

**VIABILIDAD DEL COMERCIO JUSTO PARA LOS
PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN COLOMBIA**

Luswind Julian García Sandoval

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

Facultad de Ciencias Económicas y Contables

Programa de Economía

Bucaramanga

2015

VIABILIDAD DEL COMERCIO JUSTO PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN COLOMBIA

30 de Noviembre de 2015

Luswind Julian Garcia Sandoval

Lgarcia35@unab.edu.co

Resumen

El siguiente documento busca analizar la posible implementación del Comercio Justo y los efectos esperados para los productores de café colombianos, a través del estudio de casos en los productores de café de algunos países de la región (Bolivia, Ecuador y Perú). Para ello, este documento se divide en cuatro capítulos, los cuales están compuestos por el marco teórico y conceptual del Comercio Justo; el análisis de los estudios de casos mencionados anteriormente; un análisis del sector cafetero, de la crisis a la que se enfrentan los productores y los efectos del Comercio Justo que se esperarían en ellos. De lo anterior se concluye que los principales beneficios que traería la aplicación del Comercio Justo para los caficultores colombianos y sus familias se encuentran en los mejores precios que recibirían, los cuales les daría estabilidad económica y aumentaría sus ingresos. Habría además una mejora de la producción, relaciones comerciales más estables y probablemente un nivel de vida sostenible.

Palabras Claves: Fallos del mercado, Comercio Justo, Sector cafetero colombiano

Calificación JEL: F10, F12, F13, Q11, Q13, Q17, Y40

Abstract

This document seeks to analyze the possible implementation of the Fair trade and the expected effects in Colombian coffee producers, through case studies in coffee producers in some countries in the region (Bolivia, Ecuador and Peru). To this end, this document is divided into four chapters, which are composed of the theoretical and conceptual framework of the Fair trade; the analysis of the studies mentioned above; an analysis of the coffee sector, the crisis that the producers confront and the effects of the Fair trade that would be expected for them. From the above it is concluded that the main benefits that would bring the application of the Fair trade in Colombian coffee producers and their families are to receive the best prices, which would give them economic stability and increase their income. There would also be an improvement in production, more stable trade relations and probably a level of sustainable living.

Key words: Market failures, Fair Trade, Colombian coffee sector

JEL clasification: F10, F12, F13, Q11, Q13, Q17, Y40

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Capítulo 1: Marco teórico y conceptual.....	2
Funcionamiento y marco regulatorio del Comercio Justo	3
Definición y características más importantes del Comercio Justo.....	3
Estructura del Comercio Justo.	5
Beneficios del Comercio Justo para los productores del Sur.....	7
Certificación para los consumidores del Norte.	8
Criterios del Comercio Justo.....	8
Costos de certificación.....	11
El Comercio Justo desde la perspectiva de los fallos del mercado.....	11
Mercado perfecto vs la realidad de los productores.....	12
Posibles beneficios del Comercio Justo para los productores pobres.	15
Comercio Justo en el sector cafetero colombiano.....	16
Capítulo 2: Impacto del Comercio Justo en productores de café de Bolivia, Ecuador y Perú	18
Precio.	19
Producción.	20
Relaciones Comerciales.....	21
Nivel de Vida.	23

Capítulo 3: El sector cafetero colombiano y los posibles efectos del Comercio Justo.....	25
Sector cafetero colombiano.....	25
Institucionalidad cafetera.....	25
Cadena de valor del café.....	28
Importancia económica y social del café.....	30
Crisis en el sector cafetero.....	35
Posibles efectos del Comercio Justo en los productores colombianos	48
Efecto en los precios.....	48
Efecto en la producción.....	50
Efecto en las relaciones comerciales.....	51
Efecto en el nivel de vida.....	52
Capítulo 4: Conclusiones	54
Referencias.....	56

Lista de tablas

Tabla 1. Cadena de valor del café.....	29
Tabla 2. Componentes NBI, ICV e IPM por tipo de municipio año 2009	32
Tabla 3. Miles de hectáreas cultivadas por departamento con corte a diciembre.....	33
Tabla 4. Tasa de crecimiento de la productividad en Colombia, Vietnam, Brasil, Nicaragua y Honduras (1990-2013 y 2000-2013).....	40
Tabla 5. Tasa de crecimiento de los costos de producción en Colombia, Vietnam, Brasil, Nicaragua y Honduras (1987-2008 y 1987-2012).....	41
Tabla 6. Valor agregado de las actividades de cultivo de café, participación en el PIB total y PIB agrícola 1990-2005-2012 (Valores a precios constantes).....	44

Lista de gráficos

Grafico 1. Estructura del movimiento de Comercio Justo.....	7
Grafico 2. Empleo agrícola directo generado en la producción de café (2002-2011)	34
Grafico 3. Participación en la producción total de café por países/zonas (año cafetero 1990/1991, miles de sacos de 60kg)	36
Grafico 4. Participación en la producción total de café por países/zonas (año cafetero 2014/15, miles de sacos de 60kg)	37
Grafico 5. Producción Anual de Café en Colombia (1956-2011, Miles de sacos de 60 Kg)	38
Grafico 6. Participación en las exportaciones de café por países/zonas (año cafetero 1990/91, miles de sacos de 60kg)	42
Grafico 7. Participación en las exportaciones de café por países/zonas (año cafetero 2013/14, miles de sacos de 60kg)	42
Grafico 8. Exportaciones de café, petróleo y sus derivados, carbón, ferroníquel y exportaciones no tradicionales 1992-2014 (miles de millones de dólares).....	43
Grafico 9. Precios indicativos OIC por grupos (mensual 1990-2014). Centavos de dólar por libra	45
Grafico 10. Precio base interno colombiano, precio indicativo compuesto y suaves colombianos OIC (mensual 1990-2014). Centavos de dólar por libra.....	46
Grafico 11. Evolución precios de NY, precio interno y precio de Comercio Justo para café arábica mensual (enero 1989- septiembre 2015). Centavos de dólar por libra	49

Introducción

El sector cafetero vive una profunda crisis desde la década de los 90, con los cambios presentados después del rompimiento del Acuerdo Internacional del Café, los productores colombianos, han visto como producir el grano es cada vez más difícil. El paro cafetero del año 2013 reflejó claramente la situación de este sector de la economía del país; falta de confianza en la institucionalidad cafetera, endeudamiento, altos costos de producción y bajos ingresos fueron algunos de los motivos por los cuales los cafeteros salieron a marchar. En este contexto, el Comercio Justo podría considerarse como alternativa para mejorar las condiciones socio-económicas de los pequeños productores de café en Colombia.

Este trabajo tiene con principal objetivo analizar la viabilidad del Comercio Justo en la producción de café en Colombia como alternativa para atenuar los efectos de la crisis en los pequeños productores del sector, se trata de un trabajo teórico que no pretende ser concluyente, sino aportar elementos para el análisis de la viabilidad de la implementación del Comercio Justo en el país. Para ello se examinan las principales características del Comercio Justo, los efectos esperados de este tipo de comercio desde el punto de vista de los fallos de mercado que el Comercio Justo puede subsanar, los resultados que ha traído el Comercio Justo para los productores de café en tres países de la región, los principales rasgos de la crisis que afecta al sector en la actualidad y finalmente, algunos de los posibles efectos que traería la implementación del Comercio Justo para los pequeños productores del grano en el país.

Capítulo 1: Marco teórico y conceptual

Si bien no hay una fecha exacta en la que nace el Comercio Justo, diversos autores concuerdan que éste tiene sus inicios en los años 40 o 50 con el surgimiento en Europa y Norteamérica de las Alternative Trade Organizations (ATOS). Éstas eran organizaciones de carácter religioso y comercio alternativo que importaban y vendían artesanías. En 1964 en la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) los países del Sur abogaron por un “comercio más justo”, solicitaron a los estados del Norte desmontar sus políticas proteccionistas en contra de los productos agrícolas provenientes del Sur y pidieron cambiar las ayudas financieras por un sistema de subsidios, basados en la idea de “Comercio, no ayuda”. Para Friedell (2006), la red de Comercio Justo, desde sus principios estuvo influenciada por el movimiento más general de Comercio Justo. Tanto Friedell (2006) como Marcillo (2007) se refieren a lo anterior como “primera generación” o “primera fase” del Comercio Justo. Esta fase estaba enfocada en combatir los precios injustos, “buscaron desarrollar un sistema alternativo de comercio donde los precios no estuvieran determinados por los caprichos de un sistema mundial inherentemente injusto, sino a través de negociaciones entre los interesados sobre la base de justicia para todas las partes” (Friedell, 2006, p.47).

La segunda fase o generación del Comercio Justo comienza con la creación de los sellos de Comercio Justo, que garantizan procedencia, calidad y respeto por el medio ambiente en la elaboración del producto (Marcillo, 2007). En 1988, surge en los Países Bajos la primera iniciativa para establecer un sello de Comercio Justo, con la creación de la fundación Max Havelaar. Como explica García (como se citó en Vander-Hoff, 2011), esta fundación nació del encuentro entre la organización mexicana de campesinos (Unión de las Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI) y un asesor de la organización Solidarias, con participación de las redes de la iglesia católica. Los tres promovieron un sello de Comercio Justo a las compañías transnacionales convencionales que les permitieran entrar a los mercados justos a cambio de una cuota de participación, bajo el supuesto de que los importadores convencionales serían motivados a

participar en el Comercio Justo, ya que este sello les daría un valor agregado en el mercado. Los sellos de Comercio Justo se propagaron rápidamente, actualmente hay diecisiete iniciativas nacionales bajo los nombres de Max Havelaar, TransFair o Fair Trade Foundation, coordinados por FLO¹.

En este contexto, esta sección está compuesta de tres partes. En la primera se define que es el Comercio Justo, cuáles son sus principales características, cómo funciona y el marco regulatorio. La segunda parte analiza cómo el Comercio Justo ha sido abordado desde la teoría económica, específicamente a través del análisis de los fallos del mercado y en qué medida el Comercio Justo puede contribuir a los efectos que se derivan de estos fallos. Por último, se analiza un poco sobre las organizaciones que ya están en el Comercio Justo en el sector cafetero colombiano y como actúa la Federación Nacional de Caficultores apoyando a los productores para certificarse.

Funcionamiento y marco regulatorio del Comercio Justo

Definición y características más importantes del Comercio Justo.

El Comercio Justo surge como un movimiento social que representa una alternativa al comercio convencional basado en la cooperación entre productores y consumidores (Fairtrade Labelling Organizations International [FLO], 2015). Según Cecco (2008), establecer una única

¹ Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), es la organización que coordina el sellado de Comercio Justo "Fairtrade" a nivel internacional. Entre sus funciones están, el establecimiento de los criterios internacionales de Comercio Justo Fairtrade, la organización de las actividades de apoyo a productores de todo el mundo, el desarrollo de la estrategia global para Fairtrade, y la promoción de la justicia comercial a nivel internacional. El sistema internacional de Comercio Justo incluye tres redes de productores, 25 organizaciones de Comercio Justo, Fairtrade International y FLOCERT, el organismo de certificación independiente del sistema global de Comercio Justo. (FLO, 2015).

definición de Comercio Justo es una tarea complicada. El Comercio Justo tiene varias definiciones y términos relacionados: Comercio Justo, equitativo, alternativo o solidario, los cuales tienen en común los mismos principios. Según los trabajos de autores como Moore (2004), Cecco (2008), Cotera (2009) y García (2011), a pesar de que existen varias definiciones de Comercio Justo, hay un consenso entre las diversas organizaciones de este sector, en aceptar la definición de la red FINE, que se compone por las iniciales de las cuatro redes de Comercio Justo que se agrupan en ella: Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), International Fair Trade Association (IFAT), Network of European Worldshops (NEWS) y European Fair Trade Association (EFTA).

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados (especialmente en el Sur). En este aspecto, las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por los consumidores del Norte) participan activamente apoyando a los productores, y desarrollan campañas para conseguir cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional (Moore, como se citó en FINE, 2001, p.2).

Basados en la definición de FINE, los principales objetivos del Comercio Justo son:

1. Mejorar la subsistencia y el bienestar de los productores a través del acceso al mercado, fortalecer a las organizaciones de productores, pagar un mejor precio y proporcionar continuidad en la relación comercial.
2. Promover oportunidades de desarrollo para los productores desfavorecidos, especialmente mujeres y pueblos indígenas, además de proteger a los niños contra la explotación en el proceso de producción.
3. Sensibilizar a los consumidores de los efectos negativos sobre los productores del comercio internacional, para que éstos ejerzan su poder de compra positivamente.

4. Servir como ejemplo de asociación en el comercio a través del diálogo, la transparencia y el respeto.
5. Promover el cambio de las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.
6. Proteger los derechos humanos mediante la promoción de la justicia social, las buenas prácticas ambientales y la seguridad económica. (Moore, como se citó en Redfern y Snedker, 2001, p.11)

En términos de principios, la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO por sus siglas en inglés) establece diez principios en los cuales se basa este tipo de comercio:

1. Crear oportunidades para productores en desventaja económica.
2. Generar transparencia y responsabilidad – rendición de cuentas.
3. Promover prácticas comerciales justas.
4. Pagar un precio justo.
5. Prevenir la explotación infantil.
6. Garantizar la no discriminación, la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación.
7. Asegurar condiciones seguras y saludables de trabajo.
8. Desarrollar las capacidades de los productores.
9. Promocionar el Comercio Justo.
10. Respetar al medio ambiente.

Estructura del Comercio Justo.

Según Moore (2004), las organizaciones que integran el movimiento de Comercio Justo pueden dividirse en 4 grupos como se ilustra en el gráfico 1, primero se tienen a las organizaciones

de productores en los países en vías de desarrollo o del Sur, los cuales suministran los productos. En segundo lugar, están las organizaciones de países desarrollados o del Norte, que actúan como importadores, mayoristas y minoristas de los productos comprados a las organizaciones de productores del Sur.

En tercer lugar se encuentran 6 organizaciones paraguas que coordinan a los implicados en el Comercio Justo, así.

- IFAT, la cual es una organización mundial que reúne a productores y compradores y se compone de aproximadamente 110 organizaciones de productores y 50 organizaciones de compra.
- FLO, encargada de la configuración de estándares y la certificación de Comercio Justo en todo el mundo.
- NEWS, que agrupa a las "tiendas mundiales" en las cuales se venden productos de Comercio Justo de toda Europa.
- EFTA, es una asociación Europea de Comercio Justo, que agrupa a 12 de los importadores más importantes de nueve países de la Unión Europea.
- Shared Interest, que ofrece financiación para el movimiento de Comercio Justo en gran medida a través de una "cámara de compensación", promovida conjuntamente con IFAT, pero que también beneficia a los productores certificados por FLO.

Por último, hay una serie de organizaciones en su mayoría convencionales, principalmente supermercados, que se dedican de alguna forma al Comercio Justo. Aunque éstos podrían no ser considerados como parte del movimiento de Comercio Justo, se están convirtiendo en actores cada vez más importantes en la venta al por menor de los productos provenientes del Comercio Justo. Muchos de estos supermercados están vendiendo productos de origen de Comercio Justo sin la participación de las ATOS, traídos directamente desde los países productores.

