



Estudios Sociales  
43

## El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café

The effect of fair-trade  
on the development of coffee-farmers

*Alejandro Garza Treviño\**

Fecha de recepción: noviembre de 2012  
Fecha de aceptación: mayo de 2013

\*Estudiante del doctorado en Ciencias Sociales  
Tecnológico de Monterrey. Campus Monterrey  
Dirección para correspondencia: [alejandro.garza.trevino@gmail.com](mailto:alejandro.garza.trevino@gmail.com)

## Resumen / Abstract

El objetivo es comprender de qué manera la certificación en Comercio Justo incide en el desarrollo económico y social de los productores de café. Mediante una revisión de resultados reportados en investigaciones, se concluye que la certificación incide en el desarrollo de nuevas capacidades, así como en la construcción de redes sociales que permiten a los productores afrontar las crisis eficientemente. Sin embargo, el precio mínimo que establece el Comercio Justo solo tiene un impacto significativo en el ingreso de los productores cuando los precios en el mercado son muy inferiores a los que ofrece la certificación. Las cooperativas han logrado avances en la adquisición de infraestructura; el reto del Comercio Justo es incrementar la demanda de sus productos, pues solo 20% de la producción certificada se vende bajo los criterios establecidos.

Palabras clave: Comercio Justo, desarrollo, comercio alternativo, precio justo, café.

This essay aims to understand how Fair-Trade certification affects the economic and social development of the coffee-farmers. Through a review of the results reported in academic investigations, it is concluded that this certification promotes the development of new capabilities, as well as the construction of social networks which allow producers face predicaments in a more suitable way. Nevertheless, producers' income is only influenced in a significant way when market prices are way below compared to the minimum price established by Fair Trade. It is important to point out that cooperatives have achieved important goals on infrastructure acquisition. The greatest challenge for Fair-Trade is to increase the demand of these products, since only 20% of the certified production is sold within the established criteria.

Key words: fair-trade, development, alternative trade, fair price, coffee.

## Introducción

La creciente globalización en los procesos productivos y la disminución de regulaciones por parte de los Estados, han dado lugar al surgimiento de iniciativas de certificación voluntaria que pretenden establecer estándares de carácter social y ambiental en las actividades productivas de una amplia gama de productos. Gereffi *et al.* (2001) señalan que las iniciativas actúan como mecanismos de gobernanza que tienen la capacidad de regular las acciones de las empresas transnacionales en el espacio internacional. Mediante sistemas de certificación y del uso de sellos de identidad, las iniciativas pretenden garantizar al público consumidor el cumplimiento de normas sociales y ambientales durante los procesos de producción y comercialización de los productos (Raynolds *et al.*, 2007).

Entre los diferentes sistemas de certificación voluntaria, el sello Comercio Justo (CJ) cuenta con los más estrictos estándares de carácter social (Raynolds *et al.*, 2007; Valkila y Nygren, 2010b), lo que le ha permitido lograr un muy buen posicionamiento entre diferentes sectores de la sociedad, especialmente en nichos de consumidores socialmente responsables (Beji-Becheur *et al.*, 2008). Para definir el concepto de CJ, es necesario recurrir a la definición oficial desarrollada por FINE:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Acrónimo de las cuatro principales organizaciones paraguas de CJ (abreviadas por sus siglas en inglés): Organizaciones del Sello Comercio-Justo Internacional (FLO), Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO antes IFAT), Red Europea de Tiendas Comercio Justo (NEWS!) y Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA).



El Comercio Justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur<sup>2</sup> (EFTA, 2001: 13).

La definición propuesta por FINE señala que el CJ contribuye al desarrollo sostenible de los productores. Con base en lo anterior, el objetivo del presente ensayo es comprender de qué manera la certificación en CJ tiene un impacto en el desarrollo económico y social de los productores de café. Para analizar la relación que existe entre ambas variables, se realizó una revisión bibliográfica buscando identificar aquellos resultados que son consistentes para, posteriormente, realizar conclusiones generales. El trabajo está estructurado por los siguientes apartados: (i) Contexto histórico del Comercio Justo; (ii) El Comercio Justo en la industria del café; (iii) El Comercio Justo y su relación con el desarrollo; (iv) Metodología; (v) Resultados; (vi) Conclusiones.

### Contexto histórico del Comercio Justo

Gendron *et al.* (2009) señalan que el origen del CJ es el resultado de la convergencia de cuatro movimientos surgidos en diferentes momentos históricos. Primero, el CJ tiene relación con el movimiento cooperativista que surge a finales del siglo XIX. Entre los objetivos de este movimiento, estaba el crear una economía cooperativa para la producción y distribución de bienes, así como reducir los amplios márgenes de utilidad que obtenían los intermediarios. Segundo, el surgimiento del CJ también se vincula con diferentes ONG cristianas de Europa y Norte América, como es el caso de *Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation* (SERRV) y *Ten Thousand Villages*, las cuales durante los años cuarenta y cincuenta comenzaron a vender artesanías producidas por artesanos en el Sur. El objetivo de la red de comercio era financiar proyectos de desarrollo en comunidades marginadas. Tercero, el CJ está ligado al comercio solidario que surgió de movimientos políticos conformados por activistas en los países desarrollados, quienes comenzaron a importar productos de naciones que se encontraban política o económicamente marginadas. Un ejemplo de estas organizaciones es *Twin Trading*. Finalmente, el CJ también se puede relacionar con asociaciones religiosas y agencias para el desarrollo internacional, las cuales comenzaron a

<sup>2</sup> Dentro de la literatura sobre CJ, el “Sur” hace referencia a los países en desarrollo y el “Norte” a los países desarrollados.



realizar proyectos en comunidades marginadas para desarrollar las capacidades de los productores. Oxfam, *Bread for the World* y Caritas son algunas de estas organizaciones.

