus productos en su mayoría son de tipo orgánico en la actualidad. ASOCAESH ha sido orientada en los procesos de producción mediante capacitaciones gratuitas por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Además se concientizó a la población campesina acerca de la erradicación de cultivos ilícitos, gracias a los programas “Familias guardabosques y contra los

⁹¹ Como la preservación de la biodiversidad, el ciclaje de nutrientes, la optimización del uso de los recursos locales y el aprovechamiento del conocimiento tradicional, entre otros aspectos.

cultivos ilícitos” y por la “Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito”

- **OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO:** Tiene convenios con las importadoras de productos de comercio justo, los cuales les permite orientar a los productores pequeños acerca de qué y cómo producir productos exitosos en el comercio justo⁹². En el 2008 ya habían 25.000 beneficiarios y 600 familias involucradas en proyectos de comercialización con la ayuda de estos programas.
- **CARREFOUR COLOMBIA:** Aunque en la actualidad CARREFOUR COLOMBIA no está en la cadena de supermercados del país ha colaborado en grandes magnitudes en la venta de productos de comercio justo en sus almacenes. Y mientras estuvo en Colombia vendió productos de comercio justo, además de que participó en la ayuda a capacitaciones de sello ecológicos que permitiera productos de alta calidad.
- **CAFAM:** Institución que cuenta con un programa llamado “Exporta YA” el cual permite que productos como el café, las artesanías y las joyas puedan comercializarse en sus almacenes bajo el sello FLO.

Actualmente son veinticinco (25) las organizaciones que están ayudando a que el comercio justo funcione, estas se dividen en cooperativas y asociaciones, cuyo fin es prácticamente el mismo. Estas organizaciones se dedican a reunir los productos certificados por Fair Trade bajo el sello FLO, para dárselos a la comercializadora y que sean exportados. Estas Cooperativas y Asociaciones reúnen un grupo de productores de su sector y aglomeran los productos bajo las diferentes características que existen. Estas organizaciones se vinculan con comercializadoras, y las comercializadoras son las encargadas de hacer contacto con las importadoras de productos con sello FLO de comercio justo.

⁹² El área de influencia de estos programas está circunscrita a las zonas de fronteras agrícolas, zonas de amortiguación y ecosistemas estratégicos. Entre éstos se encuentran Chocó, Antioquia, Meta, Caquetá, Cauca, Caribe, Catatumbo, Magdalena medio, Nariño, Tolima, Guaviare, Arauca.

3.1.1 Asociaciones y cooperativas de comercio justo en Colombia⁹³

En el cuadro 5 vemos las organizaciones de productores certificados en Colombia en el sello Fair Trade. Estas organizaciones están divididas entre Asociaciones y cooperativas, las cuales tienen asociados que se caracterizan por ser pequeños productores.

Cuadro 5: Organizaciones en Colombia con comercio justo

NOMBRE CORPORATIVO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
ASOPROBAN	Asociación de pequeños parceleros y de pequeños productores de banano	Santa Marta
CRIDEC	Federación campesina del Cauca	Popayán, Cauca
FCC-FANAL	Federación campesina del Cauca	Popayán, Cauca
CENCOIC	Central cooperativa Indígena del Cauca	Popayán, Cauca
APCO	Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte	San-gil-Santander
GRUPO ASSOCIATIVA LA ESPERANZA	Grupo la Asociativa la Esperanza	Campoalegre, Huila
ASOPECAM	Asociación de Pequeños Caficultores la Marina	San Cayetano, Cundinamarca
APECAFÉ	Asociación de Pequeños Caficultores de Quindío	Oporapa- Huila
ASPROSUCRE	Cooperativa del sur del Cauca Cosurca	Sucre-Cauca
RED ECOLSIERRA	Red de productores Ecológicos de la	Galicia- Santa Marta
COIMPROBAL, DISTRITO BALBOA	Coimprobal, distrito Balboa	El Borod, Cauca
SOCOPRAC	Cooperativa de producción Agropecuaria del Pueblo Bello	Cali-Valle del Cauca
COOPERATIVA DE CAFICULTORES DE AGUADAS	Cooperativa de Caficultores de Aguadas	Aguadas - Caldas
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ORGÁNICOS NUEVO FUTURO	Asociación de productores orgánicos nuevo futuro	Popayán, Cauca

Tabla elaborada por la autora: en base al cuadernillo 38 de IICA.

3.1.2 Comercializadora de café fair trade en Colombia

En Colombia solo existen una Comercializadora de productos de comercio justo, esta es EXPOCAFÉ⁹⁴. Quién con la ayuda de la Federación de Cafeteros exporta los productos previamente reunidos por las cooperativas y asociaciones, es de notar que solo es para el Café, lo que muestra que Colombia no participa

⁹³ Estas asociaciones y cooperativas no solo exportan con el sello de comercio justo, también exportan con otros sellos y en otros casos productos sin ninguna certificación.

⁹⁴ La información de EXPOCAFÉ es una recopilación de la autora de la página principal de EXPOCAFÉ. Disponible en: <http://www.expocafe.com/>

activamente en los demás productos que se pueden certificar como comercio justo. Es por esto, que se hablaron de veinticinco organizaciones de las cuales solo se tomaron en cuenta dieciséis (Cuadro 5), esto, por ser las que tienen que ver con café con sello de comercio justo. Aunque existen exportadoras de productos como el cacao, el banano (frutas), joyas, entre otras. Es muy difícil conocer su funcionamiento porque no están organizadas en asociaciones o cooperativas como si lo están los productores de café, por tanto no aparecen en las bases de datos.

Los productos que EXPOCAFÉ exporta están en, la región Norte (Magdalena, Guajira, Cesar), región Este (Norte de Santander, Santander, Boyacá y Cundinamarca), Región central (Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca) y en la región Sur (Tolima, Huila, Cauca y Nariño). EXPOCAFÉ no solo exporta productos con sello FLO. Los productos que exportan pueden certificarse mediante siete sellos; RAINFOREST ALLIANCE; UTZCertified: coffee; FAIR TRADE; FAIR TRADE CERTIFIED; USDA ORGANIC, JAS Y SELLO DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA.

Los sellos de Comercio justo son Fair Trade y Fair Trade Certified (Los cuales se diferencian por su calidad), los departamentos que están avalados para trabajar bajo estos sellos, es decir, que poseen el sello FLO son: Antioquia, Risaralda, Caldas, Valle del Cauca, Tolima, Cauca Santander y Huila.

3.2 PRODUCTORES DE PAZ Y CON SELLO DE FAIR TRADE

El cuadro 6 resume cuales son las organizaciones (entre cooperativas y asociaciones) que tienen en su gama de producción, productos bajo el sello de comercio justo diferentes al café.

Cuadro 6: Asociaciones y cooperativas con sello de comercio justo diferente a café

NOMBRE CORPORATIVO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
AGROFAIR	Importadora de bananos Fair Trade	
OCCCA	Organización campesina y caficultura del	El Carmen de Atrato, Chocó
COSURCA	Cooperativa de caficultores del Sur	Cauca
CHOCAGUAN	Exporta Chocolate con clavos y canela	
COOPDESAM	Exporta tomate de mesa a granel y por	
ASOHECA	Caucho para industria procesadora	
RES ECOLSIERRA	Miel de abejas de la Sierra	
ASOCALIMA	Frijol calima y radical	
ASOGECC	Yogurt ecológico con frutas, entre otros	

Tabla elaborada por la autora, recopilación de información Cuadernillo 38 del IICA.