Grafico 1. Estructura del movimiento de Comercio Justo



Fuente: Elaboración propio en base a Moore (2004, p.3-4)

Beneficios del Comercio Justo para los productores del Sur.

El Comercio Justo representa para los productores del Sur beneficios como: Relaciones directas entre las organizaciones de compradores y productores; apoyo a los productores contra de las fluctuaciones de precios (precio garantizado) y pago de una prima social que sea usada en beneficio de la comunidad; establecimiento de una relación comercial a largo plazo entre productores y comercializadores, a través de una prefinanciación del valor final de la producción a los productores; obtención por parte de los productores de información clara sobre el diseño, la demanda, las normas y regulaciones para el comercio (Moore Como se citó en Oxford Policy Management, 2010). Además, la relación de negocios tiene como principales interesados a los

productores. Los productores del Sur deben prestar condiciones de trabajo seguras y saludables, así como otros beneficios sociales a sus trabajadores. También, se espera que los productores lleven a cabo su producción y comercio de manera que cause el menor daño ambiental posible Moore (2010).

Certificación para los consumidores del Norte.

Uno de los elementos fundamentales del Comercio Justo en la actualidad es la certificación, la cual busca atenuar el problema de información asimétrica y facilitar la coordinación entre productores y consumidores. Dragusanu, Giovannucci y Nunn (2014) aseguran que la certificación de Comercio Justo proporciona información creíble para el consumidor. Además, la etiqueta de Comercio Justo, así como otras certificaciones de terceros, ofrecen al consumidor la información sobre la naturaleza del proceso de producción. Muchos consumidores prefieren pagar más, si los bienes que van a comprar fueron producidos de una forma social y ambientalmente responsable. A su vez, muchos productores estarían dispuestos a producir de esta manera, a pesar de que tendrían que producir a un precio más alto. “Estas certificaciones, como el Comercio Justo, pueden proporcionar información que facilita las transacciones mutuamente beneficiosas que de otro modo no ocurrirían” (Dragusanu et al., 2014, p.222). La evidencia empírica indica que los consumidores valoran los procesos de producción cuando éstos están de acuerdo a los estándares de Comercio Justo y les parece que la certificación transmite información creíble.

Criterios del Comercio Justo.

FLO maneja ciertos criterios que son los principios que se aplican a todas las organizaciones de pequeños productores y comerciantes para poder formar parte del sistema de Comercio Justo. Estos criterios son establecidos por FLO-CERT GmbH (2014), (la empresa de

certificación independiente de Fairtrade). Entre los criterios Fairtrade para los productores encontramos:

- **Asociatividad**

La certificación para el café de Comercio Justo solamente está disponible para pequeños productores que se hayan organizado en cooperativas, asociaciones u otro tipo de organización. Estas organizaciones deben estar en la capacidad de realizar actividades comerciales y contribuir al desarrollo socioeconómico ambientalmente sostenible de sus miembros y comunidades. Además la toma de decisiones en la organización debe ser democrática, ésta les debe pertenecer y debe ser administrada por los mismos pequeños productores; todos los socios deben tener el mismo derecho de voto. Los productos que la organización venda en Comercio Justo deben provenir de productores miembros.

- **Selección de plaguicidas utilizados**

Este criterio está enfocado a proteger la salud de las personas que participan en la producción de los cultivos Fairtrade, y apoyar la implementación de buenas prácticas agrícolas para poder acercarse a una producción más sostenible. El Comercio Justo requiere que los productores se abstengan de emplear los peores plaguicidas en su producción, ya que éstos en su mayoría son tóxicos, pero unos lo son más que otros. FLO incluye en sus criterios una lista de plaguicidas peligrosos conocida como la Lista de Materiales Prohibidos (LMP), la cual es aplicable para todos los productores certificados. La organización debe mantenerse informada sobre los plaguicidas que sus miembros pueden o no usar en los cultivos.

- **Manejo del suelo y el agua**

El manejo del suelo y del agua debe ser responsable; prevenir la erosión del suelo mediante: La rotación de cultivos, plantar árboles o aumentar la cobertura vegetal, crear barreras rompevientos, cultivos de cobertura, utilizar acolchado o mulching. El manejo de aguas residuales busca reducir la cantidad y el alcance de la contaminación del agua, esto a través de medidas como, retener el agua cuando se ha contaminado, tratar las aguas contaminadas y emplear técnicas para devolverla al medio y reutilizar aguas residuales de manera segura.

- **Basuras y desechos**

Las organizaciones deben esforzarse en tratar de reutilizar materiales y minimizar aquellos que no puedan reutilizarse. Entre los materiales difíciles de desechar se encuentran plásticos, metales pesados o toxinas. En este sentido, la organización debe sensibilizar a sus miembros para minimizar el uso de éstos y asegurarse de que se desechan de forma ambientalmente segura.

- **Garantizar condiciones laborales, así como salud y seguridad en el lugar de trabajo**

Garantizar un salario mínimo, el pago regular, organizaciones de trabajadores y beneficios laborales como la protección de la maternidad y otros beneficios sociales, tanto a trabajadores permanentes como a temporales y migrantes. El trabajo en la agricultura puede suponer amenazas para la salud de los trabajadores debido al uso de productos químicos, maquinaria de procesamiento y herramientas afiladas. Así mismo, estar expuestos a condiciones climáticas extremas puede tener repercusiones en accidentes que no solo afecten al productor, sino también al empleador. Las organizaciones deben reducir el riesgo para la salud y aumentar la seguridad de los trabajadores tanto como sea posible. Es importante además brindar información de seguridad adecuada y mejorar las condiciones de salud y seguridad global encontrando los posibles riesgos a los que se pueden exponer los trabajadores.

Costos de certificación.

Los costos de la certificación dependen de la estructura de las organizaciones de pequeños productores, las cuales pueden ser consideradas de 1er, 2º y 3er grado de acuerdo a su organización interna². Algunos de los costos generales que deben pagar los productores para ser certificados por FLO-CERT son: Cuota de solicitud, cuyo valor es de 538 EUR. Esta cuota no es reembolsable y debe ser pagada por aquellos que quieren iniciar el proceso de certificación. Un segundo pago que deben hacer las organizaciones es el de la cuota de certificación inicial (primeros 12 meses), la cual se paga una sola vez y depende del número de miembros y el grado de la organización. Por ejemplo el valor de la cuota para organizaciones de menos de 50 miembros cuesta 1466 EUR, mientras que el valor para una organización de 1000 miembros es de 3557 EUR. En el caso de las organizaciones de 2º y 3er grado, éstas deberán pagar 943 EUR por menos de 50 miembros y 1748 por más de 1000 miembros. Por último, se pagará una cuota anual de certificación, que en el caso de las organizaciones de 1er grado será de 1199 EUR si tiene menos de 50 miembros y 2839 EUR si tiene más de 1000. Para las organizaciones de 2º y 3er grado con menos de 50 miembros, el valor a pagar será de 738 EUR y por más de 1000 se pagará 1281 EUR.

El Comercio Justo desde la perspectiva de los fallos del mercado

Uno de los análisis teóricos más importantes sobre el Comercio Justo, es el desarrollado por Smith (2009). Este autor, analiza cómo el crecimiento sostenido de las economías requiere

² Las organizaciones de 1er grado están constituidas por pequeños productores. Las organizaciones de 2º están formadas por organizaciones de productores de 1er grado, que están legalmente afiliadas en un 2º grado. Por último, las de organizaciones de 3er grado, esta compuestas por organizaciones de productores de 2º grado afiliadas.

invertir los recursos actuales en la expansión del valor añadido que permita un aumento de los ingresos del país. Adicionalmente, son necesarios dos procesos posteriores: La diversificación, que hace referencia al incremento del ingreso del empresario individual y un “cambio estructural”, que se refiere a los cambios de actividades realizados por las unidades económicas (ya sea en una región o país) a la que pertenecen los productores individuales. Así, Smith analiza el rol del Comercio Justo en relación con la diversificación de la producción y el cambio estructural en las economías.

Después de la pérdida de legitimidad de la planificación central del Estado y las políticas de sustitución de importaciones, la opinión dominante se dividió en dos bandos: Los que están a favor de la gobernanza del mercado a través de la liberalización y los que insisten en la necesidad de regular el mercado. Esta misma discusión surge en el debate sobre el Comercio Justo. Por un lado están los partidarios, quienes argumentan que, en ausencia de otra intervención, es necesaria una gobernanza privada que pueda garantizar que los productores pobres se beneficien de la participación en una economía cada vez más globalizada. Y por el otro, los críticos, que argumentan que los bajos rendimientos en la producción agrícola se deben al exceso de oferta y que debido a esto, debe haber una diversificación más allá de los sectores actuales por parte de los productores, si estos quieren mejorar su nivel de vida de forma sustentable. Además, los defensores de este último enfoque afirman que el pago garantizado de precios mínimos por encima de las tasas del mercado, hace menos eficaz los incentivos a la diversificación y por lo tanto sólo sirven para perpetuar la pobreza y la desigualdad. No obstante, como lo señala Smith (2009), los productores agrícolas de los países pobres se ven afectados por diversos fallos del mercado que obstaculizan la diversificación de la producción y una mayor participación en los beneficios del comercio internacional, como se analiza a continuación.

Mercado perfecto vs la realidad de los productores.

De acuerdo con lo anterior, el Comercio Justo es considerado una solución a la existencia de fallos de mercado que afectan a los productores de los países menos desarrollados. Ese enfoque desarrollado por Smith (2009) se fundamenta en tres argumentos básicos:

- **Los mercados no son perfectos, la diversificación es difícil para los productores**

Según la teoría, si hay mercados perfectos, hay también diversificación, puesto que los productores abandonarían las actividades menos rentables, para ocuparse de aquellos sectores donde los precios sean más altos, sin embargo, la evidencia muestra que es poco probable que los productores pobres sean capaces de responder a los incentivos del mercado para diversificar su producción; esto se debe principalmente a que por causa del riesgo, éstos no pueden hacer inversiones que permitan mejorar sus ganancias y su situación inherente de pobreza hace que sus condiciones de vida estén restringidas.

Con un ejemplo en el contexto del Comercio Justo, Smith (2009) explica que un productor de café va a querer responder a los incentivos de precios internacionales pasando de la producción de café a la producción hortícola. No obstante, en la zona no hay proveedores de insumos (como semillas o equipo especializado), o el acceso local a los exportadores que se ocupan de los productos hortícolas es limitado. Además, también es poco probable que los conocimientos necesarios para realizar este tipo de inversiones sean suministrados por el mercado. Por consiguiente, a pesar de los incentivos de precios teóricos, la diversificación no es una estrategia factible de ingreso para un individuo racional.

- **No hay información perfecta para todos los actores**

Las políticas de desarrollo todavía están en función de los resultados hipotéticos de modelos de mercado perfectos. Este es un escenario que asume que la información gratuita fluye

y que, en consecuencia, esta información elimina la consideración del riesgo y la incertidumbre de los modelos de toma de decisiones.

Aunque las decisiones económicas implican la gestión de riesgo y la incertidumbre, esto es un problema para los países más pobres, ya que estos se enfrentan a choques naturales, insuficiencia de infraestructura, inestabilidad política y volatilidad del mercado. Es por lo anterior que los productores deben encontrar metodologías alternativas para hacer frente a los riesgos que deben sortear y que afectan su calidad de vida.

Entre las opciones de diversificación que tienen los productores pobres, hay algunas que podrían generar mayor rentabilidad pero que tienen el riesgo del fracaso. Esto es particularmente relevante para la diversificación agrícola, debido a que la madurez de los nuevos cultivos está sujeta a condiciones de riesgo e incertidumbre (asimetría de la información producida por las condiciones naturales). Según Smith (como se citó en Alderman y Paxson, 2009), estos riesgos pueden ser soportados fácilmente por aquellos productores que tienen la capacidad de suavizar su consumo a través del ahorro, el acceso al crédito u otras redes de seguridad social y del mismo modo, por los que participan en los sectores más estables, pero estos mecanismos son muy limitados para los productores agrícolas de los países pobres.

- **Las comunidades pobres se caracterizan por la falta de recursos financieros, físicos y de capital humano y social que les impide responder a los incentivos.**

La mayoría de estrategias de ingreso simples requieren capital financiero y físico, social y humano. El capital financiero, obviamente, no está disponible para los productores pobres y la falta de los otros activos podría ser aún más restrictiva, dado que el capital físico, los contactos sociales y el conocimiento a menudo sirven sólo para fines muy específicos. Así mismo, el capital físico y social no es intercambiable; por ejemplo, según Smith (como se citó en Smith, J., 2009), “el capital físico utilizado para cultivar café no es intercambiable con el necesario para producir

productos hortícolas (...) De igual modo esta falta de sustituibilidad ocurre en el capital social y en algunos casos en el capital humano”. (p.465)

Posibles beneficios del Comercio Justo para los productores pobres.

Smith (2009) tomando como ejemplo el caso FLO, analiza de qué manera esta organización contribuye a mitigar los fallos del mercado que afectan a los productores pobres en el mundo. Se concluye que a través del Comercio Justo se compensan algunos de los problemas que enfrentan los productores rurales, por medio de la reducción del riesgo y la incertidumbre y el alivio de las restricciones de las capacidades, que son las que frenan la diversificación.

Al tener un precio mínimo garantizado, créditos por adelantado y relaciones estables con los compradores (relaciones comerciales a largo plazo y pedidos estables), el Comercio Justo ayuda a reducir la falta de información y la incertidumbre que crea el mercado. Los productores certificados por FLO también han mejorado su participación en la cadena de valor, por ejemplo en México. Allí ya no solo se vende el café verde, se ha agregado otro segmento de la cadena de valor que antes no hacían los productores, el tostado, molido y empacado, esto gracias a la inversión en una máquina de hornear grande. Además, la estabilidad y los recursos adicionales que trae el Comercio Justo ha ayudado a los productores a diversificarse en otras cadenas y mercados; también en México, en algunos casos la diversificación de la producción ha abarcado los cultivos de cacao, miel y mermeladas orgánicas, he incluso proyectos de ecoturismo.

Adicionalmente, el pago de una prima social sirve como fuente de fondos para inversiones de capital humano y físico que beneficie tanto a productores como a la comunidad en general. Estos fondos pueden ser utilizados para los pagos de crédito, la expansión de la infraestructura, así como el desarrollo de negocios y la formación de los productores. Estos beneficios están documentados en algunos estudios de impacto a los que hace referencia Smith (2009), los cuales traen mejoras de la capacidad en el desarrollo de planes de crédito, la ampliación de la

infraestructura física, como carreteras, la mejora de la calidad de la producción, el control de plagas y enfermedades y aumentos generales de aplicación tecnológica y mecánica.

El pago de una prima social también contribuye a mejorar las capacidades de los productores a través de la educación; por ejemplo, “FLO recomienda que la Prima Social se debe utilizar para financiar cursos de capacitación en la educación básica, en las habilidades profesionales (uso de la computadora, sastrería, carpintería, la conducción, la gestión de las pequeñas empresas, por ejemplo)” (Smith, 2009, p.467). En este contexto, el Comercio Justo puede contribuir al proceso de cambio estructural, ya que éste fomenta la oferta de educación, la cual es de gran importancia en el desarrollo de la capacidad económica (Smith, como se citó en Anand y Sen, 2009).