En 1988 la Fundación Max Havelaar desarrolló en los Países Bajos el primer sello de CJ. El objetivo era incrementar la demanda y la distribución de los productos, sin comprometer la confianza de los consumidores. Posteriormente, otras organizaciones desarrollaron su propio sello de identidad, y surge, así, la necesidad de coordinar y armonizar estos esfuerzos. Por consiguiente, en 1997 se instituyó las Organizaciones del Sello Comercio-Justo Internacional (FLO, por sus siglas en inglés). El organismo es el encargado de establecer y promover los estándares de carácter social y ambiental sobre los que se rige la certificación (Murray *et al.*, 2006). El proceso de certificación de FLO contempla dos tipos de estándares:<sup>3</sup> el primero se dirige a sociedades cooperativas de productores; el segundo está destinado a fincas y a productores no organizados (FLO, 2001). En el caso particular del café, solamente aplica el primer tipo, cuyos criterios básicos son los siguientes: 1) precio mínimo garantizado; 2) prima social para financiar proyectos de desarrollo; 3) pago anticipado parcial; 4) relación con cooperativas organizadas y conducidas de manera democrática por los productores; 5) relaciones comerciales y contratos de largo plazo; 6) relación comercial directa; 7) transparencia contable y financiera; 8) asistencia técnica y financiera a los productores; y 9) prácticas medioambientales sustentables (Hira y Ferrie, 2006; Jaffee, 2007). Además de los criterios mencionados, las regulaciones contemplan nueve convenios laborales de la Organización Internacional del Trabajo (Raynolds *et al.*, 2007).

### El Comercio Justo en la industria del café

El CJ ha tenido su mayor relevancia en la industria del café, producto que se ha convertido en la insignia de este sello, y ha atraído la atención de investigadores interesados en el estudio del tema. Para un mejor entendimiento del CJ y su rol en el caso del café, es necesario conocer la estructura presente en la cadena de

<sup>3</sup> La normatividad establecida por FLO limita la certificación de café y cacao a sociedades cooperativas. Para otro tipo de productos, se permite la certificación de fincas y pequeños productores no organizados; se busca, en estos casos, mejorar las condiciones de los trabajadores asalariados. En septiembre de 2011, Fair Trade USA anunció su separación de FLO y dio inicio a su estrategia denominada “Comercio Justo para todos”. Esta nueva estrategia permite certificar a fincas y a productores no organizados de café y cacao.

valor<sup>4</sup> de este producto, la cual se distingue por una marcada concentración de poder por parte de grandes transnacionales.

Barrientos *et al.* (2011) señalan que una proporción importante del comercio se realiza a través de cadenas de valor, que son coordinadas por grandes transnacionales capaces de establecer y hacer cumplir los parámetros de operación a lo largo de la cadena. El mercado internacional del café no es la excepción a esta tendencia y, al igual que en la mayoría de los productos básicos, los costos sociales relacionados con la producción son externalizados (VanderHoff, 2002; Giovannucci y Koekoek, 2003). En ese sentido, Fridell (2007: 20) indica que esta condición se debe a “los imperativos capitalistas de competencia, acumulación de capital, maximización de utilidades y el constante incremento de la productividad en la mano de obra”.

Dentro de la cadena de valor del café participan alrededor de veinticinco millones de productores en el mundo (FLO, 2007); sin embargo, el resto de la cadena se encuentra dominada por un reducido número de transnacionales que monopolizan el mercado. Solamente, seis sociedades de comercio internacional (Neumann, Volcafé, Cargill, Esteve, Aron y Man) controlan la mitad de las transacciones mundiales; realizan sus adquisiciones, principalmente, a través de intermediarios locales. En lo que se refiere al procesamiento y distribución de café tostado e instantáneo, las cinco principales transnacionales (Nestlé, Phillip Morris, Sara Lee, Procter & Gamble y Tchibo) controlan el 69% del mercado mundial (Ponte, 2002; Hira y Ferrie, 2006).

Se debe señalar que, durante las últimas dos décadas, los pequeños productores se han visto afectados por la disminución de los precios en el mercado, que cayeron a mínimos históricos durante las crisis de 1990 a 1993 y de 2000 a 2004 (ver figura 1). El desplome en los precios coincide con la desregulación en 1989 de los Acuerdos Internacionales del Café (AIC)<sup>5</sup>. Al respecto, Ponte (2002: 1105) señala que “el promedio del precio compuesto<sup>6</sup> entre 1990 y 1993 corresponde a solo un 42% del precio promedio durante los últimos cuatro años de actividad

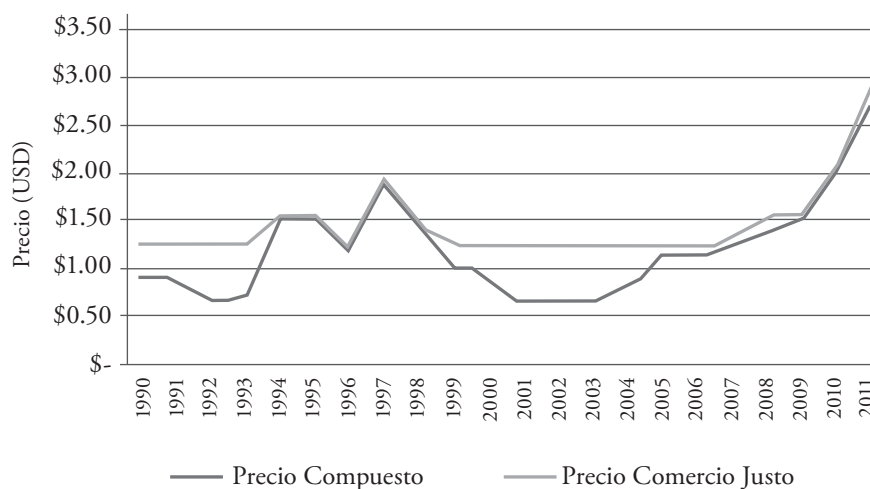
<sup>4</sup> Según Gereffi y Fernández-Stark (2011), una cadena de valor describe el conjunto de actividades que las empresas y trabajadores realizan para desarrollar un producto desde su concepción hasta su consumo y disposición final.

<sup>5</sup> Acuerdo entre los países productores e importadores que fue diseñado para lograr un equilibrio entre la oferta y la demanda de café, mediante un sistema de cuotas de producción.

