

Incidencia del comercio justo en el desarrollo agroalimentario en los territorios étnicos del Norte del Cauca: caso producción de plátano en Padilla, Cauca

Incidence of fair trade in agri-food development in the ethnic territories of North Cauca: case of banana production in Padilla, Cauca

Incidência do comércio justo no desenvolvimento agroalimentar nos territórios étnicos do Norte do Cauca: caso de produção de banana em Padilla, Cauca

Edward Enrique Escobar-Quiñonez¹

Recibido: 9 de septiembre de 2019

Aprobado: 30 de agosto de 2020

Publicado: 30 de septiembre de 2020

Cómo citar este artículo:

Escobar-Quiñonez, E. (2020). Incidencia del comercio justo en el desarrollo agroalimentario en los territorios étnicos del Norte de Cauca: caso producción de plátano en Padilla, Cauca. *Cooperativismo & Desarrollo*, 28(118), 1-34. doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.03.07>

Artículo de Reflexión. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.03.07>

¹ Doctorando en Economía Agroalimentaria, Magister en Economía, profesor de tiempo completo en la Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Administración de Empresas, Cali y catedrático de la Universidad del Valle.

Correo electrónico: edward.escobarq@campusucc.edu.co, edward.escobar@correounivalle.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0358-3355>

Resumen

Objetivo: el presente estudio analiza la incidencia del comercio justo en el desarrollo del sector agroalimentario, mediante las prácticas productivas que realiza la población étnica afrocolombiana de la región del Norte del Cauca.

Metodología: es un trabajo de campo realizado desde dos enfoques, exploratorio y descriptivo, a partir de los cuales se aplicaron varios instrumentos de medición (por ejemplo, encuestas a las comunidades de campesinos) e información secundaria obtenida de bases de datos relacionada con los distintos actores (líderes, empresarios del campo y comunidad en general).

Descripción: se realizó la descripción del estado actual de la política agraria en Colombia, identificando la normativa que fomenta la aplicación del comercio justo en los territorios étnicos del Norte del Cauca. Posteriormente, se llevó a cabo una comparación de las prácticas de comercio justo en el contexto latinoamericano, identificando y analizando las prácticas sociales y económicas que han incidido en el desarrollo del comercio justo.

Conclusiones: se identificaron propuestas de estrategias de desarrollo económico que potencien el mejoramiento de las prácticas productivas en los territorios étnicos de la región con base en la práctica de comercio justo.

Palabras claves: desarrollo económico, desarrollo local, economía solidaria, política agraria.

O13 Agricultura
Z18 Política pública
Z13 Sociología económica

Abstract

Objective: This study analyzes the incidence of fair trade in the development of the agri-food sector, through the productive practices carried out by the Afro-Colombian ethnic population of the North Cauca region.

Methodology: It is a field work carried out from two approaches, exploratory and descriptive, from which various measurement instruments were applied (for example, surveys of peasant communities) and secondary information obtained from databases related to the different actors (leaders, entrepreneurs from the field and the community in general).

Description: A description of the current state of agrarian policy in Colombia was made, identifying the regulations that promote the application of fair trade in the ethnic territories of Northern Cauca. Subsequently, a comparison of fair trade practices in the Latin American context was carried out, identifying and analyzing the social and economic practices that have influenced the development of fair trade.

Conclusions: Proposals for economic development strategies were identified that promote the improvement of productive practices in the ethnic territories of the region based on the practice of fair trade.

Keywords: economic development, local development, solidarity economy, agrarian policy.

Resumo

Este estudo analisa o desenvolvimento do sector agroalimentar através das práticas produtivas levadas a cabo pela população étnica afrocolombiana da região do Norte do Cauca. A proposta é examinar se existe desenvolvimento do sector agroalimentar através do comércio justo; este estudo será realizado com a população étnica da região do Norte do Cauca -Colômbia; no método de medição, serão aplicados vários instrumentos, tais como inquéritos às comunidades camponesas, para além da informação secundária obtida em bases de dados relacionadas com os diferentes actores, tais como líderes, empresários rurais e a comuni-

dade em geral, tudo isto de uma forma directa. Para eles, será feita uma descrição do estado actual da política agrária na Colômbia, serão também identificados os regulamentos que promovem a aplicação do comércio justo nos territórios étnicos do Norte do Cauca, será acrescentada a comparação das práticas de comércio justo no contexto latino-americano, e serão identificadas e analisadas as práticas sociais e económicas que influenciaram o desenvolvimento do comércio justo, a fim de recomendar estratégias de desenvolvimento económico que promovam a melhoria das práticas produtivas nos territórios étnicos da região.