3.3 UN POCO MÁS ACERCA DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES CERTIFICADAS CON COMERCIO JUSTO⁹⁵

Con la intención de conocer si en verdad el comercio justo genera impacto en la calidad de vida de los pequeños productores nos preguntamos ¿Qué opinan los productores acerca de la influencia que ha tenido para ellos el comercio justo? Para el caso de Colombia son muy pocas las organizaciones, como se había mencionado son solo veinticinco. Contando, asociaciones, cooperativas y la comercializadora. Con el fin de conocer la percepción que tienen las organizaciones de comercio justo en Colombia se realizó una Encuesta acerca de los impactos en la comunidad y en los mismos productores.

3.4 OTROS PRODUCTOS QUE COLOMBIA EXPORTA CON SELLO DE COMERCIO JUSTO

El cuadro 7 muestra otros productos con sello FLO que Colombia comercia en el extranjero, el problema es casi ninguno excepto el café y el banano (el último con

⁹⁵ En el cuadernillo 38 del IICA estaban estas 25 organizaciones y además muchas de ellas contenían información de contacto, como gerentes, direcciones y números de teléfono.

solo una asociación) tiene organizaciones que los representan y contactan con más eficiencia las empresas que desean importar estos productos. Actualmente en el mundo se exportan de mil ciento cuarenta y ocho (1148) productos con sello de comercio justo, Colombia posee de estos Cuatrocientos treinta y seis (436), y hay que tener en cuenta que Colombia debería ser un país con más impactos en la agricultura, debido a que posee cantidades grandes de áreas cultivables y tiene bastante mano de obra para trabajar en estas labores. Y esto es así porque los medios de comunicación, el ministerio de Agricultura e incluso las mismas federaciones de las diferentes dependencias de la agricultura no se han tomado la molestia de difundir qué es y qué impacto genera producir con comercio justo. Es por esto que la única rama más o menos consolidada es la del café.

Cuadro 7: Productos que Colombia exporta con sello de comercio justo

ESTADO: MARZO DE 2014		
CATEGORÍA	PRODUCTOS*	NÚMERO DE SUBPRODUCTOS
AZÚCAR	Azucar de Caña	8
CEREALES	La quinua	2
CACAO	Cacao	10
CAFÉ	Arábica coffee y Café Robusta	8
ALGODÓN	Algodón	4
FLORES	Flores y Plantas, y plantas ornamentales	4
FRUTAS	Acai, manzanas, albaricoques, aguacates, bananos, grosella, pomelo zumo, mangos, melón, sandia, naranjas, peras, physalis, piña, platano, granadilla, frambuesa, grosella y fresas.	133
METALES PRECIOSOS	Oro, Platinum y plata	6
HIERBAS Y TÉS	Manzanilla, Cardamomo, canela, clavo, jengibre, hierbas y especias, hierba fresca, hierba seca, hibicos, mace, casa de la moneda, nuez moscada, pimienta, azafrán, cúrcuma.	40
MIEL	Miel	3
NUECES	Almendras, los anacardos, macadamia, cacahuets, nueces.	72
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	Cocos, semillas de sésamo, y soja	13
PREPARADOS Y CONSERVAS DE FRUTAS Y VERDURAS	Pulpa de acai, pulpa de carambola, cerezas secas, jugo de toronja, concentrado de guayaba, pulpa de guayaba, concentrado de limón, jugo de limón, jugo de mandarina, pulpa de mango, jugo de naranja, zumo de fruta de la pasión, jugo de piña, ciruelas secas, pasas y tomates secados	42
BALONES DEPORTIVOS	Balones deportivos	1
TÉ	Té Camellia	7
VERDURAS	Alcachofa, espárragos, maíz de bebe, frijoles, remolacha, brócoli, repollo, zanahoria, yuca, coliflor, apio, chard, pepino, berebena, ajo-allium, gherkin, leek, lechuga, cebolla, palmino, pepper, legumbres, calabazas, rábano, shallot, espinaca, squash y batatas.	83
	TOTAL	436
*Cada producto a su vez tiene subproductos que dependen del tipo de producción han que son sometidos los productos; por ejemplo de tipo convencional, orgánico, natural, etc. Además de la utilización de cada producto.		

Recopilación de información realizada por la autora: Fuente para recopilación de datos: http://www.fairtrade.net/price-and-premium-info.html?no_cache=1&tx_zwo3pricing_pi1%5BproductType%5D=0&tx_zwo3pricing_pi1%5Bcountry%5D=47&tx_zwo3pricing_pi1%5Bsubmit_button%5D=lr

3.5 ENCUESTA A ORGANIZACIONES DE CAFÉ CON COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA

El principal objetivo del comercio justo es generar impactos en las vidas de los campesinos más pobres que viven en condiciones de pobreza y en lugares alejados de la zona urbana. Estos pequeños productores tienen una característica y es que ellos pueden acceder a la prima de comercio justo siempre y cuando tengan menos de 5 hectáreas cultivadas en el producto que van a certificar por Fair Trade (Certificadora del Sello FLO). De esta manera se quiso realizar una encuesta a los productores de productos de comercio justo en Colombia con el fin saber si genera o no el comercio justo impacto en el mejoramiento de la calidad de vida de estas familiar campesinas.

Se le realizaron modificaciones a la encuesta inicial debido a que a medida que se iban haciendo las encuesta se pudo percatar el hecho de que eran las asociaciones y cooperativas las que en verdad podrían responder las preguntas realizadas en la encuesta, ya que estas organizaciones aglomeran diferentes números de pequeños productores con el fin de que la organización reuniendo los producidos de los pequeños productores entreguen todo el producido a organizaciones más grandes las cuales se encargan previamente de contactar con importadores de otros países que requieran los productos con Sello FLO.

3.5.1 Encuesta⁹⁶ a productores de comercio justo en Colombia

Se realizó una encuesta inicial⁹⁷ la cual se modificó porque a medida que se iba realizando se pudieron notar variables no contempladas y otras que se contemplaban de manera incorrecta. De las 9 encuestas realizadas⁹⁸, una de ellas pertenecía a una asociación ubicada en el departamento de Santander, Municipio

⁹⁶ Anexo 2 Encuesta final

⁹⁷ Anexo 1. Encuesta Piloto

⁹⁸ La Encuesta se esperaba que tuviera respuesta de las 16 organizaciones, pero debido a problemas de contacto se le realizó sólo a 9 de ellas. Teniendo en cuenta, también que del grupo de 25 solo se seleccionaron las que se dedican a la producción de café (9), por ser este el de mayor impacto en la producción de mercancías con comercio justo en Colombia.

de Charala, vereda Ocamonte. Esta Asociación es la representación de los pequeños Caficultores de OCAMONTE. Su gerente actualmente es Carmen Pereira quién me concedió una cita con ella, en la cual se pudieron evidenciar las diferentes prácticas de los productores para avalar sus productos con el sello de comercio justo, además de conocer diferentes parcelas y hablar con algunos productores que certifican por experiencia propia la mejoría que han tenido desde que están produciendo con el sello FLO.