<sup>6</sup> La definición de la Organización Internacional del Café sobre el precio compuesto es la siguiente: la media aritmética del promedio ponderado de los precios diarios para los cafés seleccionados en los grupos de “Otras Arábicas Suaves” y “Robustas”. La ponderación refleja la participación de los grupos en el comercio mundial.

de AIC (1985 a 1988)”. Posterior a la crisis, hubo una notable recuperación de los precios durante el periodo de 1994 a 1997. Sin embargo, el incremento se debió, principalmente, a la escasez en la oferta mundial por la caída en la producción de Brasil, la cual se vio mermada por heladas e inundaciones (Ponte, 2002). Al recuperarse la producción mundial, una nueva crisis en los precios se presentó entre los años 2000 y 2004. Algunos autores señalan que las crisis en los precios no se deben únicamente al incremento en la oferta mundial, sino también al cambio de poder en las negociaciones dentro de la cadena de valor, lo que favoreció, en particular, a las grandes transnacionales después del cese de AIC (Muradian y Pelupessy, 2005; Valkila *et al.*, 2010a). Congruente con lo anterior, Ponte (2002) argumenta que las crisis en los precios se deben, primordialmente, a la relación que existe entre la estructura de gobierno y el marco institucional de la cadena, lo cual ha provocado que una parte significativa de los ingresos totales se transfiriera de los productores a las grandes transnacionales.

Figura 1: Precio de una libra de café arábica suave entre 1990 y 2011



Fuente: elaboración propia.

Nota: la información utilizada proviene del histórico de precios compuestos de la Organización Internacional del Café para arábicas suaves, excluyendo colombianas y brasileñas. El histórico de precios de CJ se estimó mediante la suma del precio mínimo más la prima social que establece FLO, la cual ha realizado ajustes durante este periodo de tiempo). En los casos en que el precio compuesto es superior al precio mínimo, el precio de CJ se calculó sumando el precio compuesto más la prima social establecida por FLO en ese mismo periodo.



Las condiciones anteriores dieron lugar a que el CJ del café surgiera como una respuesta al descenso de los precios en el mercado; se presenta como un mecanismo que permite a los pequeños productores dar un valor agregado a su producto mediante el cumplimiento de normas sociales y ambientales durante los procesos de producción (Valkila *et al.*, 2010a). De esta manera, la certificación permite a los productores diferenciar su producto y organizarse para generar cambios en el modo de gobierno existente en la cadena y lograr así, un mejor posicionamiento dentro de esta (Ponte y Gibbon, 2005).

Un ejemplo de los beneficios que el CJ ofrece a los productores es el que presenta Romero-González (2010) en su estudio de caso sobre el café ugandés. En el estudio, se señala que el precio que recibe el productor en el mercado convencional representa solo un 37% del precio que ofrece el CJ (figura 2). La comparativa entre los precios de salida, en cada uno de los nodos de la cadena de valor, permite observar que el mayor diferencial se encuentra en el precio de venta al consumidor (0.19 euros) y en el precio de salida del productor (0.17 euros). Las condiciones comerciales que el sello CJ ofrece a los productores permiten que estos reciban un 12% del total del precio de venta, mientras que los productores convencionales reciben solo un 5%. Sin embargo, de los veinticinco millones de productores a nivel mundial, se estima que solamente 670 mil se encuentran certificados (Raynolds *et al.*, 2007). Por lo anterior, los beneficios potenciales que ofrece la certificación son limitados y dependen del crecimiento de este nicho de mercado.

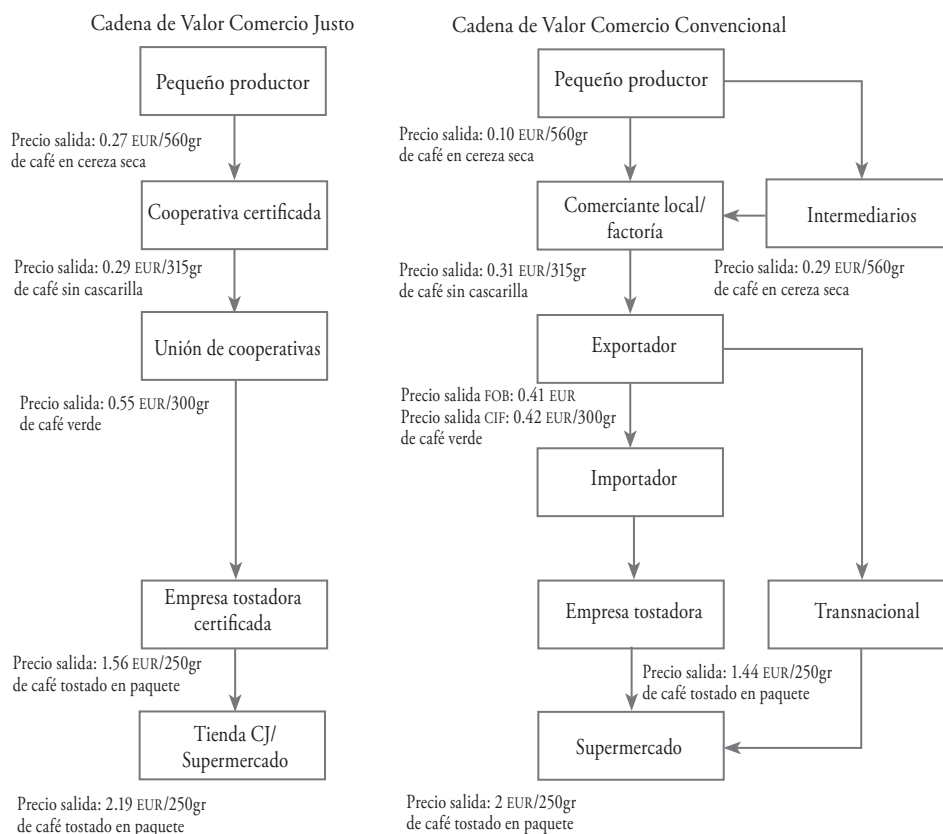
### El Comercio Justo y su relación con el desarrollo

Los promotores del CJ sustentan que el comercio es un medio que puede facilitar el desarrollo económico y social. Sin embargo, argumentan que el proteccionismo y los poderes monopólicos que existen en el actual sistema de comercio internacional, no permiten una verdadera liberalización de los mercados y benefician, principalmente, a los intereses de los países desarrollados y a las grandes transnacionales (EFTA, 2001; Fridell, 2007; VanderHoff, 2001).