Palavras-chave: desenvolvimento econômico, desenvolvimento local, economia solidária, política agrária.

Introducción

Esta investigación nace de la necesidad de generar estrategias de desarrollo eco-nómico local que fomenten las actividades de comercio justo en las comunidades étnicas (indígenas y afrodescendientes) del pacífico colombiano, con el fin de fomentar el crecimiento inclusivo, como lo establece la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en cada país perteneciente a la coalición. Para esto se potencian alternativas emprendedoras que permitan, a través del estudio científico, determinar cuál es el comportamiento económico de la economía solidaria en las regiones y en los países.

Como sustento jurídico se toma la Constitución Política de Colombia, que establece lo siguiente, en su Artículo 65:

La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras. De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad. (Constitución Política de Colombia, 1992, p. 29).

El sector agropecuario en Colombia, al igual que en otros países, tiene grandes dificultades en torno a la producción, debido al incremento en los costos y la falta de ventajas competitivas frente a otras naciones para comercializar productos colombianos al exterior. Entre las problemáticas que debe enfrentar este sector, se encuentran los insuficientes recursos financieros, comerciales y técnicos. Esto último evidencia la necesidad de generar prácticas sustentables que beneficien el sector agropecuario, al igual que fomentar cadenas de mercado que tengan en cuenta la dimensión ambiental y las políticas públicas (Ávila-Foucat, 2017).

En esta primera revisión se presentan algunas investigaciones, cuyo objeto de estudio ha sido los sistemas de certificación en alimentos orgánicos y los de comercio justo. Un primer acercamiento, en el que se involucra a Colombia, es el documento *Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento* (Sánchez-Álvarez, 2018), en el cual se establece claramente el rol que tiene la economía social y solidaria con el comercio justo en el desarrollo de la economía campesina familiar en Colombia. Este documento propone una sinergia entre los actores del sector de la economía social y solidaria en Colombia (en el marco de la economía campesina familiar), a partir del uso de una metodología descriptiva, mediante la cual se analiza la utilización de las certificaciones, etiquetas verdes y ecoestándares. A manera de conclusión, el autor señala que el comercio justo conlleva al modelo productivo comprometido con el medio ambiente y la seguridad alimentaria, ya que este promueve los principios de la economía social y solidaria, que a su vez abarca componentes éticos, de justicia, y legitima un modelo productivo sostenible e incluyente.

Posteriormente, se presenta el trabajo *Do private sustainability standards contribute to income growth and poverty alleviation? A comparison of different coffee certification schemes in Ethiopia* (Mitiku, de Mey, Nyssen y Maertens, 2017), en el cual se analizan las implicaciones de diferentes esquemas de certificación de café en Etiopía, utilizando datos de encuestas transversales, junto con técnicas de igualación de puntuación de regresión y propensión. Así, por ejemplo, Rainforest Alliance (RA) y las certificaciones dobles Fairtrade-Organic (FT-Org) se asocian con ingresos más altos y reducen la pobreza, como consecuencia de los precios más altos; la certificación Fairtrade (FT) apenas afecta al bienestar; en tanto que la certificación orgánica (Org) reduce los ingresos, debido a que genera menores rendimientos. Los resultados muestran que los estándares de las organizaciones privadas no logran satisfacer a sus consumidores finales, en términos de lo que prometen, y mucho menos en términos de comercio justo o algún mejoramiento en sus ingresos.