En resumen, el Comercio Justo se justifica dada la existencia de fallos del mercado que afectan a los productores de los países menos desarrollados. En este contexto se analiza porque el Comercio Justo puede ser una solución para que estas personas puedan mejorar su situación a través de estrategias que ayuden a la reducción del riesgo e incertidumbre y el alivio a las restricciones de las capacidades. Esto basado en tres argumentos que son: La dificultad de los productores para diversificar debido a las barreras a las cuales se enfrentan y que no son contempladas por el mercado perfecto; la falta de información que genera riesgo e incertidumbre; y la falta de recursos financieros, físicos y de capital humano y social que hacen que sea difícil para los productores responder a los incentivos del mercado.

Comercio Justo en el sector cafetero colombiano

En el país ya hay caficultores produciendo bajo los criterios del Comercio Justo. Según FLOCERT, en Colombia hay 89 organizaciones productoras certificadas. Un ejemplo de ello, es Asprocafé Ingrumá, una asociación de pequeños productores –campesinos e indígenas– dedicados a comercializar el café en mercados de Comercio Justo y orgánico. Este fue el primer grupo de Comercio Justo inscrito en Colombia el cual inicia en este modelo en 1992 con la llegada de la

fundación holandesa Max Havelaar a Riosucio (Caldas), con el fin de buscar alternativas de comercialización de café, diferentes a las propuestas por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, para lo cual, varios productores se unieron y crearon Asprocafé Ingrumá.

En la actualidad, 1524 productores pertenecientes a esta organización están inscritos dentro del Comercio Justo. El principal problema que enfrentan estos productores es adaptarse a los requerimientos de este tipo de comercio, la realidad que enfrentan los productores va en contravía a las normativas que proponen las certificadoras. Por ejemplo, entre los caficultores se presenta analfabetismo, estas personas a pesar de no saber leer, escribir o manejar algunas operaciones matemáticas, deben conocer sobre el proceso de comercialización del café, sobre los exportadores, los compradores, los precios, las primas y sobrepagos y llevar un manejo financiero de su propiedad (Piedrahita, 2011). Es necesario combatir estos problemas para que el Comercio Justo se pueda implementar en más productores en Colombia.

Por otro lado, la FNC cuenta con un programa de cafés especiales, entre ellos café de Comercio Justo, creado en 1997 y cuyo propósito es que los productores ganen competitividad comercializando cafés procesados o con valor agregado, fundamentalmente por su calidad. La Federación facilita a los productores el acceso a las certificaciones de este tipo de café, con el fin de mejorar las posibilidades de los pequeños productores y sus organizaciones. Aquellos productores que quieren certificarse acuden a la Federación, a través de sus Comités Departamentales, estos evalúan las diferentes opciones, las capacidades y los costos, con el fin de ayudar a que el productor pueda certificarse en las organizaciones que mejor se adaptan a sus capacidades. Además, con la activa participación del Servicio de Extensión (S.E.) de la Federación, que desarrolla y ejecuta programas técnicos, sociales, económicos, ambientales y gremiales con los productores de todas las regiones cafeteras de Colombia, se implementan las acciones necesarias para alcanzar los estándares de la certificación, y optimizar los costos de la certificación.

Capítulo 2: Impacto del Comercio Justo en productores de café de Bolivia, Ecuador y Perú

En esta sección se analizarán algunos de los efectos que tuvo la implementación del Comercio Justo en los cafeteros de algunos países de la región (Bolivia, Ecuador y Perú), en cuanto a precio, producción, relaciones comerciales y calidad de vida. Para ello se tiene en cuenta el estudio realizado por Laroche & Guittard (2009) para FLO, en el cual se analiza, entre otras, a 3 organizaciones cafeteras de Sudamérica:

COCLA: Es una federación de cooperativas productoras de café, ubicada en el departamento de Cuzco, en Perú. Fundada en 1967 está compuesta por 22 cooperativas de café y su objetivo es facilitar el acceso al mercado de sus miembros. Desde el año 1996 está certificada por FLO y cuenta con 6800 miembros productores de café. Los agricultores pertenecientes a COCLA se caracterizan por ser productores a pequeña escala, que poseen en promedio 12 hectáreas de tierra, de las cuales 3,5 hectáreas son destinadas a producir café. Los productores entregan la mayor parte de su café a las cooperativas y el café representa el 80% de sus ingresos en efectivo.

FAPECAFES: Es una federación que está compuesta por 4 organizaciones de productores del sur de Ecuador. Exporta café de Comercio Justo desde el año 2003 y agrupa cerca de 1300 familias productoras de las cuales la mayoría son pequeños agricultores vulnerables. Estos productores tienen en promedio 3 y 6 hectáreas de café y 1 hectárea en arrendamiento para cultivos de arroz o maíz; además, a veces tienen que trabajar fuera de sus granjas durante los meses de baja temporada. Algunos también destinan algunas hectáreas (hasta 10) para el ganado.

FECAFEB: Esta federación agrupa a 24 organizaciones de productores de café de Bolivia. 20 de estas organizaciones están certificadas por FLO. Tienen cerca de 4000 miembros y ha existido por más de 10 años. Los productores de café se encuentran en zonas recientemente colonizadas (Norte y Sur de Yungas y las Provincias de Caranavi), que fueron entregadas a través de la reforma agraria a los productores de la comunidad Aymara en la región del Altiplano. Estas

familias tienen en promedio 10 hectáreas, de las cuales 3-5 son exclusivamente para el cultivo de café y en ciertas ocasiones, donde la colonización es más avanzada, las plantaciones de café pueden llegar a ocupar de 6 a 8 hectáreas.

Precio.

Según Laroche & Guittard (2009) los beneficios económicos del Comercio Justo para productores son de tres tipos: “Efecto precio” (un precio estabilizado y superior en caso de una caída de los precios internacionales), la prima de Comercio Justo y el diferencial de precio para la producción orgánica. Según los resultados encontrados en las tres cooperativas analizadas, hay una mejora de la estabilidad económica de los pequeños productores. La certificación FLO contribuye principalmente a la estabilización de los ingresos de las familias productoras, esto especialmente a través del “efecto precio” que protege a los productores de la volatilidad de los precios internacionales. El precio garantizado por FLO es un precio mínimo, que se aplica cuando el precio en el mercado convencional es menor. En caso de que el precio del mercado convencional aumente, el precio mínimo garantizado por FLO también lo hará.

En el caso de COCLA en Perú, los precios recibidos por la venta en los mercados de Comercio Justo tienen un impacto directo en los ingresos de los miembros (el 56% de los miembros consideraban que sus ingresos de los últimos 10 años se habían incrementado como resultado del Comercio Justo, contra el 36% que no lo creían así). Según Laroche & Guittard (2009), esta percepción coincide con la realidad económica, debido a que los productores de Comercio Justo reciben un precio en promedio 40% más alto del que obtendrían si vendieran su café en el mercado local. Además, el productor recibe gran parte del porcentaje del precio pagado; el análisis muestra cómo en una de las cooperativas de COCLA se transfiere el 75% del precio al productor, mientras el restante 25% lo usa para los gastos de funcionamiento.

Así mismo, el análisis en Perú, muestra que cuando los precios cayeron, el diferencial entre el precio convencional y el precio de Comercio Justo fue del 68% en promedio durante el periodo 2000-2006 para el café tradicional y de 53% para el café orgánico, contribuyendo a aumentar los ingresos de los productores de café. En el caso de los productores de los Yungas en Bolivia se encontró que el precio de venta de los productores de Comercio Justo más la prima de producción orgánica³, fue 4 veces mayor que el precio en el mercado tradicional de la zona, 3,8 veces el precio del café convencional vendido por las organizaciones de productores de FECAFEB, y 2,9 veces el precio de los que solo venden café orgánico.

Producción.

A través de sus precios más altos, el Comercio Justo permite a los productores realizar inversiones, ya sea para mejorar la productividad o la calidad. Esto gracias a los mayores ingresos que tienen los productores o a la prima de Comercio Justo. En este último caso, FLO exige a los productores que 0,5 USD por libra vendida en el Comercio Justo deben ser reinvertidos en proyectos o acciones que mejoren la calidad o productividad.

En COCLA, son múltiples los ejemplos de cómo los ingresos adicionales que se derivan del Comercio Justo han facilitado la realización de inversiones para mejorar en estos dos aspectos. Estas inversiones van desde el mejoramiento del proceso de producción -se brinda asistencia técnica para formar a los productores y mejorar la calidad de las plantaciones- hasta la post cosecha -se trabaja con las cooperativas para el tratamiento de la cosecha, que abarca los sistemas de tratamiento de la cereza de café, áreas de secado, almacenamiento adecuado y equipos para medir

³ La prima orgánica o diferencial orgánico es un valor más adicional que se le paga al productor en caso de que su producción sea orgánica.

la humedad y la calidad del café. También se invirtió en un laboratorio de control de calidad y un equipo técnico que revisa la calidad del café.

En el caso de FAPECAFES pasa algo similar, los ingresos adicionales permiten hacer inversiones que buscan mejorar las condiciones en que producen café las familias. Éstas han cambiado el sistema de tratamiento que se le da al café después de la cosecha, pasando de un procesamiento de café seco a café lavado, este último consigue que los granos de café se conserven mejor y que se tengan pocos granos defectuosos. De ahí que el café procesado por este método tenga mejor calidad y alcance precios más altos. Así, miembros de FAPECAFES invirtieron una media de 150.000 euros por año importando despulpadoras de café para equipar a las familias para producir café lavado. Esto ha favorecido a los participantes del Comercio Justo, sobre todo teniendo en cuenta que los productores de café por fuera del Comercio Justo migran de sus unidades productivas por no tener capacidad de inversión.

En lo referente a la diversificación de la producción, se presentan dos situaciones. Por un lado está el caso de los Yungas y FAPECAFES, donde los ingresos adicionales generados del Comercio Justo, son invertidos en mejorar otros aspectos que incluyen la diversificación de su producción (hay proyectos de diversificación a otras actividades agrícolas como plantar y exportar azúcar, plátano, etc). Por el otro lado está el caso de COCLA, en donde la diversificación, a pesar de los intentos de las cooperativas por impulsarla, no se ha dado ya que los ingresos extras son invertidos en mejorar la calidad de vida de las familias o mejorar la producción de café, pero no para la diversificación.

Relaciones Comerciales.

El Comercio Justo también mejora las relaciones comerciales de los productores, esto a través de créditos, organizaciones confiables y apertura de nuevos mercados. Como ya se mencionó, el Comercio Justo da estabilidad económica a los productores y fomenta las relaciones estables a través de contratos a largo plazo con los importadores, pero también facilita apoyo

financiero a los productores a través del acceso a créditos (una de las características del Comercio Justo es que en algunos casos el comprador le otorga crédito al productor), que son usados en la prefinanciación de la cosecha, el cubrimiento de costos de mantenimiento o mejorar la productividad.

En Bolivia, los productores tienen acceso al crédito para la financiación de inversiones productivas (más de 2 o 3 años); con tasas de interés similares a las del mercado internacional (8% por año; muy inferior a las tasas locales de 12% por año). En el caso de COCLA el comprador debe proporcionar facilidad de crédito por un máximo de 60% del valor del contrato. En el caso de Ecuador, FAPECAFES tiene la capacidad financiera para pagar anticipos antes o durante la cosecha, esto mediante el acceso a líneas de crédito con tasas interés del mercado internacional (en contacto con la Red Alternativa Europea facilitado por VECO), esto con el fin de evitar que las familias vendan anticipadamente su cosecha a los comerciantes locales para poder comprar comida.

Gracias a las facilidades de financiamiento, en los tres casos mencionados, los productores tienen mayor confianza en la organización, este fortalecimiento les brinda la oportunidad de autogestión y mejora las capacidades comerciales que dan seguridad a los productores. Los productores crean redes de comercio estables, clientes regulares, contratos a largo plazo y mejoran su credibilidad comercial. Tanto en Perú, como en Bolivia y Ecuador, el número de miembros que se unen a las organizaciones de Comercio Justo se ha incrementado. Para los productores este tipo de comercio es atractivo, porque lleva la voz de sus miembros y promueve sus intereses en el exterior. Además de reforzar sus capacidades de producción, les da estabilidad comercial y constituye una estrategia de sostenibilidad, por ello el incremento en el número de nuevos miembros y en los volúmenes de café.

En el caso de COCLA, el Comercio Justo no creó una estructura interna funcional completa, pero, este generó valiosos recursos financieros para el desarrollo institucional y el mejoramiento de sus capacidades comerciales, a través de la apertura de nuevos mercados. En los casos estudiados por Laroche & Guittard (2009), las cooperativas han desarrollado servicios que

están orientados a la capacitación, asistencia técnica, extensión y apoyo (a través de promotores) para acceder a la certificación orgánica y lograr que la remuneración sea más alta.

Otro aspecto del Comercio Justo, es que este brinda la oportunidad de abrir nuevos mercados de exportación para las organizaciones productoras. Los mercados de Comercio Justo y orgánico son nichos que los productores están aprovechando para exportar parte de su producción (ya que no toda es de Comercio Justo). En ese sentido, los productores han diversificado la gama de productos que ofrecen. En el caso de COCLA y FECAFEB la gama de productos ofrecida se ha diversificado, abarcando diferentes tipos de cafés, dependiendo de lo que los clientes quieran. Una sola cooperativa puede abastecer a un cliente con un tipo de café específico, con el fin de aumentar las ventas. Pero no solo se buscan nuevos mercados para exportar, COCLA también busca desarrollar sus ventas en el mercado local, donde se ha desarrollado una red de tiendas en las ciudades de Quillabamba, Cuzco y Lima, donde se venden diversos productos a los turistas y la población local, de los cuales tres tipos de café (gourmet, exportación y estándar) son producidos especialmente para el mercado local.

Nivel de Vida.

Laroche & Guittard (2009) encontraron que los productores de Comercio Justo han alcanzado el umbral de una vida sostenible, haciendo los sistemas de producción de café más rentables y atractivos para productores. En Perú, Bolivia y Ecuador, el mejoramiento de los ingresos y la estabilidad económica se ha traducido en una mejor calidad de vida para los miembros de las organizaciones productoras. Por ejemplo, los mayores ingresos generados por el Comercio Justo (el ingreso neto anual para las familias fue de 2850 dólares por año en promedio, unos 150 USD por año mayor que los ingresos de los no miembros), en los productores de COCLA, han provocado que los productores abandonen actividades poco rentables que antes tenían que realizar para aumentar sus ingresos, como la venta de mano de obra o la migración temporal.

En el caso de FECAFEB en los Yungas, los productores que venden el 80% de la producción de café en Comercio Justo obtuvieron en promedio 3620 USD por año, mientras que en la región el umbral de ingresos para una vida sostenible es de 1790 USD / familia, frente a 812 USD para el umbral de la supervivencia. Estos ingresos superiores permiten a las familias ahorrar e invertir en la educación superior de sus hijos o en una actividad comercial. En contraste, los productores que no están certificados por FLO o apenas venden el 30% de su producción en el esquema de Comercio Justo, no pueden alcanzar el umbral de la supervivencia básica y no cubren las necesidades básicas.