La encuesta consta de un total de 6.479 pequeños productores de café con Sello de comercio justo (FLO) representados en ocho organizaciones. Inicialmente se había dicho que iban a ser 9 organizaciones encuestadas, pero al realizar las encuestas una de ellas EXPOCAFÉ es una comercializadora por tanto, no pudo responder acerca de los impactos del comercio justo en los pequeños productores. La encuesta consta de doce preguntas realizadas a las asociaciones o cooperativas que recogen entre ellas a los 6.479 pequeños productores de comercio justo.

Las organizaciones encuestadas fueron:

- Central Cooperativa Indígena del Cauca: CENCOIC
- Asociación de Pequeños Caficultores del Corregimiento de la Marina: ASOPECAM
- Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte: APCO
- Asociación de pequeños productores de Café Ingruma: ASPROCAFÉ
- Cooperativa Alto Occidente de Caldas
- Cooperativa de Caficultores de Aguadas
- Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle del Cauca: CAFICENTRO
- Red de Productores Ecológicos de la Sierra Nevada de Santa Marta. REDECOLSIERRA

Se les preguntó a las ocho organizaciones acerca de cómo se habían enterado del comercio justo, de las cuales seis contestaron que mediante la Federación

Nacional de Cafeteros, una contestó que mediante una ONG llamada MAX HAVELAAR⁹⁹ y la otra que mediante gestión de mercados, lo curioso en esta pregunta es que una de las opciones era el Ministerio de Agricultura así que se preguntó acerca de la vinculación del Ministerio y siete de las organizaciones dijeron que no ha tenido contacto con ellos para programas de comercio justo, solo una dijo que sí, porque se habían logrado conseguir proyectos de desarrollo e inversión a las familias asociadas.

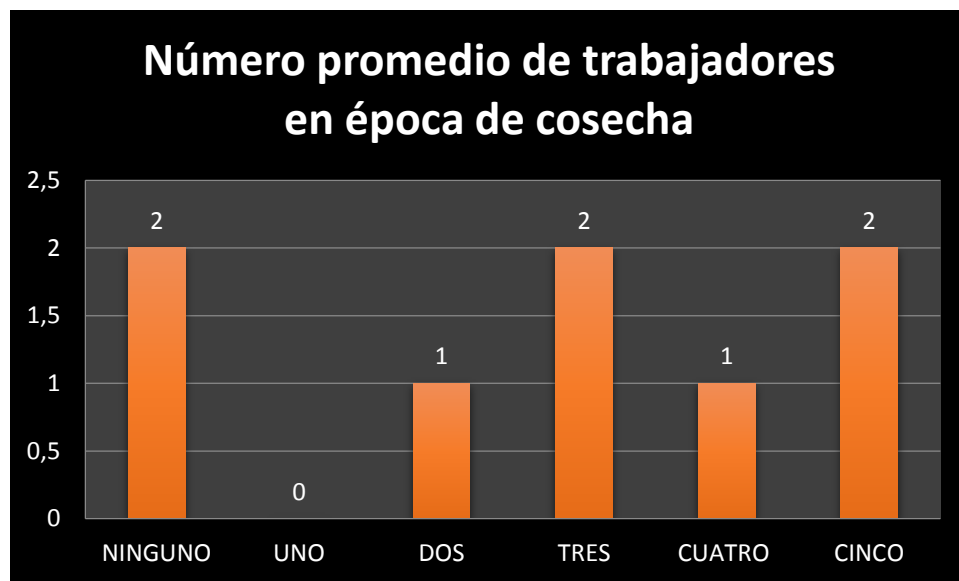
Después de enterarse de los programas la Federación se encargó de darles charlas informativas y capacitaciones que les permitieran saber las características de los productos con comercio justo. Las ocho organizaciones se fundaron en años diferentes y una de las más antiguas es APCO, con veinte años de antigüedad y certificándose con Fair Trade. Las ocho organizaciones cumplen con metas de producidos para la Federación de Cafeteros y Expocafé.

Ya se había mencionado acerca de la importancia no solo de exportar productos de comercio justo, también se hablaba de que se debía generar conciencia en los países en desarrollo y venderse los productos en las comunidades, de las ocho organizaciones encuestadas solo tres venden el café con las prácticas de comercio justo en su comunidad, aunque no les colocan el sellos FLO en los empaques; lo cual no permite que al interior de las ciudades se propague qué es el comercio justo y el por qué todos deberíamos contribuir en la compra de estos productos. Además, no son las asociaciones las que venden, son los algunos de los pequeños productores por lo que no se vende grandes cantidades de café. Las organizaciones confirman que son muy pocos los productores que venden café a la comunidad dos o tres de cada organización lo que no genera ningún tipo de impacto con los productos de comercio justo al interior del país. A pesar de que las ocho organizaciones esta certificadas por FLO y podrían formar tiendas de café de comercio justo, esto no se hace.

⁹⁹Fairtrade / Max Havelaar es un movimiento internacional que incluye a las organizaciones no gubernamentales y representantes de Productores.

También se preguntó en la encuesta acerca del número promedio de trabajadores que tenía cada productor, a lo cual todas las organizaciones contestaron que solo contrataban trabajadores en épocas de cosecha y que incluso a veces no se contrataban porque era un trabajo familiar. La gráfica número 2 muestra el número promedio de trabajadores en época de cosecha.

Gráfica 2: Número promedio de trabajadores en época de cosecha



La mayoría de los productores pagan por kilo de café recogido, otros por jornal. Pero esto depende de a como este en ese momento el precio del café.

Se les preguntó a las organizaciones acerca de la prima de comercio justo, siete de las organizaciones les parece justa y solo a una de las organizaciones le parece muy poca. También se les preguntó si esa prima de comercio justo genera algún impacto en las comunidades, lo cual todas respondieron que sí, debido a que ellos están obligados a regular queE con la prima de comercio justo se hagan proyectos sociales y se arreglen las fincas de los pequeños productores. Siete de las organizaciones sienten que no solo ha mejorado la calidad de vida de los pequeños productores sino que también se ha visto favorecida la comunidad en general.

Se puede evidenciar que en general el comercio justo es positivo debido a que mejora la calidad de vida de los que se involucran en él y además también de los que está alrededor de él. Pero, falta participación del Gobierno Nacional ya que esta iniciativa no es de los países en desarrollo, sino que es una iniciativa de los países desarrollados para ayudar a reducir los niveles de pobreza en los países más pobres del mundo. Es así como siete organizaciones no se sienten respaldadas por el gobierno nacional. Además tres de estas organizaciones sienten que el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos puede resultar siendo una amenaza para la producción de café, ya que la reducción de precios según ellos recae casi siempre en los pequeños productores.

A continuación se mostrara un caso de estudio en una de las organizaciones encuestadas: La Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte: APCO. Certificados por Fair Trade desde hace ya 20 años.

3.5.2 Caso de estudio: Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte: APCO

La Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte: APCO, está ubicada en el municipio de Ocamonte, Provincia Guanéntina del Departamento de Santander, Colombia. Su economía se basa principalmente en actividades agropecuarias de cultivos de café bajo sombras de árboles diversos, caña panelera, Maíz, yuca, ganadería doble propósito, porcinos y aves de corral principalmente.