A estos antecedentes se suma el trabajo "Small farmer cooperatives and voluntary coffee certifications: Rewarding progressive farmers of engendering widespread change in Costa Rica?"¹ de Snider, Gutiérrez, Sibelet y Faure (2017). En esta investigación los autores examinan los beneficios e inconvenientes de las cooperativas que participan en el proceso de certificaciones de café por actores voluntarios, para lo cual entrevistaron a administradores de veinte cooperativas de café costarricenses. El

1 Cooperativas de pequeños agricultores y certificaciones voluntarias de café: ¿Recompensar a los agricultores progresistas de generar un cambio generalizado en Costa Rica? (La traducción es nuestra).

estudio se basó en datos de campo recopilados en 2013 y 2014, con comunicaciones de seguimiento a los participantes en 2015. Mediante entrevistas semiestructuradas a gerentes, agrónomos, técnicos contables e integrantes de Consejos de cooperativas, los investigadores indagaron acerca de la gestión de las certificaciones en veinte de las veintidós cooperativas cafetaleras costarricenses. El estudio concluye que, a la hora de elegir certificaciones, las cooperativas tienen en cuenta el tamaño de la cosecha, el número de miembros, la calidad del café y los recursos humanos; además, los incentivos financieros alientan a las cooperativas y, en algunas casos, a los agricultores para perseguir certificaciones.

La investigación "Is Eco-Certification a Win-Win for Developing Country Agriculture? Organic Coffee Certification in Colombia"², realizada por Ibanez y Blackman (2016), analiza los efectos de la certificación de café orgánico en los productores del sureste colombiano. Según los autores, la certificación está asociada con cambios en prácticas agrícolas tendientes a obtener mejores resultados ambientales. Los datos utilizados para el análisis provienen de una encuesta original aplicada a 382 cafetaleros en cinco municipios del departamento de Cauca, Colombia. Se incluyeron variables de resultado relacionadas con fertilizantes químicos, insecticidas, herbicidas, aguas residuales, abono orgánico, sombra y pulpa. Y seis variables de resultado económico: costo laboral, costo de insumos, costo total, rendimiento, ingreso e ingreso neto por hectárea en un año. A manera de conclusión, señalan que la certificación orgánica afecta el uso de prácticas agrícolas, de tal manera que se espera que mejore el desempeño ambiental de los productores, aunque sugieren que los beneficios económicos de la certificación orgánica son limitados.

El estudio, titulado "Fair trade/organic coffee, rural livelihoods, and the 'agrarian question': Southern Mexican coffee families in transition. World Development"³ (Barham, Callenes, Gitter, Lewis, y Weber, 2011), evalúa la importancia de FT / café orgánico en la combinación de ingresos e inversiones en una muestra estratificada aleatoria de productores de café del sur de México. Los resultados lograron revelar, en términos estadísticos, pequeñas diferencias económicas en los precios y retornos netos en efectivo relacionadas con el trabajo familiar y las tierras asociadas al café orgánico / FT. Los datos se recopilaron en 2005 y 2006, a partir de 845 hogares cafetaleros en nueve regiones del sur de Estados mexicanos de Oaxaca y Chiapas; la muestra incluye los hogares de cultivo de café, miembros de cooperativas dedicadas

2 ¿Es la eco-certificación un gana-gana para la agricultura de los países en desarrollo? Certificación de café orgánico en Colombia. (La traducción es nuestra).

3 Comercio justo / café orgánico, medios de vida rurales y la "cuestión agraria": las familias en transición al café en el sur de México. (La traducción es nuestra).

al comercio justo y la producción de café orgánico. Los investigadores concluyen que es más probable que surjan mejoras en los resultados económicos, cuando los hogares rurales tienen acceso a una gama de mejoras en el trabajo, a través de los mercados de productos agrícolas certificados u otros productos locales.

El trabajo, "Producción de café orgánico de comercio justo en Nicaragua: ¿Desarrollo sostenible o una trampa de la pobreza?", realizado por Valkila (2009), evalúa el impacto en la producción de café orgánico de comercio justo en el bienestar de los agricultores a pequeña escala en Nicaragua. Por esta práctica los agricultores reciben primas de precios para el comercio justo de café orgánico. Este estudio se fundamenta en siete meses de trabajo de campo en Nicaragua, durante los cuales se realizaron entrevistas semiestructuradas con 120 agricultores, administradores y técnicos de once cooperativas, representantes de empresas exportadoras de café, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales del norte de este país. El análisis demuestra que los pequeños productores de café no dependen solo de los ingresos provenientes de este producto, pues las granjas producen típicamente una gama diversa de otros bienes agrícolas. Muchos de estos productos podrían venderse certificados orgánicamente, si se comercializan mediante los canales de certificación disponibles. Sin embargo, como estos bienes no están en los intereses de los organismos certificadores, los agricultores orgánicamente certificados no reciben primas de precios. El estudio concluye que los agricultores más pobres no logran salir de esta condición, debido a la baja intensidad en la producción, y a pesar de estar conectados con los mercados orgánicos de comercio justo.