El CJ busca corregir estas distorsiones en el mercado promoviendo un consumo responsable entre la población. En este sentido, la certificación pretende brindar a los productores marginados el acceso a los mercados globales, de manera que puedan beneficiarse al comercializar sus productos en nichos de mercado compuestos por consumidores socialmente responsables (Murray *et al.*, 2006). De esta manera, se busca regular el comercio y se propone un nuevo modelo de intercambio comercial basado en la reciprocidad y la equidad, confrontando el concepto de competitividad basado en el precio (Fridell, 2007; Raynolds, 2000).



Figura 2: Comparación entre la cadena de valor de Comercio Justo y la cadena de valor de comercio convencional de café ugandés



Fuente: elaboración propia con datos de Romero-González (2010: 22).

De forma paralela a esta estrategia, las organizaciones de CJ buscan también desarrollar las capacidades de los productores para que se vuelvan competitivos y que afronten las adversidades que presenta el actual modelo capitalista. Por consiguiente, se busca mejorar las condiciones de vida de los productores, no solo mediante la creación de una red de comercio alternativo, sino a través de la participación de los mismos productores organizados (EFTA, 2001). Desde este punto de vista se puede suponer que existe una relación entre la certificación de los productores y su desarrollo económico y social.

Existen, sin embargo, cuestionamientos sobre la viabilidad del modelo para ofrecer un desarrollo sustentable a los productores. Una consideración primor-



dial para el hecho, viene de los reportes de las mismas organizaciones de CJ, las cuales estiman que aproximadamente un 20% del total de la producción certificada (en todas sus líneas de productos) se vende bajo los criterios establecidos (FLO, 2007), mientras que la producción restante se vende en los mercados convencionales. Además, la participación en el mercado del café certificado representa solo el 1% del mercado global de este producto (Valkila y Nygren, 2010b). La situación promueve un ambiente de competencia que favorece, especialmente, a las cooperativas más desarrolladas, las cuales logran posicionar sus productos en los mercados de CJ, mientras que las cooperativas más débiles son desplazadas y excluidas (Fridell, 2007; Valkila y Nygren, 2010b).

Los promotores de la certificación aseguran que existe un impacto positivo en el desarrollo económico y social de los productores, sin embargo, algunos investigadores señalan que no existe una relación significativa. Para conocer si el CJ tiene un impacto en el desarrollo de los productores, el presente ensayo hace una revisión sobre los resultados de investigaciones previas. El punto de partida para desarrollar este ensayo, es postular la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la certificación en CJ impacta en el desarrollo económico y social de los productores de café?

La justificación del trabajo se basa en conocer la evidencia empírica dentro del debate y contribuir en la obtención de un mejor entendimiento del impacto que el CJ puede tener en el desarrollo. Es importante también considerar algunos otros elementos que se dan dentro de este debate, y que pudieran tener relación con el impacto de la iniciativa; por ejemplo, entre los mismos promotores del CJ existen marcadas diferencias. Mientras algunos aprueban la participación de las grandes transnacionales en el movimiento, otros argumentan que se debe continuar con el esquema tradicional de trato directo entre las cooperativas de productores y las Organizaciones de Comercio Alternativo. Finalmente, el ensayo busca identificar cuáles son, según los investigadores, los factores clave que habilitan el desarrollo económico y social de los productores.

## Metodología

Para determinar si la participación de los productores de café en un esquema de CJ influye en su desarrollo económico y social, se utilizó como referencia el marco de análisis para Medios de Vida Sustentable desarrollado por el Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID, por sus siglas en inglés). Para especi-

ficar el significado de un medio de vida sustentable, se hará uso de la siguiente definición:

Un medio de vida comprende las capacidades, los activos (incluyendo recursos materiales y sociales) y las actividades necesarias para ganarse la vida. Un medio de vida es sustentable cuando puede afrontar y recuperarse del estrés y los desastres, manteniendo o incrementando sus capacidades y activos, sin socavar su base de recursos naturales (Carney *et al.*, 1999: 8).

Este marco de análisis supone que mediante la creación de recursos, los individuos desarrollan sus capacidades para enfrentar las crisis, reducir su vulnerabilidad y satisfacer sus necesidades básicas de manera sostenible. Carney *et al.* (1999: 9) clasifican estos recursos en cinco tipos de capital:

- 1) Capital humano: las competencias, conocimientos, capacidad de trabajo y la buena salud.
- 2) Capital social: la pertenencia a grupos y redes sociales, las relaciones de confianza, y el acceso a instituciones sociales.
- 3) Capital físico: la infraestructura básica (transporte, vivienda, agua, energía y comunicaciones), así como el equipo de producción y los medios que permiten a las personas lograr su subsistencia.
- 4) Capital financiero: los recursos financieros a disposición de las personas (ahorro, acceso al crédito, remesas, pensiones).
- 5) Capital natural: las reservas de recursos naturales (tierras, agua, fauna, biodiversidad, etcétera).

La combinación de capitales que tienen a su disposición los individuos, determinará las estrategias que estos emplearán para construir sus medios de vida sustentables. En la medida en la que los individuos consigan un mayor acceso a los cinco tipos de capital, serán más capaces de ejercer una influencia sobre las estructuras que definen su contexto de vulnerabilidad y contarán con mayores oportunidades de mejorar su condición de vida (Scoones, 1998; Carney *et al.*, 1999). Con base en lo anterior, el presente trabajo se enfocará en determinar el impacto que el CJ tiene en cada uno de los cinco tipos de capital.

Haciendo uso de este marco de análisis, se realizó una revisión bibliográfica de artículos académicos con el objetivo de identificar, para cada tipo de capital, los resultados reportados en cada investigación. Las investigaciones fueron seleccionadas considerando los siguientes tres criterios: 1) estudios que presentan evi-

dencia empírica sobre el impacto del CJ en los medios de vida de los productores; 2) investigaciones que han registrado el mayor número de citas sobre este tema; y 3) estudios de publicación reciente.

## Resultados

Los resultados de las investigaciones realizadas sobre el CJ, mantienen divergencias sobre el efecto que este modelo comercial ejerce en el desarrollo económico y social de los pequeños productores de café. Con base en la metodología definida, a continuación se detallan los resultados reportados en la literatura académica.