En Ecuador el precio de Comercio Justo y el de Comercio Justo más orgánico fueron 3 veces mayor al precio en el mercado tradicional. En periodo de cosecha los ingresos superaron los 2700 USD por año, con respecto al umbral de vida sostenible, que se estima es de 2500 USD anuales para una familia promedio con 3 niños. También, mientras que el salario promedio dentro del Comercio Justo alcanzó un mínimo de 15 USD por día, el salario agrícola local que reciben quienes están por fuera del Comercio Justo fue de 5 USD.

Capítulo 3: El sector cafetero colombiano y los posibles efectos del Comercio Justo

En esta sección se analizará, en primer lugar el sector cafetero colombiano, cómo funciona la institucionalidad cafetera y la importancia tanto social como económica de este producto. Así mismo, se examinará la crisis cafetera que afecta a los productores, y sus efectos en materia de producción, exportaciones, productividad, costos de producción e innovación. En segundo lugar, se analizarán cuáles podrían ser los efectos del Comercio Justo sobre el precio, el nivel de vida, la producción y las relaciones comerciales en base a lo analizado en los capítulos anteriores.

Sector cafetero colombiano

Institucionalidad cafetera.

Uno de los primeros pasos para la institucionalidad del gremio cafetero, fue la creación de la FNC en 1927, cuando los cafeteros colombianos se unieron con el fin de crear una organización que los representara nacional e internacionalmente. La Federación representa a más de 500 mil familias cafeteras y está presente en la mayoría de zonas rurales donde se produce café en Colombia, además es una organización democrática, independiente, participativa y federada cuyo principal objetivo es incrementar la calidad de vida de los productores colombianos de café. La FNC es una persona jurídica de derecho privado, apolítica y sin ánimo de lucro.

Entre las funciones que tiene la Federación están:

- Asegurar el mejor precio de compra al productor y desarrollar la actividad comercial del Fondo Nacional del Café en forma eficiente y sostenible.
- Conseguir que la caficultura sea competitiva, a través de una caficultura rentable y sostenible.

- Elevar las condiciones de vida de la población cafetera y tener caficultores educados y trabajadores cafeteros capacitados.
- Posicionar el café colombiano como líder del café de calidad.
- Generar mayor valor agregado al café colombiano.
- Crear un entorno internacional favorable.
- Lograr el equilibrio y fortalecimiento de sus finanzas y las del Fondo Nacional del Café. (Federación Nacional de Cafeteros [FNC], 2015)

Como se mencionó, la FNC tiene una estructura de representación gremial que vela por los intereses de los productores de café y sus familias. Esta estructura la componen, primero los cafeteros federados, que son aquellos que acreditan su condición con la cédula cafetera inteligente o la tarjeta cafetera inteligente. Después se encuentran los representantes, elegidos por los cafeteros cedulados, de los 366 Comités Municipales y de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros encargados de la organización y la representación de los cultivadores a nivel local. En tercer lugar está un comité directivo, el cual está compuesto por un representante de cada uno de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros. En cuarto lugar se encuentra el Comité Nacional de Cafeteros, que está conformado por representantes del Gobierno Colombiano (los Ministros de Hacienda, Agricultura, Comercio Exterior y el director del Departamento Nacional de Planeación) y de los departamentos cafeteros (un representante de cada uno de los 15 departamentos cafeteros) y por último, el Congreso Nacional de Cafeteros, máxima autoridad de la Federación. Éste está compuesto por los delegados de los departamentos donde funcionan los Comités Departamentales de Cafeteros.

13 años más tarde a la fundación de la FNC, se establece el instrumento más importante y poderoso de la política nacional cafetera, el Fondo Nacional del Café. Éste se crea en 1940 por iniciativa de la Federación y el apoyo del gobierno y surge de la necesidad de comprar inventarios

para así cumplir con el Convenio Interamericano de Cuotas de Exportación⁴ y se financiaría con recursos propios de los cafeteros (Cárdenas, 1993).

Los recursos del Fondo son de naturaleza estrictamente pública⁵. Por un lado, una parte viene de las contribuciones que hacen los cafeteros por ley, las cuales son de carácter parafiscal. Y del otro, las transferencias del gobierno con cargo al presupuesto nacional. Por esta razón, los estados financieros del Fondo Nacional Cafetero deben estar disponibles y sujetos al escrutinio público (Cano, Vallejo, Caicedo, Amador y Tique, 2012).

A lo largo de su historia, la FNC ha invertido en la creación de una serie de empresas destinadas al apoyo del sector cafetero colombiano: El Banco Cafetero, la Flota Mercante Grancolobiana, las compañías agrícolas de seguros, Almacafé – cuya labor es la de administrar los inventarios del grano–, Cenicafé – encargada de la investigación y transferencia de tecnología– y toda una estructura regional conformada por los comités departamentales de cafeteros y las cooperativas (Fonseca, 2003).

Una de las últimas inversiones del FNC se dio en septiembre del 2005, cuando la Federación creó la Sociedad Anónima Promotora de Café de Colombia (Procafecol), con el objetivo de impulsar una estrategia de agregación de valor a través de la venta de cafés procesados bajo marcas propias en los mercados internos y externos, en tiendas, grandes superficies y canales institucionales. La primera actividad de esta empresa se ha concentrado en la apertura de las tiendas

⁴ En este convenio los países productores miembros, incluidos Brasil y Colombia, fijaron cuotas para distribuirse el mercado estadounidense. Café de Colombia (2015).

⁵ El Fondo Nacional del Café es una cuenta parafiscal a la que exclusivamente contribuyen los cafeteros colombianos. El Gobierno de Colombia y la Federación acuerdan mediante un contrato de administración, los parámetros básicos para el uso de dichos recursos. El seguimiento a las políticas y programas adoptados le corresponde al Comité Nacional de Cafeteros FNC (2015).

Juan Valdez en Colombia y en el exterior. A comienzos de 2011 Procafecol anunció el inicio de su programa de expansión de tiendas a través de franquicias (Cano et al., 2012).

Cadena de valor del café.

La cadena de valor del café en el país, está compuesta por diversos agentes que participan en todo los procesos los cuales se resumen en la tabla 1, estos procesos abarcan desde la etapa de transformación, que es realizada por los productores y entre las cuales se encuentra el cultivo, la recolección, el despulpado, el tratamiento, el secado (o lavado), el cribado, la distribución y el almacenamiento. La siguiente etapa es la de comercialización, que es realizada por los operadores logísticos nacionales entre los que se encuentran las cooperativas regionales y las trilladoras particulares que reciben los granos verdes de los productores y se encargan de su limpieza y clasificación, para luego empacarlos y sellarlos. En este punto, el café ya está listo para ser exportado.

La FNC se encarga de dar el sello de aprobación, si el café cumple con los estándares de calidad que ésta exige, para ello se hace una prueba con el fin de verificar la calidad del café, la cual se divide en dos partes: Una primera selección que es pesada y calificada, luego de esta primera selección se toma una muestra que es tostada, molida y degustada en una taza de café debidamente preparada. Los expertos escogen si el café es merecedor de ser exportado o no. La regulación es realizada por las entidades que intervienen en el mercado cafetero interno y externo.

Las etapas siguientes de la transformación corresponden principalmente a las actividades con mayor valor agregado, que son realizadas por multinacionales dedicadas a la comercialización mundial y al procesamiento del café. Entre ellas se encuentran la torrefacción, la molida, la liofilización, la solubilización, el empaque y distribución.

Tabla 1. Cadena de valor del café

Cadena de Valor del café		
	Procesos	Participantes
Etapas de transformación	Cultivo	Productores de café
	Recolección	
	Despulpado	
	Tratamiento	
	Secado	
	Cribado	
	Distribución y Almacenamiento	
Centro de Acopio	Comercialización	Operadores logísticos nacionales: Trilladoras particulares y Cooperativas
	Trillado y clasificado	
	Empaque	
	Sello de aprobación	Federación Nacional de Cafeteros
Agremiaciones y entidades nacionales; asociaciones y organizaciones internacionales	Regulación	Entes regulatorios nacionales: Federación Nacional de Cafeteros, Fondo Nacional del Café, Almacafé, Cooperativas cafeteras, Centro Nacional de Investigación del Café (Cenicafé). Entes regulatorios internacionales: Organización Mundial del Café (OIC), National Coffee Association (NCA), Green Coffee Association (GCA), Specialty Coffee Association of America (SCAA) y Specialty Coffee Association of Europe (SCAE).
Industria torrefactora nacional e internacional	Torrefacción	Torrefactoras
	Molida	
	Liofilización	
	Solubilización	
Comercializadoras internacionales	Empaque y distribución	Torrefactoras comercializadoras

Fuente: Elaboración propia en base a García y Olaya (2006, p. 201-212)

Importancia económica y social del café.

El café es el motor de la zona rural colombiana. Antes de ser un producto de exportación, es un tejido social, cultural, institucional y político que ha servido de base para la estabilidad democrática y la integración nacional (Informe Final Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera, 2002). Desde comienzos del siglo XVIII, cuando los jesuitas introdujeron las primeras semillas del grano en el país, los cultivos de café empezaron a jugar un papel económico importante en la colonización de las tierras (Cárdenas, 1993). La expansión de cultivos de café en los primeros años del siglo XX estableció la dinámica del mercado interno, de los servicios públicos e institucionales, así como del transporte, que se fueron desarrollando de acuerdo con la expansión del cultivo del café en el territorio colombiano. El desarrollo del sector cafetero también jaló una cultura que se proyectó hacia el extranjero de forma exitosa. Así mismo, el café se convirtió en la principal fuente de divisas y el comportamiento del mercado internacional de este producto determinó la política cambiaria y comercial del país, algo que se iba a mantener hasta bien avanzado el siglo XX (Fonseca, 2006).

Condiciones de vida de las familias cafetaleras⁶.

Las condiciones de vida de los productores de café en Colombia han ido mejorando en los últimos años. Garcia, A y Soto, Y. (2012) recogen algunos datos de la calidad de vida en los municipios cafeteros, contrastándolos con los de los municipios no cafeteros. La información del año 2009 es comparada con la situación que tenían las familias cafeteras en el año 2003⁷. Para

⁶ Para esta sección se utilizan algunos de los resultados del trabajo “El Impacto de la caficultura en las condiciones de vida de los productores de Colombia” de Garcia, A y Soto, Y. (2012).

⁷ Las bases de datos del año 2003 no son suministradas por los autores debido a que éstas son privadas.

esto, los autores calcularon tres indicadores diferentes; el Índice de Calidad de Vida (ICV), el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) y el Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). Los principales resultados de este estudio, muestran como en los municipios cafeteros los anteriores indicadores son superiores a los de los municipios no cafeteros.

En relación al NBI, el 31.4 % de los hogares de los municipios cafeteros presentan incidencia de la pobreza, mientras que en los municipios no cafeteros presentan el 46%. En los indicadores simples, como las viviendas con hacinamiento crítico, con servicios inadecuados o viviendas inadecuadas también se presenta una diferencia a favor de los municipios cafeteros. Desde el año 2003 los hogares en condición de pobreza se han reducido un 20% en municipios cafeteros, mientras que en los municipios no cafeteros solo se ha reducido un 9.1%.

El Índice de Calidad de Vida ICV también es superior en los municipios cafeteros (47.1%), comparado con los municipios que no son cafeteros (41.7%). Entre los componentes del ICV, las condiciones y servicios de las viviendas presentan la mayor diferencia (4.5%) a favor de los municipios cafeteros. Respecto al año 2003, las condiciones de vida de los municipios cafeteros han mejorado un 11.5% y en los no cafeteros mejoraron un 8.5%.

Por último, desde la perspectiva del IPM, los hogares con incidencia de pobreza son menores en los municipios cafeteros (27.2%), en comparación con los municipios no cafeteros (42.9%). Entre los componentes de este indicador cabe resaltar el bajo logro académico, el cual es alto tanto para los municipios cafeteros (89.8%) como para los que no lo son (90.3%). El único componente que presenta diferencias a favor de los municipios no cafeteros es el de trabajo infantil con un 1.9%, frente a un 2.1% de los municipios cafeteros. Respecto al año 2003, se ha reducido el número de hogares con privaciones, aunque en los municipios cafeteros la disminución ha sido mayor, al pasar de 57.6% a 27.2%, mientras que en los municipios no cafeteros la disminución fue de 24.6%.

Tabla 2. Componentes NBI, ICV e IPM por tipo de municipio año 2009

	Cafeteros	No cafeteros
NBI	31,4%	46,0%
Viviendas con niños en edad escolar que no asisten a la escuela	1,7%	2,4%
Viviendas con alta dependencia económica	11,1%	13,5%
Viviendas con servicios inadecuados	9,6%	17,7%
Viviendas con hacinamiento crítico	7,9%	10,1%
Viviendas inadecuadas	14,4%	23,2%
ICV	47,9%	41,7%
Condiciones y servicios de la vivienda	22,9%	18,4%
Capital Humano	13,8%	13,3%
Características demográficas	4,6%	4,5%
Localización de la vivienda	4,2%	3,5%
Bienes Durables	2,4%	2,0%
IPM	27,2%	42,9%
Bajo logro académico	89,8%	90,3%
Sin aseo	51,7%	68,1%
Sin acueducto	36,1%	49,9%
Rezago escolar	32,8%	37,4%
Sin alcantarillado	32,1%	47,0%
Sin seguridad social	31,1%	41,4%
Pisos en tierra	21,1%	29,9%
Hacinamiento crítico	9,9%	11,8%
Sin electricidad	9,9%	23,5%
Inasistencia escolar	8,6%	9,1%
Malas paredes	2,6%	5,5%
Trabajo infantil	2,1%	1,9%

Fuente: Garcia, A y Soto, Y. (2012, p. 10-17)

Area cultivada.

Según la FNC (2015), de las más de 500 mil familias cafeteras colombianas, el 96% está conformado por familias campesinas que poseen unidades productivas menores a 5 hectáreas cultivadas de café. Como puede observarse en la tabla 3, para el año 2013 el área cultivada en el país fue de 974 millones de hectáreas, presentando una tasa de crecimiento del 4,6% respecto al año anterior. Los departamentos con mayor superficie cultivada fueron Huila, Antioquia y Tolima con 154 millones, 137,1 millones y 119 millones de hectáreas respectivamente; en Huila, el área cultivada en el año 2013, aumento en 11%, mientras que en Antioquia y Tolima el aumento fue de 2,6% y 5,4% respectivamente.