Con base en las investigaciones anteriormente citadas, podemos resaltar la importancia de las certificaciones orgánicas y de comercio justo, para la generación de valor agregado en la producción agrícola, obtener mejores ingresos para los campesinos, estabilidad en los precios del café, entre otros. Sin embargo, hay hallazgos de corta permanencia en este sistema de comercialización, lo que lleva a proponer varios puntos que no han sido analizados en el contexto colombiano. Por ejemplo, la importancia de promover oportunidades de desarrollo económico para productoras (mujeres rurales), comunidades indígenas y afrodescendientes, mediante mecanismos que garanticen la protección a los niños de la explotación en los procesos productivos.

Bajo esta perspectiva, en esta investigación se plantea la pregunta: ¿Cómo incide el comercio justo en el desarrollo agroalimentario, a partir de las prácticas productivas de plátano en el municipio de Padilla, Cauca? Esta interrogante, sin embargo, genera algunas subpreguntas: ¿Cuál es el estado actual de la política agraria y de seguridad alimentaria en Colombia? ¿Cuáles son los escenarios de producción y

comercialización del plátano en Colombia? ¿Cuál es la incidencia del comercio justo en el desarrollo local del municipio de Padilla, Cauca?

El objetivo de este artículo es analizar la incidencia del comercio justo en el desarrollo agroalimentario, a partir del estudio de las prácticas productivas de plátano en el municipio de Padilla, Cauca. En primer lugar, se describe el estado actual de la política agraria y de seguridad alimentaria en Colombia, junto con el sistema actual de producción y comercialización del plátano en el Municipio de Padilla (Departamento del Cauca); en segundo lugar, se analiza el impacto social y económico que ejerce el comercio justo sobre el desarrollo local en este municipio.

Marco teórico

Uno de los sectores más afectados con las constantes variaciones de este impredecible mundo son las pequeñas economías, los países en vía de desarrollo, o lo que los orientales llaman “países del tercer mundo”. Esto no significa que la globalización sea negativa; no obstante, hay que reconocer que los países en vía de desarrollo poseen menores ventajas para competir en un mercado global. Por ejemplo: estos países no cuentan con los factores productivos necesarios para competir en igualdad de condiciones, aun cuando son productores de materia prima (*comodities*); así mismo, las economías de escala basadas en la producción masiva, con el fin de reducir costos, opacan, sin ningún tipo de escrúpulo, a las economías emergentes; a lo cual habría que agregar los elevados aranceles y las diversas medidas proteccionistas que algunos países emplean como estrategias.

Agricultura

La agricultura tiende a ser un diamante en bruto para los países en vía de desarrollo, pues para nadie es un secreto que los países del tercer mundo son ampliamente productores de materia prima, de los bien llamados *comodities*. Aun así, este sector no ha sido estratégicamente utilizado para estimular el desarrollo integral de las poblaciones más segregadas en el contexto mundial. Sin lugar a duda, la tierra hace parte de los principales factores productivos de un país, sin embargo, para que esta genere riquezas se debe aprovechar mediante la producción agrícola.

Organizaciones como el Panel Independiente sobre la Agricultura para el Desarrollo de América Latina (PIADAL) afirman que la agricultura ha contribuido, en gran manera, al desarrollo económico y social:

La economía mundial enfrenta múltiples desafíos. Algunos son de más corto plazo, como la crisis financiera y económica centrada en los países desarrollados. Otros se relacionan con el manejo de mediano y largo plazo de los recursos naturales en el contexto del cambio climático. Todo esto tiene importantes impactos sobre la seguridad alimentaria y la evolución de la agricultura y redefine el papel que esta puede tener en el desenvolvimiento económico de la región. Repensar las contribuciones de la agricultura al desarrollo y crear las mejores condiciones económicas e institucionales para lograrlas es uno de los grandes desafíos del momento. Requiere, por un lado, nuevas formas de entender la agricultura y su relación con el crecimiento económico y la eliminación de la pobreza rural y la inseguridad alimentaria, y por el otro, procesos políticos que contribuyan a crear sistemas de gobernanza que hagan posible el diseño e implementación de políticas públicas inclusivas y de largo plazo (PIADAL, 2013, p. 25).