### *Capital humano*

Las investigaciones señalan que el CJ impacta positivamente en el capital humano de los productores, especialmente en el desarrollo de competencias (Arnould *et al.*, 2007). Por ejemplo, el soporte técnico que los productores reciben por parte de la cooperativa les ha permitido adquirir conocimientos para producir orgánicamente y mejorar sus parcelas. Existe, también, evidencia de avances en la calidad de los productos y en las habilidades administrativas y de negociación de los productores (Raynolds, 2002; Utting, 2009). EFTA (2001) señala que se han logrado mejoras significativas en la calidad de los productos. Algunos investigadores reportan que las cooperativas han invertido en equipo para realizar pruebas de cateo y conocer la calidad final de su producto (Bacon, 2001; Valkila y Nygren, 2010b). De esta manera, los productores han podido adquirir una mayor inteligencia de mercado, comprenden las expectativas del consumidor final y toman acciones en campo para mejorar la calidad del producto. Las investigaciones indican también que los productores muestran una más confianza al negociar con los compradores, denotan un mejor entendimiento sobre cómo opera el mercado, conocen los precios en los mercados financieros y exhiben capacidad para operar en diferentes mercados internacionales (Raynolds, 2002; Murray *et al.*, 2003; Bacon, 2005a; Murray *et al.*, 2006; Utting, 2009).

En lo que se refiere a salud y educación, Arnould *et al.* (2006) presentan evidencia estadística en la que se demuestra que el acceso a los servicios de salud en los hogares de productores certificados es significativamente superior que en el caso de los productores independientes. El estudio, además, señala que las familias de productores certificados cuentan con un grado de instrucción escolar más alto. Sin embargo, el estudio realizado por Méndez *et al.* (2010) no muestra

una asociación estadísticamente significativa entre la certificación y el nivel de educación escolar en las familias de los productores. La última investigación también señala que no existe una asociación entre la certificación y la seguridad alimenticia.

### *Capital social*

Bacon (2005a) señala que la participación en sociedades cooperativas es la variable que más incide en el precio que reciben los productores por su café. Lo anterior se debe a que mediante la cooperativa, los productores tienen acceso a la infraestructura requerida para vender su producto en los mercados internacionales, pueden adquirir certificaciones y realizar actividades que generan un mayor valor agregado en su producto. Por otra parte, las prácticas de organización por parte de los productores, pueden generar un mayor impacto en sus medios de subsistencia que el precio del café (Bacon, 2005b).

La participación en sociedades cooperativas y la certificación en CJ, generan una mayor cohesión social entre los productores y les facilita la participación en redes sociales (agencias para el desarrollo, instituciones gubernamentales, etcétera) a las que no podrían acceder de manera individual (Jaffee, 2007; Utting, 2009). Algunos estudios indican que el nivel de migración de los productores certificados es, significativamente, menor que el de los productores independientes (Utting, 2005; Utting, 2009). Lo anotado sugiere que la cohesión social y la participación en redes sociales ha permitido a los productores reducir su grado de vulnerabilidad y desarrollar estrategias para afrontar, de forma más eficiente, las crisis que se les presentan, particularmente, durante los bajos niveles de precios en el café (Utting, 2009). Por el contrario, Méndez *et al.* (2010) sostienen que es improbable que la certificación infiera en los índices de migración de las familias de los productores, aunque su estudio muestra una ligera asociación entre ambas variables.

Algunos estudios también indican que la participación social de los productores certificados se ha extendido a otros asuntos de su entorno y son socialmente más activos en sus comunidades que los productores independientes (Arnould *et al.*, 2006; Utting, 2009). Otro aspecto relevante son los esfuerzos que se realizan para empoderar a la mujer e incrementar su participación en los procesos de organización. Utting (2009) señala que las mujeres han tomado un rol participativo en las actividades que se realizan dentro de las organizaciones, incluso, señala que algunas mujeres productoras han conformado su propia cooperativa. Otras investigaciones también reportan esfuerzos para incrementar la



participación de las mujeres (Murray *et al.*, 2003; Bacon, 2005b; Utting, 2005; Murray *et al.*, 2006).

Por su parte, Valkila y Nygren (2010b) expresan que los productores certificados tienen poco entendimiento sobre los objetivos que persigue el CJ, y señalan que, en muchos casos, desconocen los proyectos sociales que se han financiado utilizando la prima social que ofrece la certificación. Lo anterior genera cuestionamientos sobre la participación democrática de los productores en las sociedades cooperativas, lo cual es un requisito para la certificación. Algunos estudios indican la dificultad que afrontan las cooperativas para conservar la lealtad de sus miembros. En la medida en la que los precios en el mercado convencional resultan atractivos para los productores, estos prefieren vender una parte de su producción fuera de la cooperativa, de manera que reciben el pago de contado e, incluso, mayores ingresos. Lo anterior se debe a que un porcentaje de los ingresos es retenido por las cooperativas para cubrir sus costos de operación, incluidos los de la certificación y el financiamiento de proyectos de infraestructura (Murray *et al.*, 2003; Murray *et al.*, 2006; Fridell, 2007; Sick, 2008). Esta situación genera graves problemas operativos para las cooperativas y sus socios comerciales, demostrando la necesidad de lograr un mejor entendimiento sobre los controles administrativos en este tipo de organizaciones.

Es relevante mencionar que en la medida en la que el CJ logra un mayor posicionamiento en el mercado y tiende a cumplir con objetivos meramente comerciales, existe el riesgo de que la competencia desplace a aquellos tostadores que buscan cumplir con los principios originales del movimiento y excluya a los productores más marginados y que cuentan con menor capital social (Barrientos y Smith, 2007). Al respecto, la actual sobreproducción de café certificado ha generado un ambiente de competencia entre las cooperativas; eso ha provocado que sean aquellas que están mejor posicionadas las que logran comercializar el total de su producción bajo los criterios que establece el CJ (Fridell, 2007; Valkila y Nygren, 2010b).

### *Capital físico*

Valkila y Nygren (2010b) reportan que las cooperativas han logrado avances significativos en la adquisición de infraestructura (equipo de oficinas, bodegas, maquinaria, laboratorios para catación, etcétera). Congruente con lo anterior, Murray *et al.* (2006) señalan casos en los que las cooperativas han logrado adquirir equipo para realizar procesos que generan un mayor valor agregado (tostado, comercialización, cafeterías).