3.5.3 Antecedentes de APCO

“En 1994 el Comité Departamental de Cafeteros de Santander nos motivó a través de los técnicos de extensión para organizarnos y crear la persona jurídica y fue así como el 4 de mayo de ese años nació la Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte (APCO); lo cual tuvo lugar con una reunión desarrollada en el salón comunal de la vereda Hatillo, donde contamos con el apoyo y asesoría de la entidad ya mencionada y otras como la Cooperativa de Cafeteros del Sur de

Santander, (hoy Cooperativa de Caficultores de Santander), Expocafé e inspectores de Max Havelaar (hoy FLO), con quienes en esa fecha, ya constituida la Asociación iniciamos la realización de nuestro sueños de comercializar nuestro café a un mejor precio”¹⁰⁰

A partir de la asociación la comunidad fue creando diversos programas con el fin de mejorar la calidad de vida de los productores de café en la vereda de Hatillo, por medio de iniciativas adicionales como producción de alpargatas (las cuales las hacen las mujeres, cuando el café no está en cosecha), también en 1997 cuando les llega el primer incentivo por la venta de café de comercio justo se mejoran las fincas de los pequeños productores y se crea una micro-mercado en donde consiguen toda clase de productos a costos bajísimos.

Proyectos que se han ejecutado a lo largo de la organización:

- Creación de grupos CADESOC¹⁰¹, años 80 y 90.
- Microempresa de cotizas años 90.
- Producción de Comercio equitativo en enero de 1995.
- Producción de café de Comercio justo en Marzo de 2001.
- Proyecto de mejoramiento de la dieta alimenticia a través de la implementación de huerto casero, plantas aromáticas, gallinas ponedoras y pollos de engorde, con suplemento alimenticio.
- Fomento a la vaca lechera¹⁰².
- Programas de Salud.
- Obras para el bienestar de las familias y la comunidad en general como puentes peatonales, aulas para restaurantes escolares, convenios con la

¹⁰⁰ Documentos proporcionados por Carmen Pereira: Presidenta de APCO, “Reseña histórica de la Asociación” Documentos que se pueden descargar de la página principal de la Asociación.

¹⁰¹ Programa de Complemento Alimenticio, Desarrollo Económico y Social, se crea con el fin de dar asistencia técnica en el cultivo de café. Quienes participaban en el programa recibían una canasta básica de alimentos y pagaban el 20% de su costo, estos recursos se fueron a un fon comunitario, el cual ejecuto el proyecto del micro-mercado antes mencionado.

¹⁰² Este proyecto consistió en dar una vaquita a cada productor y garantizar que se pudieran proveer ellos mismos de leche y sus derivados.

administración municipal para mantenimiento de vías y apoyo a una microempresa de tostión del café.

3.5.4 APCO¹⁰³ hoy

La asociación ha organizado y desarrollado los siguientes proyectos (estos son los vigentes en este momento), fruto de la buena administración de los recursos girados por sobreprecios del Café exportado:

- Proyecto de capacitación en gerencias empresarial y economía solidaria.
- Educación en producción de café sostenible y orgánico.
- Primeros auxilios, manejo de riesgos de incendio y catástrofes.
- Producción de café FLO y FLO- ORGANICO.
- Proyectos de Mejoramiento de viviendas de asociados.
- Proyectos de Mejoramiento de beneficiaderos ecológicos de café.
- Incentivos a la renovación de café.
- Auxilios de solidaridad por calamidad doméstica, bonos o becas estudiantiles.

La prima de comercio justo no se les da directamente en efectivo a los pequeños productores sino que los ingresos se utilizan en dichos proyectos, además la asociación realiza programas que permiten mejorar la productividad de los cafetales, la calidad del grano y también mejoran la calidad de vida del asociado y de su familia. Otros de los proyectos tienen que ver con mantener buen acceso en las vías y con esto se facilita el transporte del café.

El cuadro 8 parte de información suministrada por APCO, la cual tiene como título original “Evolución del número de asociados, has de cultivo y cantidad de productos ofertado” APCO tiene sellos FLO en café normal y en café orgánico, lo cual muestra la tabla.

¹⁰³ La Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte (APCO) es una organización sin ánimo de lucro, constituida por Acta 1994-05-04 de la Asamblea General de Asociados, inscrita bajo el número 4165 del Libro 1 de las entidades sin ánimo de lucro de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el 12 de agosto de 1998, identificada con el Nit. No. 804.007.655-5.

Cuadro 8: Producción de café con sello FLO por APCO

AÑO	ASOCIADOS								
	FLO ORGÁNICO			FLO			TOTAL		
	No de agricultores	Has de Café	Producción en Kilos	No de agricultores	Has de Café	Producción en Kilos	No de agricultores	Has de Café	Producción en Kilos
2001	31	60,42	72625	48	97,17	124188	79	157,59	196813
2003	46	84,64	104750	87	164,72	202937	133	249,36	307687
2004	88	161,45	197938	110	208,42	245875	198	369,87	443813
2006	101	183,21	224188	115	203,79	235625	216	387	459813
2007	106	191,54	232813	126	231,42	252875	232	422,96	485688
2008	80	147,22	180500	152	269,14	328500	232	416,36	509000
2009	95	175,4	212406	154	258,88	301916	249	434,28	514322
2010	85	157,95	185125	157	264,39	262625	242	422,34	447750
2011	90	168,57	187875	154	256,57	225125	244	425,14	413000

Fuente: APCO

El Municipio de Ocamonte tenía en 2011 1146 caficultores, 1556 Fincas y 1004,91 has de café. Hoy en el 2014 APCO tiene 260 miembros de la asociación y en el 2013 produjo 245.608 kilos de café FLO y 121.608 de FLO ORGÁNICO, para un total de 367.2166 la más baja desde 2003. La entrevista en detalle con la Presidenta de la Asociación se podrá ver en el anexo 3.

4. CONCLUSIONES

Los países en desarrollo han atravesado por un proceso desigual en el que no han podido extraer los beneficios que se debieran del comercio internacional. Esto, inicialmente debido a que la división internacional del trabajo trajo consigo disparidades económicas para los países en desarrollo.

A pesar de que se han creado algunos programas con el fin de ayudar a los países en desarrollo, tales como el Consenso de Washington, la Ronda de Uruguay y la Ronda de Doha estos no tuvieron el impacto que en verdad deberían haber tenido; esto por falta de compromiso de las partes involucradas, principalmente los países desarrollados. Adicional a esto, es de mencionar el papel que han jugado instituciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial e incluso la Organización Mundial del Comercio, las cuales han frenado por medio de sus recomendaciones políticas y económicas a los países en desarrollo para alcanzar los beneficios derivados del comercio internacional.

A pesar de que el comercio justo está pensado para alcanzar mejores condiciones de vida para quienes lo conforman, hace falta apoyo del gobierno para que los pequeños productores por medio de algunas organizaciones logren integrarse en este programa. Además, las certificaciones Fair Trade resultan muy costosas para que los pequeños productores las lleven a cabo con facilidad. Teniendo en cuenta que esas certificaciones son anuales por lo que la renovación lleva consigo gastos que debiera ayudar a suplir el Ministerio de Agricultura por medio de programas de ayuda a los participantes del comercio justo.