De acuerdo con Stiglitz y Charlton (2007), el comercio internacional puede ser beneficioso para el desarrollo de los territorios y de sus habitantes, en la medida en que las reglas del juego se den de una manera justa y equitativa. Estos autores analizan la importancia de la *liberación comercial*, siempre y cuando se dé en un escenario de "ganar-ganar". No se desconoce que, a partir de la apertura económica y la llegada del neoliberalismo en la década del 90, las relaciones comerciales entre naciones se han hecho más estrechas; no obstante, en la balanza tienen más peso los países desarrollados, los cuales gozan de tecnología de punta y mano de obra calificada como factores productivos que les permite obtener ventajas comparativas y competitivas en el mercado. Esto, inevitablemente, conduce a que las naciones en vía de desarrollo se vean minimizados por la competencia salvaje que se da en un mundo altamente globalizado. Así mismo, en la medida en que se disminuyan las medidas proteccionistas entre países, se podría hablar realmente de un comercio internacional justo, que reduzca la absurda brecha entre países del primer y tercer mundo.

En relación con la agricultura,

los países en desarrollo afrontan los beneficios de la mejora en el acceso de los mercados y los costes potenciales de los precios más altos para los consumidores nacionales. El punto fundamental es que los consumidores se benefician de los precios más bajos que resultan de las subvenciones a la agricultura y los productores pierden. [De igual forma], los países

desarrollados tienen un gran número de instrumentos que pueden usar para retribuir las rentas y aliviar la pobreza. En países menos desarrollados por el contrario el conjunto de instrumentos es mucho más restringido. Dado que los productores agrícolas están entre la población más pobre de los países en desarrollo, aumentar los precios que reciben puede ser uno de los pocos instrumentos que alivie la pobreza rural. Pero estas políticas son al mismo tiempo propensas a aumentar la pobreza urbana (Stinglitz y Charlton 2007, p. 283).

Dentro de la cadena productiva, los países productores son los más perjudicados por las reglas que impone el comercio internacional; no obstante, si se logra que estos obtengan un precio justo por sus productos, se podría tener una herramienta para aliviar la pobreza. Incluso, no se puede olvidar que los países catalogados como “pobres” son aquellos en vía de desarrollo, y por supuesto dentro de ellos se encuentran los pequeños productores que —con poca tecnología, capacitación, recursos y conocimiento— sacan a flote sus cultivos, y que de una manera injusta e inequitativa terminan compitiendo contra aquellos países que gozan de una mejor situación.

Políticas públicas para el sector agrícola

El sector agrícola viene creciendo, lo que atrae a los inversionistas que impulsan las mejoras tecnológicas. Con esto se ha logrado obtener una mayor rentabilidad, que responde a la continuidad de la demanda por productos agrícolas.

Vale la pena destacar que en la etapa de diseño de políticas públicas para el sector agrícola es importante abordar seis áreas específicas: 1) competitividad, 2) infraestructura, 3) ampliación de mercados, 4) logística, 5) inversión e ingresos y 6) reducción de pobreza (Gomez, Restrepo, Nash, Valdés, Reina, Zuluaga, Bermúdez, Oviedo y Perfetti, 2011). Una estrategia para el diseño y la aplicación de las políticas públicas en el sector rural es la vinculación activa y participativa de las familias campesinas, con el fin de lograr que lo proyectado responda a sus necesidades reales (FAO, 2004).

Es importante aclarar que la mayor parte de las políticas buscan el beneficio para todo el sector, sin distinciones de cultivos determinados. Es decir, no es conveniente crear una política para la yuca, el maíz, el plátano, etc., ya que las políticas más eficaces son aquellas que facilitan las actividades del agricultor. Además, la definición de estas políticas por productos puede crear una desigualdad de incentivos

y el gobierno no posee la capacidad de establecer cuál de todos los cultivos es más rentable para la economía del país (FAO, 2004).