Tabla 3. Miles de hectáreas cultivadas por departamento con corte a diciembre

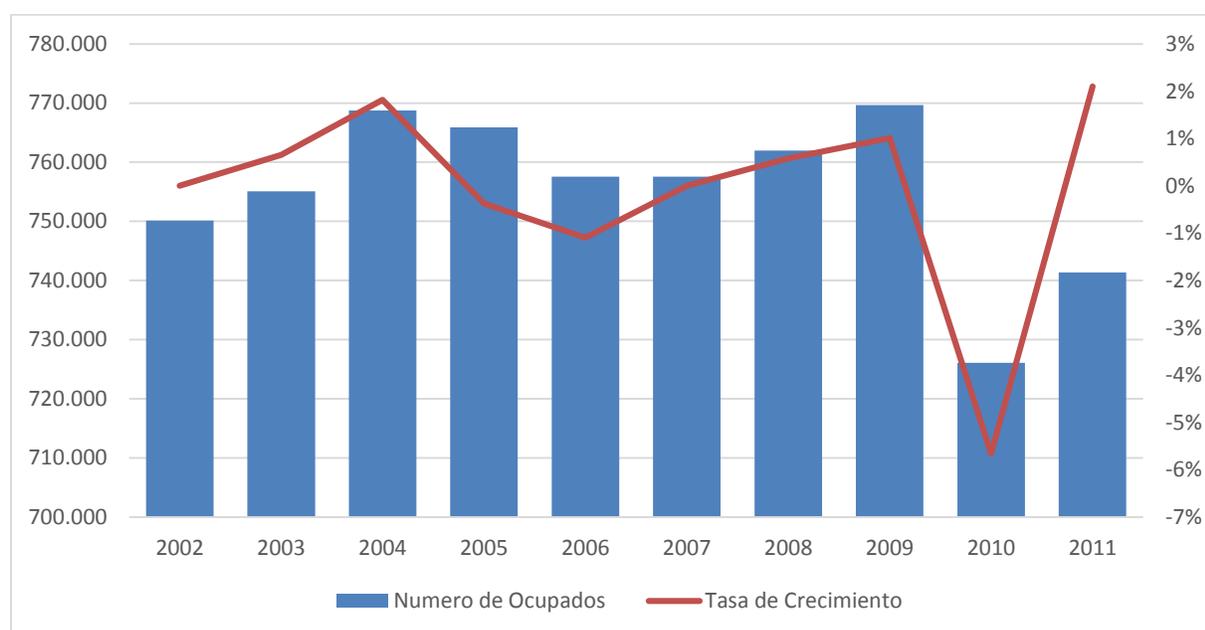
Departamento	2010	2011	2012	2013
Antioquia	131,12	131,17	133,61	137,13
Bolívar	n/d	n/d	n/d	1
Boyacá	11,14	11,27	10,35	11,49
Caldas	81,92	80,52	78,58	77,56
Caquetá	2,85	3,43	3,68	4,08
Casanare	2,61	2,74	2,92	3,2
Cauca	76,19	81,17	84,06	91,61
Cesar	24,23	26,19	28,69	30,77
Chocó	0,19	0,21	0,17	0,17
Cundinamarca	49,36	43,85	40,79	41,99
Guajira	5,28	5,79	6,21	6,77
Huila	117,84	129,15	139,14	154,49
Magdalena	18,87	19,76	20,56	21,26
Meta	2,59	3,01	3,23	3,6
Nariño	33,54	35,37	37,12	39,29
N. Santander	33,98	32,9	30,01	30,39
Putumayo	n/d	n/d	n/d	0,04
Quindío	43,37	31,07	30,18	28,88
Risaralda	52,88	52,56	52,32	52,27
Santander	44,58	45,23	46,83	50,27
Tolima	106,79	109,86	113,15	119,33
Valle	75,09	75,8	69,44	68,39
Total País	914,41	921,07	931,06	974,01

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la FNC

Empleo agrícola

El café se distingue de otros sectores de la economía debido a que si bien su participación en el valor agregado total es baja, su contribución a la generación de empleo de pequeños productores es alta, lo que hace que su aporte a la generación de ingresos para los hogares de esos productores también sea comparativamente alta en el sector agropecuario (Centro de Estudios Regionales, Cafeteros y Empresariales [CRECE], 2001). Según el documento CONPES (2004), en el país la industria cafetera genera más de un millón de empleos directos e indirectos, involucra a 560 mil familias de productores y es determinante en la vida rural y en el desarrollo socioeconómico de 590 municipios. Entre los años 2002 y 2011 el número de ocupados más bajo que se registró fue de 726.095 ocupados en el año 2010, mientras el más alto fue en el año anterior con 769.648; el mayor crecimiento en los ocupados fue en el año 2011 (2,1%), mientras las disminuciones más altas se presentaron en 2006 (1.09%) y 2010 (5.66%), como se observa en la grafico 2.

Grafico 2. Empleo agrícola directo generado en la producción de café (2002-2011)



Fuente: GEE-SIC (2012, p.69)

Crisis en el sector cafetero.

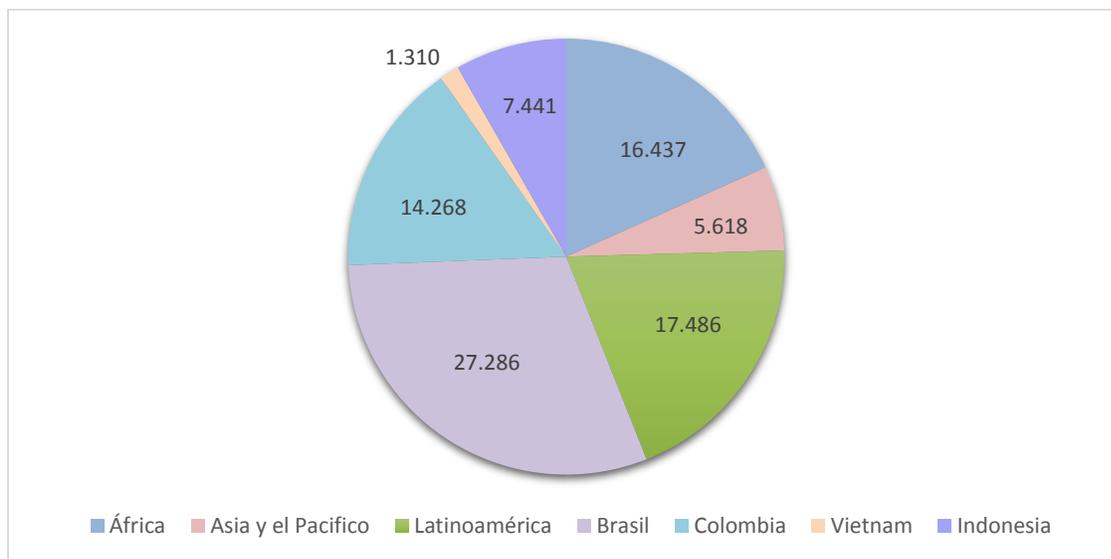
En el año 1989 se da el rompimiento del Acuerdo Internacional del Café⁸, lo cual lleva al país a una crisis cafetera, puesto que las reglas de juego que los países productores y consumidores habían creado para controlar el mercado fueron eliminadas y el café quedó a la deriva en un mercado libre y abierto, en el que la guerra de precios y el desorden en políticas de producción resultaban inevitables. Según el informe de la Misión Cafetera (Echavarría, Esguerra, McAllister, Robayo, 2014), después del rompimiento del Acuerdo Internacional del Café, el país tardó en adaptarse a las nuevas condiciones del mercado y apenas en años recientes ha venido a hacerlo en algunos campos. No ha sido fácil para los productores tradicionales responder a esta nueva realidad internacional en la cual nuevos países productores como Vietnam ingresaron al mercado. Además, productores tradicionales como Brasil aumentaron su producción. La competitividad, productividad, costos y rentabilidad se han visto afectadas por la falta de respuestas de los cafeteros a la crisis. Además, la institucionalidad actual de la FNC ha vuelto demasiado dependientes a los cafeteros y la crisis ha hecho que el gobierno tenga que desembolsar más subsidios y ayudas al sector, sin que estos sean una solución real a los problemas que viven los productores nacionales.

⁸ El Acuerdo Internacional de Café fue “un esquema de mercado controlado que operó de 1962 a 1988 (...) Bajo este esquema el mercado se controlaba mediante un conjunto de acuerdos establecidos en un Convenio Internacional del Café (firmado en 1962 y renovado en 1968, 1976 y 1983) y en el que las cláusulas económicas del mismo tenían el objetivo de realizar un equilibrio razonable entre la oferta y la demanda, sobre bases que garantizaran a los consumidores un adecuado abastecimiento de café a precios equitativos, y a los productores, un mercado seguro para el grano a precios adecuados.” Pérez-Grovas, s/f.

Producción.

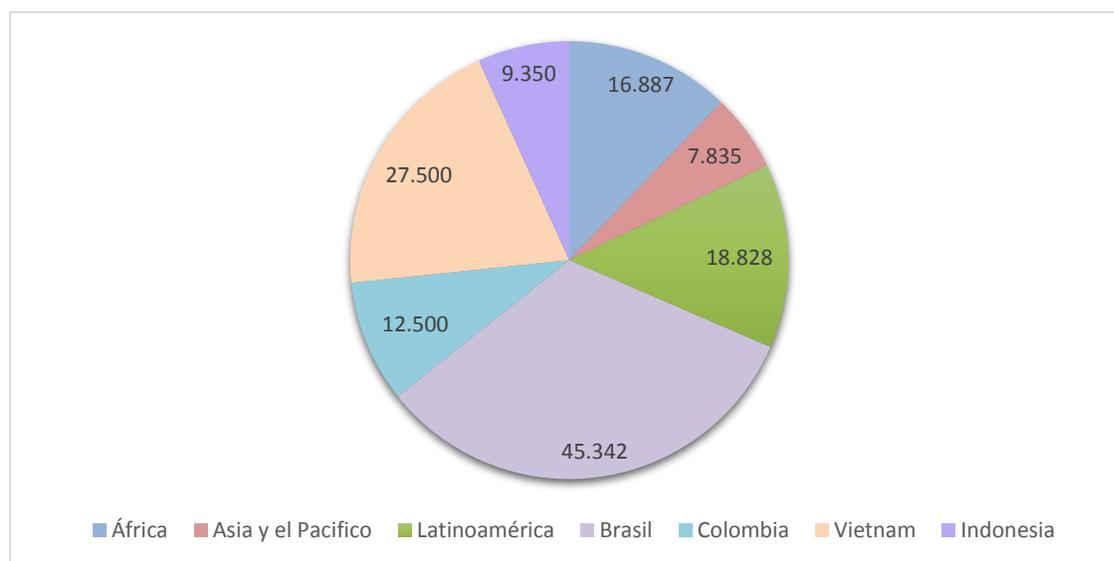
Para el año cafetero 1990/91 Brasil y Colombia producían el 46% de la producción total mundial. Como puede observarse en la grafico 3, Vietnam producía 1.31 millones de sacos en este periodo, mientras Colombia producía 14.26 millones de sacos. En el año cafetero 2014/15, como puede apreciarse en el grafico 4, la producción de Vietnam llegaba a los 25.5 millones de sacos, mientras Colombia producía 12.5 millones de sacos. Por su parte, Brasil paso de tener una producción de 27.28 millones de sacos en 1990/91 a 45.34 millones en 2014/15. Para este último año Brasil, Vietnam, Indonesia y Colombia producen el 69% de toda la producción mundial de café, aunque solo Brasil y Vietnam se encargan de más del 50% de la producción mundial.

Grafico 3. Participación en la producción total de café por países/zonas (año cafetero 1990/1991, miles de sacos de 60kg)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OIC

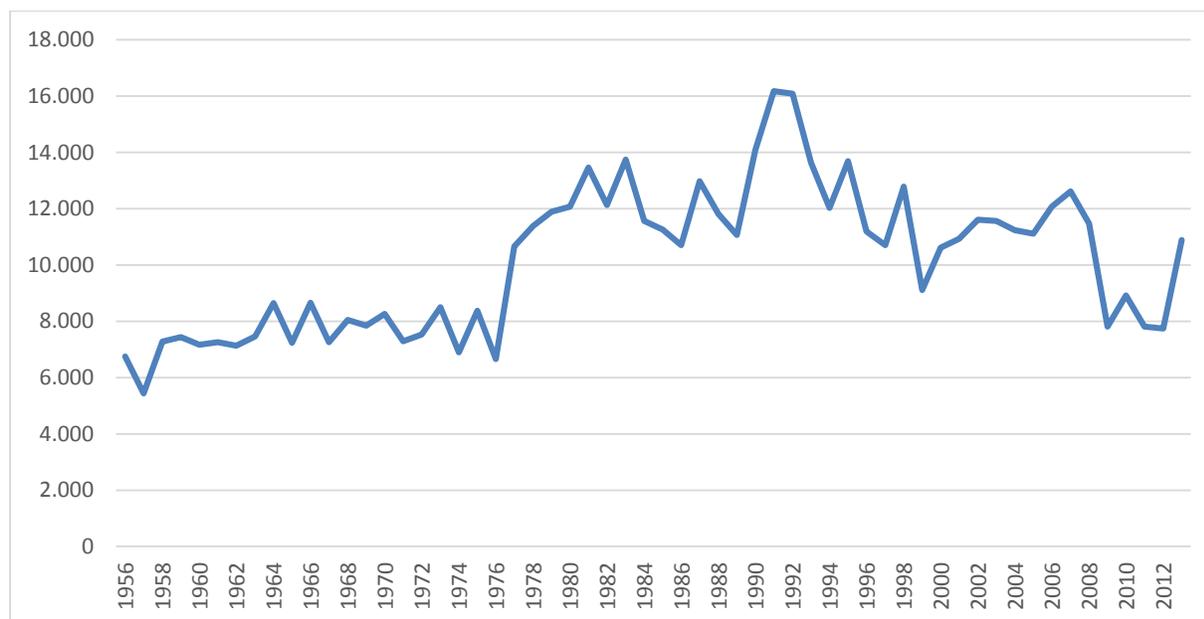
Grafico 4. Participación en la producción total de café por países/zonas (año cafetero 2014/15, miles de sacos de 60kg)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OIC

En la grafico 5 se puede observar la evolución de la producción nacional. Ésta se vio reducida desde el comienzo de la década de los 90, después del rompimiento del Acuerdo Internacional del Café; adicionalmente los cambios climáticos y las plagas contribuyeron a la reducción de la misma (Cano et al., 2012). Así, en el año 1991 la producción llegaba a 16 millones de sacos pero en el año 2009 los niveles de producción se asemejaban a los de la década del setenta.

Grafico 5. Producción Anual de Café en Colombia (1956-2011, Miles de sacos de 60 Kg)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la FNC

Otro aspecto a tener en cuenta es que en los últimos 25 años ha crecido considerablemente, el consumo de la variedad robusta (que es la variedad producida por Brasil y Vietnam), frente a la arábica (que es la principal variedad producida en el país). Así, “La producción de café robusta exhibió un gran dinamismo durante las últimas dos décadas, y su participación en el mercado mundial creció hasta 41% en 2012/13” (Echavarría et al., 2014, p.14). Este incremento en el consumo se debe a diversos factores, entre estos se desatacan el crecimiento del consumo de café de menor calidad en los países emergentes. Otro factor es que varios de estos países prefieren el consumo de café soluble, cuya demanda se ha duplicado en los últimos veinte años. También, en las mezclas de los tostadores que abastecen los distintos mercados, se ha preferido usar café de tipo robusta por su precio. Por último, cada vez se consume más café fuera de casa y se ha puesto de moda la preparación espresso, que en su mayoría utiliza robusta y otros cafés de menor calidad que el colombiano. Estos factores han tenido consecuencias devastadoras sobre el ingreso de los productores de cafés de mayor calidad y costo como es el colombiano (Echavarría et al., 2014).