El comercio justo pudiera ser mejor aprovechado por los pequeños productores si se les dieran ayudas como: mejoramiento de vías para sacar sus productos de las fincas, subsidios en épocas de lluvias (debido a que sus cosechas sufren grandes impactos). De esta manera se puede concluir que el comercio justo es una buena

alternativa de desarrollo económico pero necesita más difusión, debido a que el comercio justo contempla 1148 subproductos, pero Colombia tiene Sello en 436 que pudieran parecer muchos, pero como se mostró a lo largo de este trabajo solo el café que cubre ocho de estos subproductos está medianamente organizado para aprovechar este beneficio. El resto de supuestos productos con sello FLO no tienen organizaciones que los regulen por lo tanto no se puede saber quiénes y en qué cantidad lo aprovechan verdaderamente.

Hace falta difusión de información con el fin de que el comercio justo pueda ser aprovechado por más organizaciones y también hay carencia de venta de productos con sello FLO al interior del país.

5. RECOMENDACIONES

Con el fin de aprovechar los beneficios derivados del comercio justo, el gobierno nacional debería plantear un programa de ayuda para las asociaciones y cooperativas que se organicen recogiendo cierta cantidad de pequeños productores. Al menos, se le debería garantizar a los que ingresan para obtener el sello FLO que las primeras certificaciones las va a cubrir el gobierno nacional. También deberían dar una prima adicional a los productos, pero no desembolsara, sino crear un fondo de riesgos, en el cual se pueda tener en cuenta el riesgo de lluvias o sequias que puedan dañar los cultivos.

El Ministerio de Agricultura, también por medio del Banco Agrario debería tener tasas de interés especiales y subsidios por parte del gobierno para las asociaciones y cooperativas que quieran pertenecer y que ya pertenezcan al comercio justo.

Por medio de las federaciones de los productos agrícolas, debiera informarse, así como lo hizo la Federación Nacional de cafeteros, con el fin de aprovechar la alta gama de productos que se pueden comerciar con sello de comercio justo.

Los medios de comunicación deberían mostrar al interior del país, qué es el comercio justo, como acceder a programas que lo involucren. Y además, concientizar a los consumidores de lo que es el sello FLO y lo que ayuda a los pequeños productores. De esta manera se crearían tiendas en zonas estratégicas con el fin de no solo exportar.

El gobierno debería ayudar a dar reconocimiento a Colombia, como un país exportador de productos con sello de comercio justo, con el fin de ser preferidos nuestros productos en los países desarrollados. Y también, se podrían dar capacitaciones a los pequeños productores para que sus productos sean de alta calidad y la prima de comercio justo por tanto aumente.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACTIVIDAD CULTURAL DEL BANCO DE LA REPÚBLICA. La globalización. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo34.htm>
2. Anuario de Comercio justo 1998-2000. Globalización y liberalización. [En línea] [09 de Abril de 2014]. Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/2000/>
3. AYALA, E. José. Instituciones y economía: una introducción al neo-institucionalismo económico. Editorial: Fondo de cultura económica. México. Primera edición. 2000. ISBN: 968-16-5868-X. 397P.
4. BARRAT, B. Michael. Comercio justo, Comercio Injusto: Hacia una nueva cooperación internacional. Editorial: ICARIA, Barcelona, España. Primera edición. 1998. ISBN: 84-7426-346-8. 111P.
5. CASILDA, B. Ramón. América Latina y el Consenso de Washington. Boletín Económico ICE No 2803. DEL 26 DE ABRIL AL 2 DE MAYO DE 2004.[En línea]. [20 de Diciembre de 2013]. 38P. Disponible en: http://rosaliasuarez.edu.co/wp-content/uploads/2013/09/America_Latina_y_el_consenso_de_Washington.pdf
6. COMERCIO NO AYUDA. [En línea]. [15 de Febrero de 2014] Disponible en: <http://www.eurosur.org/EFTA/sumario.htm>
7. DOUGLASS C. North. Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Editorial: Fondo de Cultura Económica. México. Primera edición. 1995 ISBN: 968-16-3982-0. 190P. Traducción de Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University. Press, 1990.
8. ENCICLOPEDIA FINANCIERA. Escuela Económica Neoclásica. [En línea]. [10 de Diciembre de 2013] Disponible en: <http://www.encyclopediafinanciera.com/teoriaeconomica/economia-neoclasica.htm>

9. [En línea]. [15 de Abril de 2014]. Disponible en: <http://www.expocafe.com/>
10. [En línea]. [Marzo de 2014]. Disponible en: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2011-07-01_Geographical_Scope_policy_EN.pdf
11. [En línea] [Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/estandares.html>
12. ESTRADA, Fernando y DÍAZ, Natalia. Costos de transacción, externalidades e innovación. Munich Personal RePEc Archive. Universidad Externado de Colombia, 2014. 23P.
13. ESTRADA, Fernando. Antinomias del Capitalismo: una reseña sobre el malestar de las globalización de Joseph Stiglitz. Munich Personal RePEc Archive. Universidad Externado de Colombia, 2014. 9P.
14. ESTRADA, Fernando, PATIÑO, Gonzalo y PULIDO Antonio. Economía del desarrollo y calidad de vida: Estudio regional para Santander, Colombia. Munich Personal RePEc Archive. Universidad Externado de Colombia, 2014. 269P.
15. FAIRTRADE / GLOBESCAN. Segunda Encuesta Global sobre Comercio justo Comercio justo, Fair Trade. [En línea]. [12 de Abril de 2014] Disponible en: <http://www.comerciojusto.cl/segunda-encuesta-global-sobre-comercio-justo-fairtrade-globescan/>
16. FRENCH y GRIFFIN. Comercio Internacional y política de desarrollo económico. Editorial: Fondo de Cultura Económica, México. Primera edición, 1966. 320P.
17. GONZÁLEZ, G. Andrés y GONZÁLEZ V. Núria. Presidente de la Coordinadora Estatal de Comercio justo 2006-2009 y Presidenta de la Federación SETEM. Informe de Comercio justo 2009. [En línea]. 92P. [09 de Abril de 2014.]. Disponible en: http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/001-Libro2-COMERCIO JUSTO2009_9.pdf

18. GUTIERREZ, B. Leonardo. Economía Internacional: Fundamentos teóricos e históricos. Editorial: Universidad Autónoma de Colombia. Sistema universitario de investigaciones. Santafé de Bogotá, Colombia, 173P.
19. HISTORIA UNIVERSAL. Revolución Industrial. [En línea]. [20 de Diciembre de 2013]. Disponible en: <http://www.historialuniversal.com/2010/09/revolucion-industrial.html>
20. IEC (Informe Económico de Coyuntura), Análisis global. N° 268 - Octubre 2006 - AÑO 25. Disponible en: <http://www.consejo.org.ar/publicaciones/iec/iec268/analisis.htm>
21. Informe de Solidaridad Internacional. La alternativa a la explotación del Sur. 2003. Esta encuesta de Solidaridad se realizó en Abril del 2001, a 500 persona en Madrid, Barcelona y Valencia. [En línea]. 9P. [01 de Abril de 2014] Disponible el 01 de Abril de 2014 en: <http://solidaridad.org/index.php/mod.pags/mem.detalle/id.72/relcategoria.1096>
22. INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN DE LA AGRICULTURA: IICA. El Comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo. Desarrollo Rural Cuaderno técnico 38. Editorial: IICA. 2008. ISBN: 13:978-929039-869-1. 84P.
23. Intermón, Oxfam. (2006). Los principios del comercio justo. Revista Consumer Eroski. [En línea]. [18 de Febrero de 2014] Disponible en: http://revista.consumer.es/web/es/20061201/actualidad/informe1/70938_3.php
24. KRUGMAN y OBSTFELD. Economía Internacional: Teoría y política. Editorial: Pearson Edicacion. Madrid, España, Séptima edición, 2006. ISBN: 9788478290802. TRADUCCIÓN DE: INTERNATIONAL ECONOMICS: THEORY AND POLICY, 7ED., C2006. 742P.
25. LANDRETH y COLANDER. Historia del pensamiento económico. Editorial: Compañía Editorial Continental S.A. (CECSA), México. Primera Edición, 1998. ISBN: 968-26-1303-5. 524P.