Existe evidencia de proyectos de desarrollo social dirigidos a mejorar los servicios básicos de las comunidades; por ejemplo, se han realizado proyectos para la construcción de instalaciones de agua potable, remodelación de instalaciones educativas, adquisición de molinos para procesar cereales, desarrollo de microempresas, construcción de instalaciones deportivas, etcétera (Arnould *et al.*, 2006; Bacon, 2005a; Bacon, 2005b; Fridell, 2007; Murray *et al.*, 2003; Utting, 2009). Sin embargo, los proyectos de infraestructura que se han desarrollado en las comunidades, solamente ofrecen pequeños avances en los servicios básicos, por lo que existe la necesidad de realizar una mejor planeación para el uso de la prima social, así como más coordinación con agencias de desarrollo internacional y otras instituciones, de manera que se logren maximizar los beneficios de estos recursos (Utting, 2009).

### *Capital financiero*

Existen dos criterios dentro del CJ que tienen que ver con el capital financiero: primero, el pago de un precio mínimo que permita a los productores cubrir sus necesidades básicas, los costos de producción y contar con un excedente para poder invertir (EFTA, 2001; Vanderhoff, 2005). Segundo, recibir un pago anticipado a la cosecha para que los productores financien su producción y eviten incurrir en deudas y posibles prácticas de usura (Hira y Ferrie, 2006).

Bacon (2005a) presenta evidencia de que la participación en los mercados certificados permite a los productores recibir rendimientos económicos significativamente superiores a los que obtendrían en el mercado convencional. Así mismo, señala que las iniciativas de regulación voluntaria, como la orgánica y el CJ, permiten a los productores afrontar de manera más eficiente las fluctuaciones de los precios en el mercado.

Por su parte, Utting (2009) apunta que los pequeños productores reciben ingresos hasta 4.5 veces superiores a los que percibían antes de integrarse a un esquema de CJ. Es necesario hacer notar que esta proporción se debe, principalmente, a la prolongada crisis en los precios del café. Méndez *et al.* (2010) afirman que existe una asociación estadísticamente significativa entre la certificación y la capacidad de ahorro. Murray *et al.* (2003) también indican que los productores han logrado una buena estabilidad económica. De acuerdo con Arnould *et al.* (2006), el CJ permite un incremento en los ingresos de los productores y una mayor estabilidad en los precios, sin embargo, señalan que el cultivo de café certificado no logra ser una solución a la pobreza en las zonas rurales. Lo anterior se debe, especialmente, a la situación económica actual, los bajos niveles de precio, el pequeño tamaño de las parcelas y los precarios sistemas de producción.





Contrario a lo planteado en las investigaciones anteriores, existe evidencia de que en México, durante los años 2004 y 2005, el ingreso neto percibido por los productores certificados no fue significativamente superior al de los productores convencionales (Barham *et al.*, 2011). En este mismo estudio, se indica que la productividad por hectárea tiene mayor impacto en los ingresos de los productores que el precio mínimo de la certificación. Ruben y Fort (2011) mostraron resultados similares en Perú; indicaron que el ingreso de los productores certificados no es significativamente superior al percibido por aquellos sin certificación. También, debido al bajo volumen de producción de los pequeños productores, el incremento en los ingresos no es significativo y no genera un impacto en sus medios de vida (Valkila, 2009; Ruben y Fort, 2011).

Por su parte, Valkila *et al.* (2010a) afirman que el beneficio potencial del CJ depende de los precios en el mercado convencional. En la medida en la que los precios del mercado se aproximan al precio mínimo, los beneficios que obtienen los productores no son significativos. Además, debido a que existe un excedente en la producción de café certificado, la estabilidad que supone el precio mínimo no es extensiva a toda la producción, ya que la mayoría de las cooperativas solo logran colocar entre un 30% y un 60% de su producto en los mercados de CJ (Bacon, 2005a; Fridell, 2007; Valkila y Nygren, 2010b). Sick (2008) reporta que, en algunos casos, los costos relacionados con la certificación pueden superar los beneficios que los productores obtienen. Jaffee (2007) también indica que la producción orgánica (generalmente vinculada con el CJ), ocasiona que los productores recurran en mayores costos de producción y sus ingresos se vean mermados.

En lo que respecta al financiamiento, Méndez *et al.* (2010) presentan evidencia de que existe una asociación estadísticamente significativa entre la certificación y el acceso al crédito (aunque generalmente relacionado con un pago anticipado por la producción). Sin embargo, Valkila y Nygren (2010b) señalan que mientras las cooperativas certificadas ofrecían a los productores créditos con un interés entre el 18% y 22% anual, las compañías exportadoras brindaban créditos con un interés del 11% anual, así como créditos de corto plazo sin intereses para la temporada de cosecha. Lo anterior se debe a las limitantes que tienen las cooperativas para recabar fondos que les permitan financiar a sus miembros a un menor costo.

Otro aspecto es que la alta calidad no es un factor que las cooperativas consideren en el precio que pagan a los productores; sin embargo, el café defectuoso sí es rechazado o recibe una penalización en el precio (Bacon, 2005a; Sick, 2008). Además, Valkila y Nygren (2010b) indican que las empresas tostadoras



de CJ exigen altos estándares de calidad en el café, especialmente cuando los precios son bajos. En este sentido, indican que la calidad funciona como una barrera de entrada para los productores menos aventajados, los cuales no cuentan con los recursos necesarios para mejorar la calidad de su producto. Paradójicamente, existe evidencia que en algunos casos el CJ puede estar favoreciendo, principalmente, a tostadores y detallistas en los países desarrollados, quienes se benefician con amplios márgenes de utilidad (Valkila *et al.*, 2010a).

### *Capital ambiental*

Es importante mencionar que el CJ incentiva a los productores para que adopten la certificación orgánica en el cultivo del café (Raynolds *et al.*, 2007). Por consiguiente, los productores han adquirido una mayor concientización sobre el cuidado del medio ambiente y evitan el uso de prácticas agrícolas que, aunque pueden permitir un mayor rendimiento, afectan los ecosistemas (VanderHoff, 2002; Murray *et al.*, 2003; Utting, 2005; Jaffee, 2007; Utting, 2009). Jaffee (2007) también señala que existe un impacto colateral, ya que el incremento y la estabilidad en los precios permite a los productores mantener el uso de suelo. De esta manera, los productores conservan sus cafetales, los cuales son cultivados en bosques de sombra, permitiendo preservar estos ecosistemas.