Pérdida de productividad.

El Informe de la Misión Cafetera (Echavarría et al., 2014) destaca que la mayoría de los productores han visto disminuir su productividad en las últimas décadas. En el informe se presenta la evolución de la productividad (rendimiento por hectárea) en Colombia para diferentes fuentes y formas de medición; una de ellas es por medio de la relación entre el valor de la producción anual (que es suministrado por la Federación) y el área total cultivada (Sistema de Información Cafetera, SICA). La productividad medida con esta metodología prácticamente se duplicó entre los años 1970 (7.7 sacos por hectárea) y 1990 (14.1 sacos) en el país, con una tasa de crecimiento anual del 3,3%, gracias a la introducción de la variedad Caturra. A pesar de este crecimiento, entre 1990 y 2008 la productividad se mantuvo estancada y cayó fuertemente entre 2008 y 2012.

La Misión también tiene en cuenta la evolución de la productividad según datos suministrados por Independent Specialist Analysis of Global Agribusiness (LMC). Estos resultados son muy similares a los del SICA en el periodo entre 1985 y 1990, aunque difieren para los años 1990 a 2007, donde la productividad tiende a crecer. Según los cálculos de LMC, el nivel de 17.1 sacos por hectárea en ese último año es superior a los 14.5 sacos (área productiva) que se obtienen del SICA para el mismo año. Aunque las estimaciones de LMC reflejan un crecimiento, éste es menor al de otros países que se consideran “exitosos”, ya que tuvieron tasas de crecimiento altas (Vietnam, Guinea, Perú, Nicaragua Etiopía, Brasil, India, Honduras, Venezuela, Uganda, Guatemala, y Papúa Nueva Guinea).

Por ejemplo, en el año 1990 Colombia producía 14.2 sacos por hectárea, mientras la producción de Vietnam era de 11.1 sacos y 7.7 sacos en Brasil. En 2006/07 y 2007/08 (promedio) a pesar de que el país había aumentado su productividad (17 sacos), era superado por Vietnam (36.6 sacos) y Brasil (20.4 sacos) y para 2010/11 a 2011/12 mientras que en el país disminuía la

productividad (11.5 sacos) la de Vietnam y Brasil aumentaba 39.3 sacos y 24 sacos respectivamente.

Tabla 4. Tasa de crecimiento de la productividad en Colombia, Vietnam, Brasil, Nicaragua y Honduras (1990-2013 y 2000-2013)

Periodos	1990-2013	2000-2013
Colombia	-13%	-20%
Vietnam	280%	56%
Brasil	185%	>40%
Nicaragua	142%	>40%
Honduras	85%	99%

Fuente: Echavarría et al. (2014)

Entre los años 1990 a 2013 la productividad cayó 13% en Colombia y creció 280% en Vietnam, 185% en arábica en Brasil, 142% en Nicaragua y 85% en Honduras. En forma similar, en el período 2000 a 2013 la productividad cayó 20% en Colombia, mientras que aumento 99% en Honduras, 56% en Vietnam, y un poco más de 40% en arábica en Brasil, en Nicaragua y en Perú.

Costos de producción.

La Misión analiza la evolución de los costos de producción para varios países. En este aspecto, entre los periodos de 1987 a 2008 y 1987 a 2012 los costos de producción han descendido para todos los países (excepto arábica en Brasil); sin embargo, los costos han disminuido menos en Colombia que en los demás países (obsérvese en la tabla 5). Por ejemplo, en Colombia los costos descendieron a una tasa anual de 2.87% y 1.86%, respectivamente, mientras en Brasil y Vietnam (Café robusta) los costos descendieron 3.11% y 3,31%, y 3.24% y 3.34%; y en Honduras y Nicaragua (café arábica) el descenso fue de 4.08% y 4.02% y 3.03% y 3.01%. De igual forma, a pesar de que entre 1987 y 2012 los costos reales cayeron 27% en Colombia, en otros países

cayeron mucho más que en el país; en Brasil (robusta) la caída fue del 65%, en Honduras 55%, en Nicaragua 47% y en Vietnam 45%. Solo Brasil en arábica tuvo una menor caída (-16.8%).

Tabla 5. Tasa de crecimiento de los costos de producción en Colombia, Vietnam, Brasil, Nicaragua y Honduras (1987-2008 y 1987-2012)

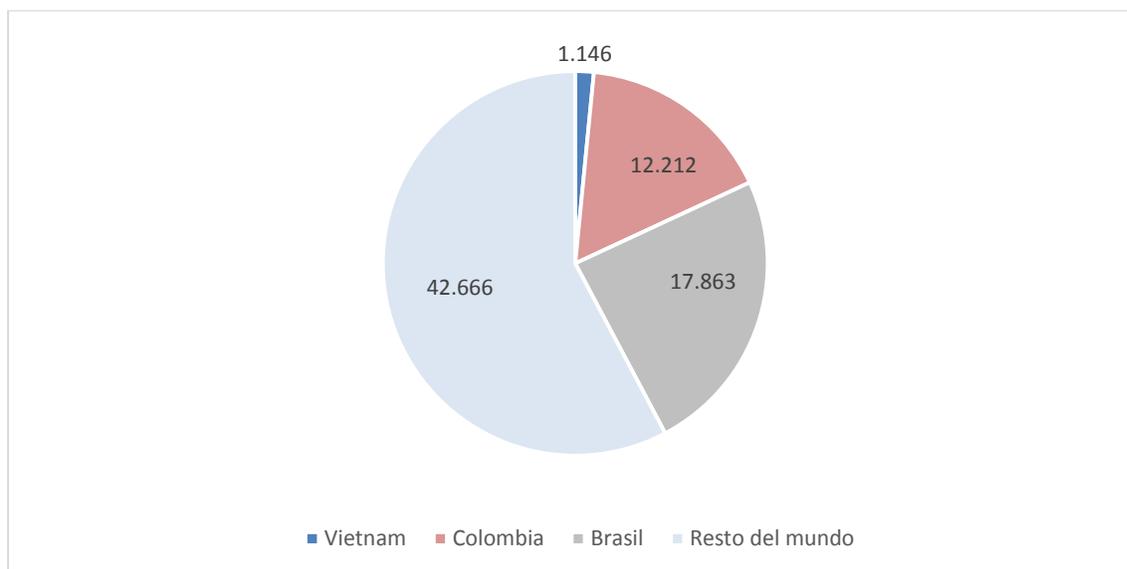
Periodos	1987-2008	1987-2012
Colombia	-2,87%	-1,86%
Vietnam	-3,24%	3,34%
Brasil (robusta)	-3,11%	-3,31%
Nicaragua	-4,08%	-4,02%
Honduras	-3,03%	-3,01%

Fuente: Echavarría et al. (2014)

Exportaciones.

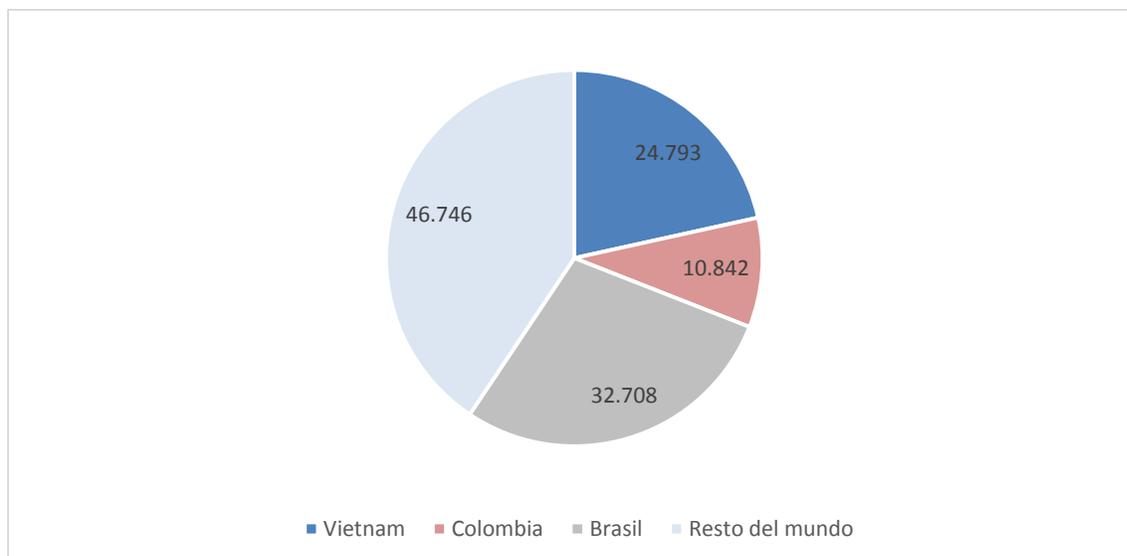
La pérdida de terreno en el mercado internacional por parte del país no solo se vio reflejada en la producción, también la participación del país en las exportaciones mundiales disminuyó, mientras que otros países aumentaron su cuota exportadora. Como se puede observar en los gráficos 6 y 7, en el año cafetero 1990/91, Vietnam participaba con 2% de las exportaciones mundiales, mientras que para el año cafetero 2013/2014 aumentó su participación al 22%. Colombia pasó de tener una participación del 16% al 9% y Brasil aumentó su participación del 24% al 28% en este mismo periodo. El aumento de la participación de Vietnam y Brasil, en contraste con la pérdida de participación de Colombia también podría explicarse por el incremento de las últimas décadas en el consumo de la variedad robusta frente a la arábica.

Grafico 6. Participación en las exportaciones de café por países/zonas (año cafetero 1990/91, miles de sacos de 60kg)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OIC

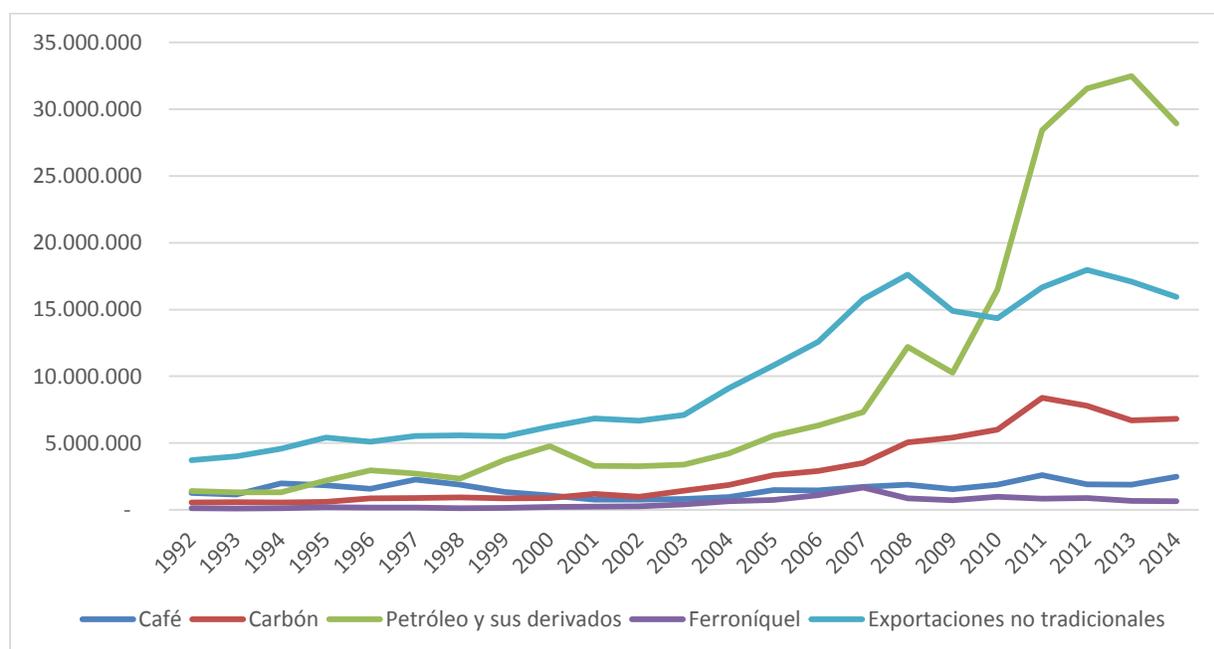
Grafico 7. Participación en las exportaciones de café por países/zonas (año cafetero 2013/14, miles de sacos de 60kg)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OIC

La pérdida de peso macroeconómico del sector cafetero en la economía colombiana, no solo se debe a la ruptura del acuerdo internacional en 1989; un mayor dinamismo de las exportaciones menores del país y de los hidrocarburos, contribuyó a la pérdida de valor económico del café en las últimas décadas (ver Gráfico 8).

Gráfico 8. Exportaciones de café, petróleo y sus derivados, carbón, ferroníquel y exportaciones no tradicionales 1992-2014 (miles de millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco de la Republica

Participación del café en el PIB.

El café también presentó una pérdida de importancia en el PIB. Como se puede observar en la tabla 6, en 1990 el café representaba el 16,3% del PIB agropecuario y el 2,64% del total del PIB de Colombia, mientras que en el año 2012 la participación llegaba a 8,2% en el PIB agropecuario y a 0.50% en el total del PIB nacional, esto como resultado de la crisis del sector y al dinamismo de otros sectores que le restaron participación al café en la económica nacional.