26. LARA, P. Orlando. Consultor. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). EL COMERCIO JUSTO EN EUROPA EVOLUCION, FUNCIONAMIENTO, ESTRUCTURA INSTITUCIONAL Y TENDENCIAS. [En línea]. Octubre, 2010. [06 de Febrero de 2014]. 37P. Disponible en: http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1158330509_219_comercio_justo_europa.pdf
27. LEGISCOMEX. Banco de Conocimientos. Teorías del Comercio Internacional. [En línea] 2011. Extraída de Recursos electrónicos: Base de datos de Ciencias sociales y humanas de la Universidad Industrial de Santander (UIS). Santander, Colombia. [02 de Diciembre de 2013] Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/abccomercio-mercantilismo/abccomercio-mercantilismo.asp?DivMenu=Menu1&DivSubMenu=Menu1>
28. LLISTAR, David. El qué, el quién, el cómo y el porqué del Consenso de Washington. Observatorio del Deuda en la Globalización. Cátedra UNESCO a la UPC. [En línea]. [21 de Diciembre de 2013]. 11P. Disponible en: <http://www.odg.cat/documents/publicacions/CW-David-NOV02.pdf>
29. Mecanismos de COMERCIO JUSTO. Para mayor información acerca de Directrices para la evaluación de los costos de producción sostenible, [En línea] [Marzo de 2014] Disponible en: http://www.fairtrade.net/uploads/media/Guidance_COSP_EN_09-06-2010_Final.pdf
30. MONOGRAFIAS. La Segunda Guerra Mundial. [En línea]. [15 de Diciembre de 2013] Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos/sequemun/sequemun.shtml>
31. Organizaciones de Comercio justo en el mundo. [En línea] [Marzo de 2014] Disponible en: <http://www.fortalecer.com.ar/comercio-justo/organizaciones-de-comercio-justo/>

32. Organizaciones de Comercio justo en el mundo. [En línea]. [30 de Enero de 2014] Disponible en: <http://www.fortalecer.com.ar/comercio-justo/organizaciones-de-comercio-justo/>
33. PINTO, M. Alberto. Encuentro, destrucción y ocultamiento de las indias occidentales: Crónicas del pueblo indio y de otras culturas. Editorial: Ediciones Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga, Colombia. Primera Edición. ISBN: 9789588777610. 577P.
34. RELLO, Fernando y TRÁPAGA Yolanda. Libre mercado y agricultura: Efectos de la Ronda Uruguay en Costa Rica y México. Unidad Agrícola de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). [en línea]. México, D.F. 2001. [21 de Diciembre de 2013]. 73P. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/8/9478/L502.pdf>
35. REQUEIJO, G. Jaime. Economía Mundial: un análisis entre dos siglos. Editorial: McGraw-Hill, Madrid, España. Primera edición, 1995. 379P.
36. ROJAS, R. Jorge. El mercantilismo. Documento de Trabajo 234. Perú. Ediciones Pontificia Universidad Católica del Perú: PUCP, [En línea] 2004. 15p. Disponible en: <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/images/documentos/DDD234.pdf>
37. Recopilación de información por parte del autor del Sistema de Información sobre Comercio Exterior. OEA::SEDI::DDECT. Recuperado de: http://www.sice.oas.org/ctyindex/COL/COAgreements_s.asp
38. SPARR, Pamela. El Banco Mundial, el FMI Y el Comercio. BANK INFORMATION CENTER. IFIs INFO BRIEF. No 3, [En línea] Marzo 2006. 10P. [25 de Enero de 2014] Disponible en: http://www.bicusa.org/wp-content/uploads/2013/01/InfoBrief_Mar2006ES.pdf
39. SELBA.ORG. El papel de las organizaciones internacionales. Disponible en: <http://www.selba.org/EspTaster/Economica/EconomiaGlobal/PapelOrgInt.html>

40. SEN, Amartya. Cambiar las reglas – Comercio, globalización y lucha contra la pobreza. OXFAM internacional. 2002
41. STIGLITZ, E. Joseph. Cómo hacer que funcione la globalización. Editorial: Taurus. Bogotá, Colombia. Primera Edición. 2006. ISBN: 9788430606153. 440P.
42. STIGLITZ, Joseph. El malestar en la globalización. Editorial: Taurus. Bogotá, Colombia. 2004. ISBN: 958-704-010-4. 321P.
43. STIGLITZ, Joseph y CHARLTON, Andrew. Comercio justo para todos: Como el comercio puede promover el desarrollo. Editorial: Taurus, Bogotá, Colombia. 2007. ISBN: 9789587045802. TRADUCCIÓN DE: FAIR TRADE FOR ALL. HOW TRADE CAN PROMOTE DEVELOPMENT. OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2005. 464P.

ANEXOS

Anexo A: ENCUESTA PILOTO

ENCUESTA A ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA
ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES CERTIFICADOS EN COLOMBIA CON EL SELLO DE
COMERCIO JUSTO
TESIS DE GRADO “GLOBALIZACIÓN, COMERCIO INTERNACIONAL Y COMERCIO JUSTO”
ESTUDIANTE DE ECONOMÍA UNIVERDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

1. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:

2. SON USTEDES EMPRESAS DE TIPO EXPORTACIÓN

a) Si

b) No

3. ¿LAS EMPRESAS DE SU ORGANIZACIÓN VENDEN TAMBIÉN
PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN SU PROPIA COMUNIDAD?

a) Si

b) No

4. ¿CÓMO ES EL NOMBRE DEL SELLO QUE LOS IDENTIFICA COMO
PRODUCTORES DE COMERCIO JUSTO?

5. CUANTAS EMPRESAS REPRESENTA O PERTENECEN A LA
ORGANIZACIÓN_____

6. CADA EMPRESA EN PROMEDIO CUANTOS TRABAJADORES
TIENE_____

7. ¿CUÁL ES EL SALARIO PROMEDIO DE LOS TRABAJADORES EN CADA
UNA DE LAS EMPRESAS, INCLUYENDO LAS PRESTACIONES
SOCIALES?

8. ¿CÓMO SE ENTERARON LAS EMPRESAS DE SU ORGANIZACIÓN ACERCA DE LA EXISTENCIA DE UN PROGRAMA LLAMADO COMERCIO JUSTO?

- a) Ministerio de Agricultura
- b) ONGs. ¿cuál? _____
- c) Otro medio. ¿Cuál? _____

9. ¿ESTAN USTEDES SATISFECHOS CON LA PRIMA DE COMERCIO JUSTO QUE SE LE OTORGA A SUS PRODUCTOS?

- a) Si
- b) No ¿Por qué?