### **Conclusiones**

Con base en la literatura revisada, puede concluirse que los principales factores que impactan en el desarrollo económico y social de los productores son los siguientes: 1) la organización en cooperativas que les facilita desarrollar redes sociales y acceder a los mercados internacionales; 2) la capacitación y asistencia técnica que les permite el desarrollo de nuevas capacidades para diferenciar su producto y diversificar sus estrategias para afrontar las crisis que se les presentan.

Con respecto al capital financiero, las investigaciones permiten concluir que el CJ solo tendrá un impacto positivo cuando el precio en el mercado convencional sea significativamente menor al precio mínimo que establece la certificación. Además, los beneficios relacionados con el precio mínimo y el anticipo para financiar la producción, dependerán de la capacidad de la cooperativa para posicionar su producto en el mercado de CJ. En lo que se refiere al capital físico, es importante señalar que las cooperativas han logrado avances significativos en la adquisición de infraestructura; sin embargo, pocas referencias se hacen a que es-



tas hayan avanzado a los nodos que generan mayor valor agregado dentro de la cadena de valor (tostado, comercialización, cafeterías) y que permitirían un mayor desarrollo para sus miembros. Lo anterior es relevante, ya que la infraestructura que las cooperativas han adquirido pudiera estar dedicada a cumplir con los estándares establecidos por los clientes para lograr una mayor eficiencia en la cadena de valor, y no en generar un mayor valor agregado en el producto que permita el desarrollo económico de los productores. Sobre el capital ambiental, la literatura revisada no reporta evidencia de un impacto significativo en el medio ambiente; sin embargo, sí se señala que el CJ promueve e impulsa prácticas agrícolas sustentables, que permiten la conservación de los suelos y mantos acuíferos.

Un aspecto crítico es que solo un 20% de la producción total certificada (en todas sus líneas de productos) se vende bajo los términos del CJ. En el caso particular del café, únicamente las cooperativas mejor posicionadas logran colocar el total de su producto en este nicho de mercado, mientras que la mayoría de solo logran vender entre un 30% y un 60% de su producción bajo los criterios que establece la certificación. Lo anterior genera un ambiente de competencia que emula al mercado convencional. Suponiendo que el precio en el mercado sea inferior al precio mínimo, la calidad se convierte en una variable para que las cooperativas puedan lograr una ventaja competitiva dentro del mismo mercado de CJ, y por consiguiente dirigirán sus esfuerzos e inversiones para maximizar esta variable. Por lo tanto, el precio en el CJ tiene relación con la calidad demandada por este nicho de mercado. Sin embargo, dado que existe un excedente en la producción de café certificado y un alto porcentaje de la producción se vende en los mercados convencionales que son menos cotizados, puede presentarse una reducción en el valor real del producto.

Considerando lo planteado en el párrafo anterior, resulta indispensable que un más alto número de consumidores tengan acceso a los productos certificados. Lo anterior puede justificar la relación que las organizaciones de CJ han establecido con algunas grandes transnacionales. Otra alternativa, aún más deseada, es que las cooperativas adquieran infraestructura para realizar procesos que generan mayor valor agregado. Lo anterior puede ser un tema de interés para futuras investigaciones, ya que aunque algunas cooperativas han logrado avanzar a nodos más rentables de la cadena de valor, resulta importante conocer qué porcentaje de la producción se destina a estos procesos, y en qué forma la gobernanza y el marco institucional de la cadena de valor, habilitan el acceso o crean barreras de entrada para que las cooperativas procesen y posicionen su producto en el mercado.

## Bibliografía

- Arnould, E., Plastina, A. y D. Ball (2006) “Market Disintermediation and Producer Value Capture: The Case of Fair Trade Coffee in Nicaragua, Peru and Guatemala” *Harvard University*. En: <<http://www.people.fas.harvard.edu/~hiscox/Arnould.pdf>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Bacon, C. (2001) “Cupping What You Grow: The Story of Nicaragua’s Quality Improvement Project” *Agroecology*. En: <[http://www.agroecology.org/documents/Chris/nica\\_quality.pdf](http://www.agroecology.org/documents/Chris/nica_quality.pdf)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- (2005a) “Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?” *World Development*. Volumen 33, número 3, pp. 497-511.
- (2005b) “From Coffee Crisis and Vulnerability toward Empowerment? Nicaraguan Smallholders Use Cooperative, Fair Trade and Organic Coffee Networks to Sustain Rural Livelihoods” *Princeton University*. En: <[http://qed.princeton.edu/images/3/36/Trading\\_Morsels\\_-\\_Bacon.pdf](http://qed.princeton.edu/images/3/36/Trading_Morsels_-_Bacon.pdf)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Barham, B. *et al.* (2011) “Fair Trade/Organic Coffee, Rural Livelihoods, and the Agrarian Question: Southern Mexican Coffee Families in Transition” *World Development*. Volumen 39, número 1, pp. 134-145.
- Barrientos, S. y S. Smith (2007) “Own Brand Fruit and Chocolate in UK Supermarkets” en L. Reynolds, D. Murray y J. Wilkinson (ed.), *Fair Trade: The Challenges of Transforming Globalization*. New York, Routledge.
- Barrientos, S., Gereffi, G. y A. Rossi (2011) “Progreso económico y social en las redes productivas mundiales: nuevo paradigma” *Revista Internacional del Trabajo*. Volumen 130, número 3-4, pp. 347-373.
- Beji-Becheur, A., Díaz-Pedregal, V. y N. Ozcaglar-Toulouse (2008) “Fair Trade-Just How ‘Fair’ Are the Exchanges?” *Journal of Macromarketing*. Vol. 28, pp. 44-52.
- Carney, D. *et al.* (1999) “Livelihoods Approaches Compared” *Start*. En: <[http://www.start.org/Program/advanced\\_institute3\\_web/p3\\_documents\\_folder/Carney\\_et\\_al.pdf](http://www.start.org/Program/advanced_institute3_web/p3_documents_folder/Carney_et_al.pdf)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- EFTA (2001) “Fair Trade Yearbook 2001” *European Fair Trade Association*. En: <<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/yb01-es.pdf>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- FLO (2001) “Annual Review 2000/2001” *Fairtrade Labelling Organizations*. En: <[http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm\\_docs/2008/a/annreview2.pdf](http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2008/a/annreview2.pdf)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- (2007) “Shaping Global Partnerships” *Fairtrade Labelling Organizations*. En: <[http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm\\_docs/2008/F/FLOAR\\_2007.pdf](http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2008/F/FLOAR_2007.pdf)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Fridell, G. (2007) *Fair trade coffee: the prospects and pitfalls of market-driven social justice*. Toronto, University of Toronto Press.