Tabla 6. Valor agregado de las actividades de cultivo de café, participación en el PIB total y PIB agrícola 1990-2005-2012 (Valores a precios constantes)

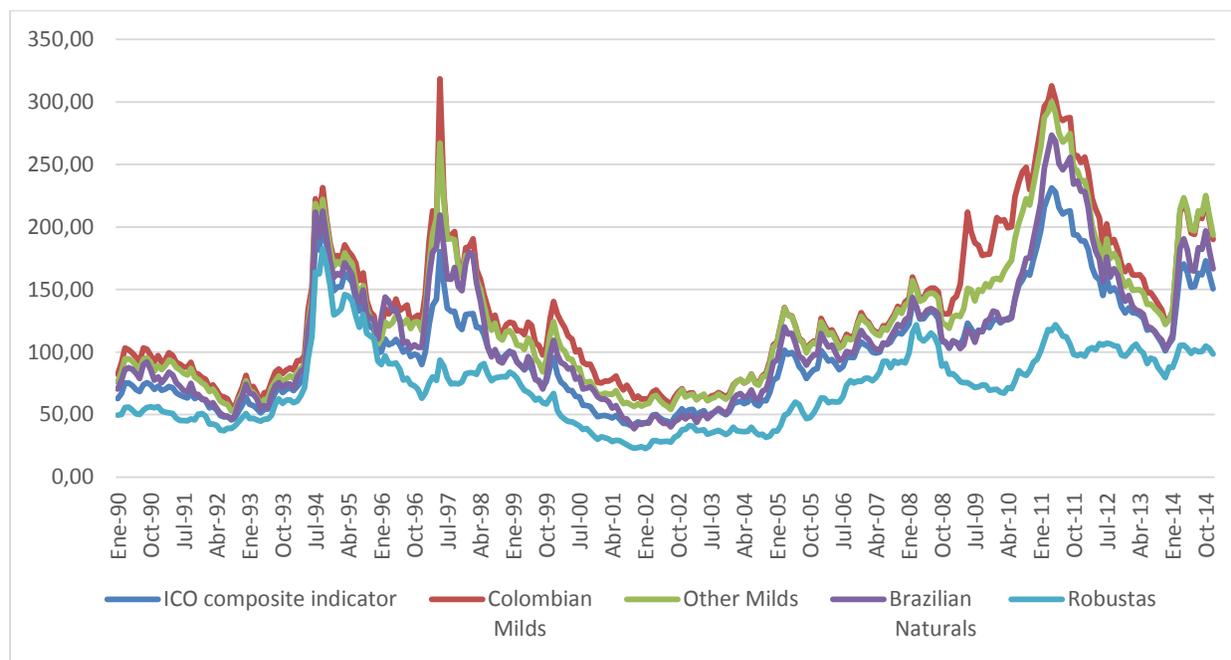
Año	1990 a precios constantes 1994	2005 a precios constantes 2005	2012 a precios constantes 2005
Cultivo de café	1.502	2.996	2.386
% cultivo de café en el PIB agrícola	16,30%	11,40%	8,20%
% cultivo de café en el PIB	2,64%	0,88%	0.50%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del DANE

Precio internacional y nacional.

Según GEE-SIC (2012) el rompimiento del Acuerdo Internacional del Café en 1989, explica la inestabilidad del precio internacional del grano en las últimas décadas. Los ingresos de los países productores se vieron reducidos debido al incumplimiento de las cuotas, e intentando compensar la caída de los ingresos, los países productores comenzaron a exportar mayores volúmenes, incrementando la oferta y reduciendo el precio, lo que llevo al sobreabastecimiento mundial, a que los inventarios en manos de los tostadores sirvieran para realizar maniobras especulativas y la caída vertical de los precios. En este mismo sentido, la Misión Cafetera explica que el incremento de los precios generó un incentivo a nuevos productores para entrar en este mercado, estos nuevos productores tenían costos menores que los productores tradicionales. En el gráfico 9 se puede observar la volatilidad de los precios indicativos OIC por grupos mensual para el periodo de 1990 a 2014.

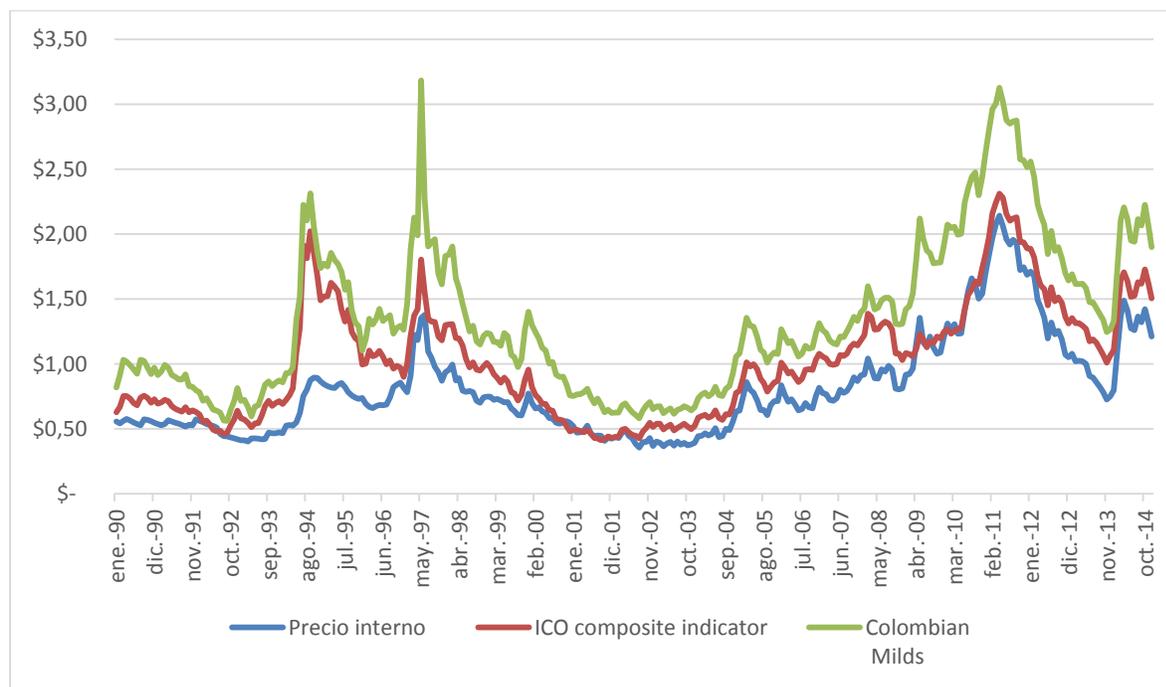
Grafico 9. Precios indicativos OIC por grupos (mensual 1990-2014). Centavos de dólar por libra



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OIC

Respecto al precio interno, la FNC ofrece a todos los cafeteros la garantía de compra, mediante la publicación de un precio base de mercado que se calcula de acuerdo con la cotización de cierre en la Bolsa de Nueva York del día, la tasa de cambio del día y el diferencial o prima de referencia para el café colombiano. Como se observa en el grafico 10, el precio interno del café presenta volatilidad al igual que el precio indicativo compuesto e indicativo para suaves colombianos. Además se puede apreciar que el precio base interno del café colombiano es menor que el precio indicativo OIC, el precio interno tiene en cuenta los costos y gastos de comercialización (almacenamiento, transformación, exportación y transporte, así como los financieros en que se incurren en el proceso de exportación), a pesar de que la FNC intenta dar un “precio justo” a los productores, estos siguen siendo vulnerables a las caídas internacionales que finalmente afectan el precio interno.

Grafico 10. Precio base interno colombiano, precio indicativo compuesto y suaves colombianos OIC (mensual 1990-2014). Centavos de dólar por libra



Fuente: Elaboración propia en base de datos de la FNC y el Banco de la Republica

Institucionalidad y competitividad.

El informe de la Misión Cafetera también sugiere que la intervención de la FNC y el gobierno es mayor en Colombia que en otros países y que si bien estas intervenciones buscan beneficiar a los productores de café colombianos, pueden ser desfavorables para la calidad, la producción y la productividad y en últimas, perjudicar los ingresos de los caficultores, en la medida en que éstas desalientan las inversiones, provocan el traslado de los recursos más productivos hacia otras actividades o reducen los incentivos para la innovación. Después de la ruptura del Acuerdo Internacional del Café en 1989, la industria cafetera mundial cambió a través de la innovación. Con la diferenciación del producto surgieron numerosos tipos de cafés especiales, las tiendas de Starbucks o los cafés mono dosis son el ejemplo de las nuevas formas de comercialización

mayorista y la distribución del producto al consumidor, las cuales han fortalecido a los grandes comercializadores. Colombia no se ha quedado atrás en estos cambios, pero no ha estado entre los innovadores, sino entre los que siguen estas nuevas tendencias. Respecto a la innovación, la Misión explica que han sido obstaculizadas o retardadas en el sector cafetero colombiano por la interferencia de la FNC y aunque es difícil encontrar evidencia directa de los efectos de las intervenciones sobre la innovación, ya que ésta no es previsible y por ende es difícil establecer qué se deja de hacer por las intervenciones, para el caso colombiano hay varios ejemplos de innovación obstaculizada o retardada por la FNC:

- Durante el Acuerdo Internacional del Café, la estandarización del café exportable fue la estrategia básica de comercialización. Después del rompimiento del acuerdo, durante la década del noventa, Colombia mantuvo esta estrategia a pesar de las tendencias a la diferenciación en los mercados mundiales. Además, todavía no se ha cambiado en este sentido. Los estándares de calidad del café de exportación que establece la FNC son únicos de Colombia y dado que hay estándares internacionalmente aceptados (tales como el SCAA12), los estándares del país resultan innecesarios.
- A pesar de que habían nuevas regiones de producción cafetera en el país, éstas no se vieron reflejadas hasta la estructura de representación de la FNC hasta el año 2003; el censo cafetero de 1997 mostraba la alta productividad de estas zonas, pero nunca fueron aprovechadas.
- La FNC condiciona las variedades de café que pueden adoptar los caficultores. La FNC ha bloqueado la introducción de cafés robustas.
- La FNC rechazó aliarse con la naciente Starbucks en los años ochenta; a pesar de ello, copió el modelo de negocios de esta compañía a partir del año 2003 con las tiendas Juan Valdez.
- No se ha tenido en cuenta el potencial del mercado doméstico, que es abastecido con cafés de baja calidad. Además, los colombianos carecen de conocimiento y sofisticación en el consumo de café.
- Solo hasta ahora se están consolidando los primeros clústeres regionales de la industria cafetera, el más importante de ellos en el departamento de Tolima, bajo el liderazgo de entidades diferentes a la FNC.

El sector cafetero colombiano no ha respondido de la mejor manera a la crisis del café desatada desde 1989 con el rompimiento del Acuerdo Internacional del Café. Ha perdido protagonismo tanto en el mercado internacional como en el nacional, la producción y las exportaciones han disminuido y tanto nuevos productores como tradicionales han aumentado su participación. Además, la productividad y los costos de producción en el país continúan siendo mayores que de los productores de algunos países competidores. Lo anterior, sumado a la inestabilidad de los precios ha creado un ambiente desfavorable para los caficultores colombianos, que en estas condiciones no pueden obtener mejores ingresos. A ello se suma la falta de reacción por parte de la FNC después de la crisis, que retardó y obstaculizó procesos que buscaban innovar en el sector. En este aspecto Colombia se quedó atrás, permitiendo que otros países tomaran su lugar en el mercado mundial.

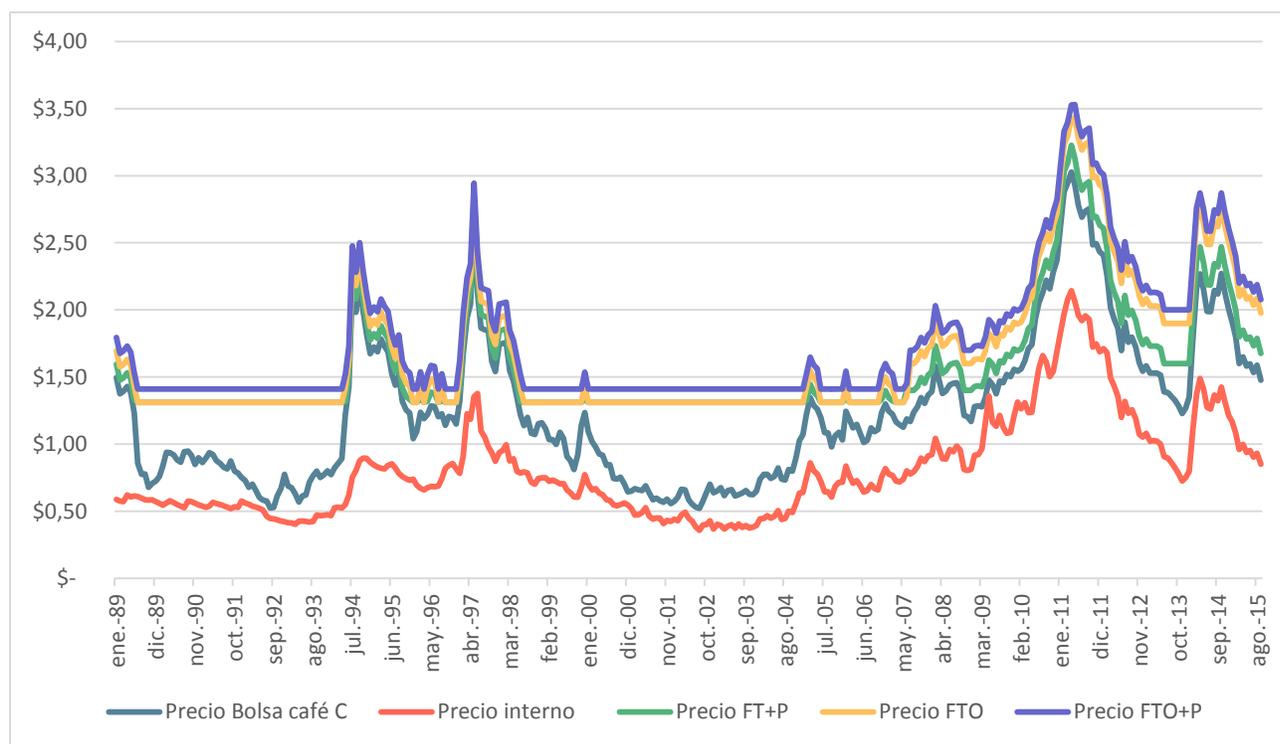
Posibles efectos del Comercio Justo en los productores colombianos

Efecto en los precios.

Entre los problemas a los que se enfrentan los productores de nuestro país se encuentra la volatilidad de los precios. En este caso, el precio mínimo del Comercio Justo actúa como un seguro para los productores. Como puede observarse en la gráfica 11 para el caso Colombiano, mientras el precio del café esté por encima del precio mínimo, seguirá siendo mejor para los productores vender en este tipo de comercio ya que está obteniendo más por cada libra vendida en Comercio Justo, de lo que obtendría si la vendiera en el mercado convencional. Pero el efecto precio se puede observar mejor cuando los precios en el mercado internacional (el precio del café en la bolsa de New York se transa bajo el contrato “C”) caen demasiado, como por ejemplo, terminando el año 1989. En ese entonces comenzó una caída de los precios, que alcanzaron su nivel mínimo en agosto de 1992, cuando el precio en la bolsa fue de 0,52 USD por libra, o iniciando la década del 2000

cuando se dio nuevamente una caída de los precios (alcanzado en agosto del 2002 el precio en bolsa de 0,52 USD por libra). En estos periodos, la diferencia entre el precio interno y el precio de Comercio Justo fue de 195% en agosto de 1992 y 267% en agosto del 2002. Mientras los precios internacionales estaban por el suelo, el precio de Comercio Justo pagaba mucho más por cada libra vendida en este mercado.

Grafico 11. Evolución precios de NY, precio interno y precio de Comercio Justo para café arábica mensual (enero 1989- septiembre 2015). Centavos de dólar por libra



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la FNC, el Banco de la Republica e Indexmundix.

Respecto al precio mínimo, la prima de Comercio Justo y la prima orgánica también tuvieron cambios a través de los años. A principios de los 90 el precio mínimo que se pagaba a los productores era de 1,21 USD, la prima social era de 0,10 USD y la prima orgánica de 0,10 USD. Esto hasta el 2007, cuando el precio mínimo aumentó a 1,25 USD por libra, la prima social a 0,15

y la prima orgánica a 0,20 por libra. A partir del 2011 el precio mínimo es de 1,40, mientras que la prima social es de 0,20 y la orgánica de 0,30 USD por libra. Como ya se mencionó el efecto precio podría traer una estabilidad económica y mejorar los ingresos de los productores de café colombianos de forma similar a como ha ocurrido con los productores de café en Bolivia, Ecuador y Perú, donde este efecto fue de vital importancia ya que de la estabilidad y los mayores ingresos generados por el Comercio Justo, se desprendieron los demás efectos.