10. ¿CREE USTED QUE EL COMERCIO JUSTO GENERA IMPACTO EN LAS COMUNIDADES QUE ESTÁN ALREDEDOR DE LAS EMPRESAS QUE EXPORTAN PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO?

- a) Si ¿Por qué?

- b) No ¿Por qué?

11. ¿HAN MEJORADO LAS EMPRESAS QUE PERTENECEN A LA ORGANIZACIÓN SUS INGRESOS?

- a) Si
- b) No
- c) Permanecen igual

12. ¿LAS EMPRESAS DE SU ORGANIZACIÓN HAN OBTENIDO NUEVOS CLIENTES INTERNACIONALES GRACIAS AL COMERCIO JUSTO?

- a) Si
- b) No
- c) Permanecen igual

13. ¿TIENE ALGÚN COMENTARIO ADICIONAL AL TEMA DE COMERCIO JUSTO?

- a) Si
- b) No

Anexo B: ENCUESTA FINAL

ENCUESTA A ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA
ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES CERTIFICADOS EN COLOMBIA CON EL SELLO DE
COMERCIO JUSTO
TESIS DE GRADO "GLOBALIZACIÓN, COMERCIO INTERNACIONAL Y COMERCIO JUSTO"
ESTUDIANTE DE ECONOMÍA UNIVERDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

1. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:

2. SON USTEDES ORGANIZACIONES TIPO EXPORTACIÓN

c) Si ____

d) No ____ ¿BAJO CUAL ENTIDAD O FEDERACIÓN EXPORTAN?

3. ¿LOS PRODUCTORES DE SU ORGANIZACIÓN VENDEN TAMBIÉN
PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN SU PROPIA COMUNIDAD?

c) Si

d) No

4. EL SELLO DE COMERCIO JUSTO CON EL QUE EXPORTAN ES:

a) FLO ____

b) Otro, ¿Cuál? ____

5. CUÁNTOS PRODUCTORES REPRESENTA O PERTENECEN A LA
ORGANIZACIÓN _____

6. CADA PRODUCTOR EN PROMEDIO CUANTOS TRABAJADORES
TIENE _____

7. ¿CUÁL ES EL SALARIO PROMEDIO DE LOS TRABAJADORES EN CADA UNA DE LAS EMPRESAS, INCLUYENDO LAS PRESTACIONES SOCIALES? (YA SEA PAGO POR DÍAS O POR KILO, ¿A CUÁNTO SE PAGA EL KILO?)

8. ¿CÓMO SE ENTERARON LAS EMPRESAS DE SU ORGANIZACIÓN ACERCA DE LA EXISTENCIA DE UN PROGRAMA LLAMADO COMERCIO JUSTO?

- d) Ministerio de Agricultura__
- e) ONGs. ¿cuál? _____
- f) Federación de Cafeteros ____
- g) Otro medio. ¿Cuál? _____

9. ¿ESTAN USTEDES SATISFECHOS CON LA PRIMA DE COMERCIO JUSTO QUE SE LE OTORGA A SUS PRODUCTOS?

- c) Si
- d) No ¿Por qué?

10. ¿CREE USTED QUE EL COMERCIO JUSTO GENERA IMPACTO EN LAS COMUNIDADES QUE ESTÁN ALREDEDOR DE LOS PRODUCTORES DE COMERCIO JUSTO?

- c) Si ¿Por qué?

d) No ¿Por qué?

11. ¿HAN MEJORADO LOS PRODUCTORES QUE PERTENECEN A LA ORGANIZACIÓN SUS INGRESOS?

- d) Si
- e) No
- f) Permanecen igual

12. ¿HA TENIDO SU ORGANIZACIÓN NUEVOS CLIENTES INTERNACIONALES GRACIAS AL COMERCIO JUSTO?

- a) Si
- b) No
- c) Permanecen igual

13. ¿TIENE ALGÚN COMENTARIO ADICIONAL AL TEMA DE COMERCIO JUSTO?

- c) Si
 - d) No
-
-
-
-
-

14. ¿SE SIENTE SU ORGANIZACIÓN APOYADA POR EL GOBIERNO NACIONAL?

a) Si ¿Por qué?

b) No ¿Por qué?

15. ¿SU ORGANIZACIÓN PIENSA QUE EL TLC FIRMADO OCN ESTADOS UNIDOS PUEDE SER PERJUCIAL PARA LAS EXPORTACIONES DE SUS PRODUCTOS?

a) Si ¿Por qué?

b) No ¿Por qué?

MUCHAS GRACIAS POR LA ATENCIÓN Y LA COLABORACIÓN.

Anexo C: ENTREVISTA CON LA PRESIDENTA APCO

Entrevista con Carmen Pereira¹⁰⁴

Ilustración 1: salón de reuniones de la APCO: con certificado fair trade



PREGUNTA: ¿Sabían los pequeños productores de la Asociación qué es el Comercio justo?

RESPUESTA¹⁰⁵: Sí, a pesar de que son personas en su mayoría de la tercera edad y les ha costado un poco entender que es el Comercio justo, se les han hecho capacitaciones en las cuales han podido entender todo lo que implica el Comercio justo.

PREGUNTA: ¿De cuánto es la prima de Comercio justo otorgada al café?

RESPUESTA: 20 centavos¹⁰⁶ por kilo de café FLO y 30 centavos por el FLO ORGÁNICO.

PREGUNTA: ¿Cuántos productores pertenecen a la Asociación?

RESPUESTA: 250 productores. Los cuáles son productores pequeños sin empleados permanentes, solo se contratan en cosecha y dependiendo de la finca del productor.

¹⁰⁴ PRESIDENTA DE APCO

¹⁰⁵ Las respuestas no están redactadas al pie de la letra y pueden unirse con momentos diferentes de la conversación pero que aluden al mismo tema.

¹⁰⁶ Todos los centavos son de dólar.

PREGUNTA: ¿Quién y cómo se recibe la prima de Comercio justo?

RESPUESTA: La Asociación recibe la prima y por medio de la junta directiva se presenta a la asamblea general un plan de inversión y es en últimas la asamblea quien dice sí o no a un proyecto.

PREGUNTA: ¿Qué tipos de proyectos se han llevado a cabo?

RESPUESTA:

- Puentes peatonales.
- Restaurante escolar.
- Bonos estudiantiles para los hijos de los asociados.
- Proyecto Bovina (el de la vaca lechera).
- Mejoramiento de vivienda, entre otros.

Ilustración 2: Proyectos sociales: Puentes peatonales y mejoramiento de viviendas



La presidenta de APCO Carmen Pereira, afirma que en la vereda cercana se ve la diferencia de los caficultores con sello FLO y lo que no son, debido a que la vereda del lado no tiene el sello FLO por lo tanto no reciben un valor adicional del precio normal del café, por lo que no tienen como ellos la posibilidad de hacer obras sociales. A continuación se mostrara una casa de una finca de una de las veredas cercanas:

Ilustración 3: Vivienda que no tiene prácticas de Comercio justo



También existe una Prima de Calidad, la cual establece que de la prima dada por kilo de café deben sacarse 5 centavos para prácticas medioambientalmente sostenibles las cuáles mejoren la calidad del café evitando cualquier tipo de fertilizantes.

PREGUNTA: ¿Cómo supieron que existía el Comercio justo?