- Gendron, C., Bisailon, V. y A. I. Otero (2009) "The Institutionalization of Fair Trade: More than Just a Degraded Form of Social Action" *Journal of Business Ethics*. Volumen 86, número 1, pp. 63-79.
- Gereffi, G., Garcia-Johnson, R. y E. Sasser (2001) "The NGO-Industrial Complex" *Foreign Policy*. Agosto 2001, pp. 56-65.
- Gereffi, G. y K. Fernandez-Stark (2011) "Global Value Chain Analysis: A Primer" *Center on Globalization, Governance & Competitiveness*. En: <[http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31\\_GVC\\_analysis\\_a\\_primer.pdf](http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31_GVC_analysis_a_primer.pdf)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Giovannucci, D. y F. Koekoek (2003) "The State of Sustainable Coffee: A Study of Twelve Major Markets" *Social Science Research Network*. En: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=996763](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=996763)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Hira, A. y J. Ferrie (2006) "Fair Trade: Three Key Challenges for Reaching the Mainstream" *Journal of Business Ethics*. Volumen 63, número 2, pp. 107-118.
- Jaffee, D. (2007) *Brewing Justice: Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*. Berkeley, University of California Press.
- Méndez, V. E. *et al.* (2010) "Effects of Fair Trade and Organic Certifications on Small-scale Coffee Farmer Households in Central America and Mexico" *Renewable Agriculture and Food Systems*. Volumen 25, número 3, pp. 236-251.
- Muradian, R. y W. Pelupessy (2005) "Governing the Coffee Chain: The Role of Voluntary Regulatory Systems" *World Development*. Volumen 33, número 12, pp. 2029-2044.
- Murray, D., Raynolds, L. y P. Taylor (2003) "One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade in Latin America" *Colorado State University*. En: <<http://welcome2.libarts.colostate.edu/centers/cfat/wp-content/uploads/2009/09/One-Cup-at-a-Time.pdf>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- (2006) "The Future of Fair Trade Coffee: Dilemmas Facing Latin America's Small-scale Producers" *Development in Practice*. Volumen 16, número 2, pp. 179-191.
- Ponte, S. (2002) "The Latte Revolution? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain" *World Development*. Volumen 30, número 7, pp. 1099-1122.
- Ponte, S. y P. Gibbon (2005) "Quality Standards, Conventions, and the Governance of Global Value Chains" *Economy and Society*. Volumen 34, pp. 1-31.
- Raynolds, L. (2000) "Re-embedding Global Agriculture: The International Organic and Fair Trade Movements" *Agriculture and Human Values*. Volumen 17, número 3, pp. 297-309.
- (2002) "Poverty Alleviation Through Participation in Fairtrade Coffee Networks: Existing Research and Critical Issues" *University of California*. En: <<http://are.berkeley.edu/courses/EEP131/fall2007/Fairtrade/Raynolds.pdf>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].

- Raynolds, L. T., Murray, D. y A. Heller (2007) “Regulating Sustainability in the Coffee Sector: A Comparative Analysis of Third-party Environmental and Social Certification Initiatives” *Agriculture and Human Values*. Volumen 24, número 2, pp. 147-163.
- Romero-González, A. M. (2010) “Estudio sobre la cadena de valor del café ugandés de Comercio Justo” en *Intermon Oxfam*. En: <[http://www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/3898/110523\\_Estudiocadenavalorcafeugandes.pdf/](http://www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/3898/110523_Estudiocadenavalorcafeugandes.pdf/)> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Ruben, R. y R. Fort (2011) “The Impact of Fair Trade Certification for Coffee Farmers in Peru” *World Development*. DOI:10.1016/j.worlddev.2011.07.030.
- Scoones, I. (1998) “Sustainable Rural Livelihoods a Framework for Analysis” *Institute of Development Studies*. IDS Working Paper 72. En: <<http://www.ids.ac.uk/files/dmfile/Wp72.pdf/>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- Sick, D. (2008) “Coffee, Farming Families, and Fair Trade in Costa Rica: New Markets, Same Old Problems?” *Latin American Research Review*. Volumen 43, número 3, pp. 193-208.
- Utting, K. (2005) “Does Fairtrade Make A Difference? The Case of Small Coffee Producers in Nicaragua” *Development in Practice*. Volumen 15, número 3/4, pp. 584-599.
- (2009) “Assesing the Impact of Fair Trade Coffee: Towards an Integrative Framework” *Journal of Business Ethics*. Volumen 86, número 1, pp. 127-149.
- Valkila, J. (2009) “Fair Trade Organic Coffee Production in Nicaragua-Sustainable Development or a Poverty Trap?” *Ecological Economics*. DOI:10.1016/j.ecolecon.2009.07.002.
- Valkila, J., Haaparanta, P. y N. Niemi (2010a) “Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers” *Journal of Business Ethics*. Volumen 97, número 2, pp. 257-270.
- Valkila, J. y A. Nygren (2010b) “Impacts of Fair Trade-Certification on Coffee Farmers, Cooperatives, and Laborers in Nicaragua” *Agriculture and Human Values*. Volumen 27, número 3, pp. 321-333.
- VanderHoff, F. (2001) “Economía y Reino de Dios: neoliberalismo y dignidad, opuestos que viven juntos” *Revista Christus*. En: <<http://www.sjsocial.org/crt/economia.html/>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- (2002) “Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of UCIRI” *Colorado State University*. En: <<http://welcome2.libarts.colostate.edu/centers/cfat/wp-content/uploads/2009/09/Case-Study-UCIRI-Oaxaca-Mexico.pdf>> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].
- (2005) *Excluidos hoy, protagonistas mañana*. México, Impretei.