Como se mencionó antes, cuando los mercados son perfectos, una caída del precio llevaría a los productores a cambiar de actividad. Sin embargo, para el caso de los productos agrícolas como el café, existen fallos de mercado que no permiten que eso ocurra (el mercado no suministra acceso a recursos y las capacidades de los productores son limitadas). De esta manera, el Comercio Justo ayudaría con la estabilidad en los precios a que los productores puedan seguir en la producción de café.

Efecto en la producción.

Otro de los efectos que podría esperarse de la implementación del Comercio Justo en el país, se vería reflejado en la producción. Uno de los problemas que atraviesa el sector cafetero es la pérdida de la productividad y los altos costos de producción a los que se deben enfrentar los caficultores colombianos. A pesar de que en Colombia existe la FNC y de que los productores hacen una contribución parafiscal para mejorar el sector, la productividad no ha aumentado al mismo ritmo que en los países competidores. Además, probablemente, la falta de recursos financieros y la volatilidad del precio (que hacen parte de los fallos del mercado que enfrentan los productores) han frenado inversiones para mejorar la productividad, esto podría cambiar con los mayores ingresos que generan un precio más alto y la prima de Comercio Justo.

Como se pudo observar en el caso de Perú y Ecuador, los mayores ingresos provenientes del Comercio Justo podrían ser invertidos en mejorar la productividad, en estos países una parte de los ingresos de más que recibieron los productores se destinaron para mejorar en este aspecto.

Así mismo, FLO exige que de la prima de Comercio Justo, 0,5 USD por libra deben invertirse en proyectos o acciones que mejoren la calidad o productividad del bien. Tanto la calidad (con los altos estándares de FLO) como la inversión en productividad, pueden mejorar la producción de los caficultores colombianos. El Comercio Justo podría mejorar la productividad de los caficultores colombianos, manteniendo la calidad que caracteriza la producción nacional.

En el caso de los costos de producción el panorama es diferente, al igual que Colombia, en Perú, debido a la localización de los cultivos en la zona andina, no es posible reducir los costos de producción tan fácilmente, las características de la zona de producción (Pequeñas y elevadas parcelas, difícil acceso), harían imposible, por ejemplo, la implementación de la mecanización, la cual fue aplicada en Brasil y donde fue posible reducir los costos de producción sin afectar la calidad. Por ello la distinción de cafés ya sean de Comercio Justo u orgánicos específicamente para mercados de calidad, son una alternativa para mantener la producción en estas zonas y aumentar los rendimientos por las ventas.

Efecto en las relaciones comerciales.

Si bien es cierto que la FNC ha dado cierta estabilidad a los productores de café al garantizar la compra de la cosecha, el paro cafetero del año 2013 dejó en claro las diferencias entre los productores y la Federación, los caficultores no se sienten representados por esta institución. A través del Comercio Justo se puede suavizar la relación entre los caficultores y la Federación, promover la autogestión y disminuir la dependencia hacia la misma. En el país no se puede negar la importancia que la Federación tiene en la comercialización del café, pero tampoco la dependencia que ésta ha generado para los cafeteros. En este aspecto, el Comercio Justo ha ayudado a fortalecer a las organizaciones de productores en otros países, brindándoles la oportunidad de autogestionarse y mejorar sus capacidades comerciales.

Los productores de café colombianos podrían comercializar su café sin necesidad de la intervención de la FNC, en mercados estables, con contratos a largo plazo y conseguir clientes

recurrentes. Además, estos también se verían beneficiados de los créditos y de la apertura de nuevos mercados. Al mejorar el precio los productores podrían también hacer inversiones para diversificar sus productos, tal vez no cambiando a otros cultivos, pero si produciendo café de mayor calidad para el mercado de café interno; podrían diversificar la gama de productos que ofrecen y enfocar parte de las ventas al mercado local, a la cual se le ha dado poca importancia, desarrollando una red comercial de tiendas a nivel local, esto con el fin de vender café de calidad a la población local, como fue el caso de COCLA en Perú. Esta sería además una estrategia para hacer frente a la menor demanda de café suave colombiano en relación con la demanda de cafés de menor calidad como las robustas en el mercado internacional.

La prima de café orgánico sería un incentivo para que los productores colombianos se certifiquen e ingresen en este nicho de mercado, el cual tiene buenas perspectivas, según datos de la OIC, entre el año cafetero 2004/2005 al 2011/2012 las exportaciones a escala mundial de café orgánico han experimentado un incremento cercano al 182.4 %; en el año 2014, el 43% de las ventas de café de Comercio Justo también poseían la certificación de producción orgánica. En el caso de Perú, Ecuador y Bolivia las organizaciones de productores de Comercio Justo, tienen programas que buscan que los productores se certifiquen también en café orgánico y aprovechen las mayores ganancias que este les traería. Además, este nicho de mercado también ayudaría a contrarrestar el problema de menor demanda del café colombiano.

Efecto en el nivel de vida.

En los casos analizados, uno de los principales efectos que trajeron los mayores ingresos y la estabilidad económica, fue el mejoramiento de la calidad de vida de las familias cafeteras. En el país la mayoría de productores de café son familias que practican la agricultura a pequeña escala y tienen en su mayoría menos de 5 hectáreas. Estos mayores ingresos se podrían invertir en recursos financieros, físicos y de capital humano y social, que como se analizó son fallos del mercado que enfrentan los productores a la hora de querer invertir para mejorar su situación.

Los ingresos extras que tienen los productores, como se vio anteriormente, pueden ser usados para hacer inversiones en educación (Bolivia), pero también se pueden invertir en recursos financieros para el desarrollo de nuevos productos y el apoyo técnico y capacitaciones para mejorar la calidad, como es el caso de Perú. Aunque lo que realmente queda claro es que las familias tendrán mayores ingresos y mejoraran su condiciones de vida, tal como los tres casos analizados.

Capítulo 4: Conclusiones

El Comercio Justo se justifica dada la existencia de fallos del mercado que afectan a los productores de los países menos desarrollados, estos fallos que no son tenidos en cuenta en los modelos basados en mercados perfectos, afectan a los productores de los países pobres debido a que sus capacidades son limitadas y que estos se encuentran en condiciones de riesgo e incertidumbre. En este contexto, el Comercio Justo -como una estrategia de desarrollo económico y social para beneficiar a los pequeños productores- puede contribuir en la construcción de las capacidades y la reducción del riesgo e incertidumbre de los productores, para enfrentar estos fallos y así poder mejorar su situación.

Las experiencias en la región muestran que el impacto del Comercio Justo es positivo para los pequeños productores y sus familias por efectos de la estabilidad económica, la obtención de mejores precios por la venta de su producción, la mejora de las relaciones comerciales y un mayor desarrollo de sus capacidades, así como la reinversión económica. Al obtener mayores ingresos económicos, los productores aumentan de manera significativa las posibilidades de mejorar su nivel de vida.

La crisis en el sector cafetero colombiano que se presentó después del rompimiento del Acuerdo Internacional del Café en 1989, se debe principalmente a que las reglas de juego que mantenía una estabilidad en el mercado mundial del café fueron eliminadas. La inestabilidad en los precios y los desórdenes en las políticas de producción, así como la aparición de nuevos países productores, el fortalecimiento de productores tradicionales y el incremento del consumo de la variedad robusta frente a la arábica, llevaron a una pérdida de importancia de Colombia en el mercado cafetero mundial. Además, los cambios presentados en la industria cafetera mundial, que cambio la forma de comercialización y distribución del producto, sumado a la falta de reacción por parte de la FNC, que retardó y obstaculizó procesos que buscaban innovar en el sector, trajeron graves efectos sobre el mismo.

Lo anterior ha tenido consecuencias para los productores de café colombianos, que han visto como la producción y las exportaciones de café se ven disminuidas y como otros sectores le quitan participación en el mercado local. Además, la productividad y los costos de producción son mayores en nuestro país, comparados a los que enfrentan los productores ubicados en países competidores. Las condiciones del mercado internacional, así como del mercado local, han creado un ambiente desfavorable para los productores colombianos que en este contexto no pueden mejorar sus ingresos.

El Comercio Justo puede ser una respuesta a la crisis que enfrentan los caficultores colombianos. Desde la perspectiva de los pequeños productores colombianos y de las experiencias de países de la región similares al nuestro que implementaron el modelo de Comercio Justo, este traería efectos principalmente en cuatro aspectos: En los ingresos y la estabilidad económica a través del precio mínimo. En la producción, permitiendo a los productores invertir en productividad y calidad. En las relaciones comerciales, con organizaciones fuertes, la apertura de nuevos mercados y mayor estabilidad comercial. Y por último, mejorando la calidad de vida de los caficultores y sus familias.

Se debe tener en cuenta que el Comercio Justo no es una solución total para los productores de café colombianos, pero es una alternativa para que muchos cafeteros puedan mejorar su situación. Los requisitos y condiciones que deben cumplir, así como los costos que deben pagar para obtener la certificación y las condiciones socioeconómicas iniciales que presentan los caficultores, son un obstáculo que no todos pueden pasar. Es por esto, que la asociatividad toma un papel importante a la hora de cumplir objetivos y metas en común.

Por último, la FNC tiene características similares a las del modelo de Comercio Justo (asociatividad, entidades como Cenicafé y Almacafé que facilitan la investigación y la comercialización del grano, garantía de compra, precio mínimo). Sin embargo, los productores se sienten inconformes con esta entidad, debido a que a pesar de la contribución que hacen a la misma, siguen presentando problemas en varios aspectos que se traducen en ingresos y nivel de vida bajos.

Referencias

- Cano, C., Vallejo, C., Caicedo, E., Amador, J. S., & Tique, E. Y. (Mayo de 2012). *El mercado mundial del café y su impacto en Colombia*. (B. d. República, Ed.) Obtenido de Borradores de economía: <http://www.banrep.gov.co/es/borrador-710>
- Cárdenas, J. (17 de Noviembre de 1993). *La industria del café en Colombia*. Obtenido de Federación Nacional de cafeteros: www.federaciondefcafeteros.org
- Cecon, B. (2008). *El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*. Ciudad de México: CopIt Arxives. Recuperado el 2015, de <http://scifunam.fisica.unam.mx/mir/copit/SC0002ES/SC0002ES.html>
- Centro Regional de Estudios Cafeteros y Empresariales (CRECE). (2001). *Cuantificación de los Impactos Micro-Macroeconómicos y Sociales de la Crisis Cafetera en Colombia*. Recuperado el 2015, de <http://www.cafedecolombia.com/docs/ensayos182002/articulocrisiscafetera-crece.pdf>
- Cotera, A. (2009). *COMERCIO JUSTO SUR-SUR Problemas y potencialidades para el desarrollo del Comercio Justo en la Comunidad Andina de Naciones*. Lima, Perú: A4 Impresores SRL. Recuperado el 2015
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (3 de Mayo de 2004). *Seguimiento y directrices para el nuevo enfoque de la política cafetera*. Recuperado el 2015, de Departamento Nacional de Planeación (DNP): <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3286.pdf>
- Dragusanu, R., Giovannucci, D., & Nunn, N. (2014). The Economics of Fair Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 217-236. doi:10.1257/jep.28.3.217
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). (2013). *Documento explicativo del criterio de Comercio Justo Fairtrade para organizaciones de pequeños productores*. Obtenido de

- http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2013-02-12_SPO_Explan_Doc_SP_3_.pdf
- Fairtrade Lavelling Organizations International (FLO). (2015). *Que es el Comercio Justo : Fairtrade Lavelling Organizations International (FLO)*. Obtenido de Fairtrade Lavelling Organizations International (FLO): www.Fairtrade.net
- Federación Nacional de Cafeteros (FNC). (2015). *¿Quiénes somos? Federación Nacional de Cafeteros (FNC)*. Obtenido de Federación Nacional de Cafeteros (FNC): <https://www.federaciondecafeteros.org>
- FLO-CERT GmbH. (2014). *Sistema de Cuotas para Organizaciones de Pequeños Productores*. Obtenido de <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC-FeeSysSPO-ED-26-es.pdf>
- Fonseca, L. A. (2003). *Colombia: escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera*. Recuperado el 2015, de CEPAL: <http://www.cepal.org/colombia/noticias/documentosdetrabajo/2/14772/CAF-G-ES.pdf>
- Friedell, G. (2006). Comercio Justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 24, 43-57.
- García C, R. G., & Olaya E., É. S. (2006). Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café. *Pontificia Universidad Javeriana: Cuadernos de Administración*, 19(31), 197-217.
- García, A. (2011). El Comercio Justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico* y, 7(1), 105-140.
- García, C. A., & Soto, Y. (2012). El impacto de la caficultura en las condiciones de vida de los productores de Colombia. *RegionES*, 7(1), 5-24.
- Grupo de Estudios Económicos – Superintendencia de Industria y Comercio. (Diciembre de 2012). *Estudio sobre el sector del Café en Colombia*. Obtenido de http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudios_Mercado/EstudioSectorialCafe.pdf

- Juan J. Echavarría, Pilar Esguerra, Daniela McAllister, & Carlos F. Robayo. (2014). *Informe de la Misión de Estudios para la Competitividad de la Caficultura Colombiana*. Recuperado el 2015, de <http://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Archivos/Resumen-Ejecutivo-version-definitiva/>
- Laroche, K., & Guittard, B. (Abril de 2009). *The impact of Fairtrade labelling on small-scale producers Conclusions of the first studies*. Obtenido de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO): http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/Produzenten/2009_MHF_The_impact_of_Fairtrade_labelling_on_small-scale_producers.pdf
- Marcillo, C. (2007). *Comercio Justo. Una transgresion a la teoria economica*. Obtenido de Observatorio Economia Solidaria y Comercio Justo Ecuador: http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-3780_es.html
- Moore, G. (2004). The Fair Trade movement: parameters, issues and future research. *Journal of Business Ethics*, 73-86.
- Piedrahita, I. (2011). Relaciones entre lo local y lo global en un contexto rural colombiano: el caso de Asprocafé Ingrumá. *Diálogos de derecho y política*(7), 1-20. Obtenido de http://tesis.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/2403/1/PiedrahitaIrene_relacionesentrelocal.pdf
- Ramírez, L. F., Silva, G., Valenzuela, L. C., Villegas, L. C., & Villegas, A. (2002). *Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera*. Obtenido de Federación Nacional de Cafeteros: <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/3.comisionajusteinstcafet.pdf>
- Smith, A. M. (Diciembre de 2009). Fair Trade, Diversification and Structural Change: Towards a Broader Theoretical Framework of Analysis. *Oxford Development Studies*, 37(4), 457-478. doi:10.1080/13600810903305208
- VECO. (2015). *Portada: VECO Andino*. Obtenido de VECO Andino: <https://andino.veco-ngo.org/>