RESPUESTA: Por medio de la Federación Nacional de Cafeteros, los cuales dieron las pautas para poder acceder al Comercio justo. También la señora Pereira afirma que la labor hecha por la Federación de Cafeteros ha sido muy transparente y que todo lo que se les ha prometido se ha venido cumpliendo.

PREGUNTA: ¿Llega a tiempo el pago de la prima por los productos de Comercio justo?

RESPUESTA: Sí, siempre llega a tiempo. Lo que ha permitido no sólo mejorar la calidad de vida de los pequeños productores, también ha incentivado a que los productores cumplan con los requisitos del sello FLO, lo que ha mejorado las buenas prácticas ambientales.

PREGUNTA: ¿Creen que es difícil acceder al Comercio justo?

RESPUESTA: No, con mucha voluntad, hay un arduo trabajo pero si se puede.

PREGUNTA: ¿Hay restricciones para entrar a la Asociación como pequeño productor de café?

RESPUESTA: La norma establecida es que al menos el 50% de la asociación debe estar formada por pequeños productores, los cuales se consideran pequeños por tener menos de 5 hectáreas cultivadas de café. Aunque si un productor más grande quiere entrar lo puede hacer pero no se le deja pasar toda la producción que tenga de café sino solo una pequeña parte.

PREGUNTA: ¿Se sienten ustedes apoyados por el Ministerio de Agricultura?

RESPUESTA: No, la verdad parece que no tuvieron nada de interés en la creación de programas y hay muchas trabas para acceder a beneficios ya existentes.

PREGUNTA: ¿Conoce usted algún programa del Ministerio de Agricultura para los pequeños productores de Comercio justo?

RESPUESTA: No, no conocemos ninguno, ni nos han hecho partícipes de ninguno.

PREGUNTA: ¿Sabe cuáles son los principales países que consumen el café que ustedes producen?

RESPUESTA: Sí, los principales son Estados Unidos, Nueva Zelanda, Noruega, entre otros.

PREGUNTA: ¿Han escuchado de ventas de productos con Comercio justo al interior del país?

RESPUESTA: No, a nosotros nos muestran informes de a que organizaciones o países se venden nuestros productos y ninguno es de Colombia, por lo menos para nuestra asociación.

PREGUNTA: ¿No han intentado hacer tiendas con él café y con sello FLO en los municipios cercanos?

RESPUESTA: No, verdad sería bueno, pero falta orientación y compromiso por ejemplo del gobierno que nos ayude a realizar un proyecto así.

PREGUNTA: ¿Tiene algún comentario o recomendación en la que ustedes creen que podría mejorar el Comercio justo para generar más impacto?

RESPUESTA: Sí, la verdad es que FLO es una certificación algo costosa. Para que un producto salga con esa certificación, se tiene que certificar el productor; la cooperativa como acopiadora y el agente como exportador. La certificación en nuestro caso vale \$4.500.000 y nos parece que el gobierno nos podría ayudar al menos con una parte.

En 2011 por ejemplo gestionamos pro medio del DPS en un programa de fondos rotatorios una ayuda de 18.000.000 de pesos m/cte con el fin de hacer préstamos a los mismos socios de la Asociación, aparte entre todos los socios se recogieron 36.000.000 de pesos m/cte lo que incremento la capacidad de préstamos del fondo. Se les presta a los socios dependiendo de la capacidad de cargas de café que tenga con sello FLO, y se presta al 1% anual, lo cual es una tasa bastante baja y asequible.

Este fondo es bastante regulado y la verdad que ha sido muy efectivo a la hora de que los productores puedan mejorar sus cafetales y sus fincas en general.

Por último la señora Pereira afirma que como está el Comercio justo en cuanto a participantes productores debería quedarse como esta porque si se ampliara más entonces se generaría una competencia que no considera buena para el impacto que debiera generar el comercio justo.

Anexo D: RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA

ENCUESTA A ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO EN COLOMBIA ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES CERTIFICADOS EN COLOMBIA CON EL SELLO DE COMERCIO JUSTO			
Esta encuesta fue realizada a 9 organizaciones, entre asociaciones y cooperativas. Las cuales se caracterizan por tener asociado a ellas un grupo de pequeños caficultores			
Nombre de la organización	EXPORTAN	VENDEN PRODUCTOS EN LA COMUNIDAD	CUÁL ES EL SELLO DE CJ
Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte	SI	NO	FLO
Central cooperativa Indígena del Cauca	SI	NO	FLO
Asociación de Pequeños caficultores de I corregimiento de la Marina	SI	NO	FLO
Asociación de Pequeños Productores de Café	SI	SI	FLO
Cooperativa Alto occidente de Caldas	SI	SI	FLO
Cooperativa de caficultores de AGUADAS	SI	SI	FLO
Cooperativa de caficultores del centro del Valle del Cauca	SI	NO	FLO
RED ECOLSIERRA	SI	NO	FLO
Nombre de la organización	CUANTOS PRODUCTORES HAY EN LA ORGANIZACIÓN	EN PROMEDIO CUANTOS TRABAJADORES TIENE EN COSECHA	SALARIO PROMEDIO DE LOS TRABAJADORES
Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte	250	3	\$240 EL Kilo
Central cooperativa Indígena del Cauca	1500	0	
Asociación de Pequeños caficultores de I corregimiento de	34	0	\$25000 JORNAL
Asociación de Pequeños Productores de Café	1492	0	\$250 El kilo
Cooperativa Alto occidente de Caldas	1473	2	\$400 El kilo
Cooperativa de caficultores de AGUADAS	1344	3	Depende de la cosecha
Cooperativa de caficultores del centro del Valle del Cauca	60	5	Depende de la cosecha
RED ECOLSIERRA	326	5	\$200 El kilo
Nombre de la organización	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN POR LA CUAL SE ENTERARON DEL CJ	ESTA SATISFECHO CON LA PRIMA DE CJ	EL CJ GENERA IMPACTO
Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte	Federación de cafeteros	SI	SI
Central cooperativa Indígena del Cauca	Federación de cafeteros	SI	SI
Asociación de Pequeños caficultores de I corregimiento de	Federación de cafeteros	NO	SI
Asociación de Pequeños Productores de Café	Federación de cafeteros	SI	SI
Cooperativa Alto occidente de Caldas	MAX HAVELAAR	SI	SI
Cooperativa de caficultores de AGUADAS	Federación de cafeteros	SI	SI
Cooperativa de caficultores del centro del Valle del Cauca	Federación de cafeteros	SI	SI
RED ECOLSIERRA	Gestión de mercados	SI	SI
Nombre de la organización	HAN MEJORADO SUS INGRESOS	SE HAN EXPANDIDO INTERNACIONALMENTE	ESTAN APOYADOS POR EL GOBIERNO NACIONAL
Asociación de Pequeños Caficultores de Ocamonte	SI	SI	NO
Central cooperativa Indígena del Cauca	SI	SI	NO
Asociación de Pequeños caficultores de I corregimiento de	PERMANECEN IGUAL	SI	NO
Asociación de Pequeños Productores de Café	SI	SI	NO
Cooperativa Alto occidente de Caldas	SI	SI	NO
Cooperativa de caficultores de AGUADAS	SI	SI	NO
Cooperativa de caficultores del centro del Valle del Cauca	SI	SI	NO
RED ECOLSIERRA	SI	SI	SI