Por otra parte, la política agrícola debe relacionarse con otras y con los organismos encargados, por ejemplo:

[Con] el Banco Central, el Ministerio de finanzas para políticas financieras rurales, el Ministerio de Economía o de Comercio para políticas de comercio exterior agrícola, con el Ministerio de finanzas respecto a los programas de riego e investigación y con el Ministerio de medio ambiente o recursos naturales para las políticas de riego. En la esfera del gobierno, la política de desarrollo agrícola concierne cada vez más a muchos ministerios y entidades (FAO, 2004, pp. 21-22).

Desarrollo local y desarrollo económico local

El desarrollo local se piensa como un proceso integrador que gestiona un cambio para beneficio de la localidad, o un proceso que busca mejorar la calidad de vida de las personas. Partiendo de este hecho, Pike, Rodríguez y Tomaney (2011) consideran que definir el concepto de desarrollo local es mucho más difícil de lo que se puede pensar: algunos lo asocian directamente con el desarrollo económico, sin profundizar en lo que conlleva e implica el desarrollo local desde un carácter integrador, pues el ámbito económico tan solo sería una arista para abarcar este intrincado concepto. En ese sentido, los autores afirman que "no existe un acuerdo único, ni una comprensión homogénea de desarrollo de/para localidades y regiones. Las nociones particulares de desarrollo son socialmente determinadas por grupos sociales y/o por los intereses en lugares y periodos de tiempo" (p. 35). Se puede decir que el desarrollo local, como concepto, sufre una transformación a lo largo del tiempo, que se adecua de acuerdo con ciertas subjetividades, pero se centra en mejorar la calidad de vida de las personas.

Desde otra perspectiva, Rofman y Villar (2006) conciben el desarrollo local como una estrategia de transformación social que, al pasar del tiempo, ha venido ocupando un mayor espacio en la agenda pública latinoamericana. Para estos autores, cada vez se habla más de desarrollo local, se ejecutan proyectos de esta índole, se escriben libros con este enfoque, las universidades le apuntan al desarrollo local y muchos municipios deciden adoptar políticas que cobijen este tipo de desarrollo. Además, "la

estrategia de desarrollo local se basa en reservar prioritariamente la capacidad de decisión de los actores sociales en definir un derrotero a futuro de un ámbito espacial determinado a aquellos que residen en dicho espacio" (p. X). Para Albuquerque, Aghon y Cortes,

el desarrollo local hace referencia a procesos de acumulación de capital en ciudades, comarcas y regiones concretas. Una oferta de mano de obra ocupada en la localidad y suficientemente calificada para las tareas que desempeña, unida a una capacidad empresarial y organizativa fuertemente articulada a la tradición productiva local y a una cultura atenta a las innovaciones y al cambio, favorecen la acumulación de capital en los sistemas productivos locales (2001, p. 15).

En función del esbozo de Rojas, el desarrollo económico local

es un proceso que promueve el gobierno local en alianza con otros agentes, con el propósito de ampliar la base económica local, acumulando y capitalizando sus excedentes, fortaleciendo el tejido económico y generando el desarrollo de un entorno competitivo, que posibilite el desarrollo de las empresas, la generación de empleo local y luchar de manera efectiva contra la pobreza. Este proceso exige el diseño y la implementación de una estrategia de desarrollo continuo, utilizando los recursos locales y el desarrollo de innovaciones en un contexto de competencia globalizada. Al mismo tiempo busca conectar las políticas de desarrollo local, regional y nacional en un solo marco de actuación integrador. (2009, p. 21)

Por lo tanto, se reconoce que el desarrollo local incluye a todos los grupos de interés, además de ser un actor integrador que permite —por decirlo de algún modo— desde un desarrollo particular, llegar a un desarrollo general e integral.

La Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) propone que:

La estrategia fundamental para lograr el desarrollo económico local es fortalecer la competitividad territorial. Por un lado, esto implica tomar en cuenta no sólo las ventajas comparativas (las que ya se tienen por razones históricas o naturales) sino también las ventajas competitivas (las que están por construirse y dependen de la acción consensuada en

respuesta a las necesidades del mercado). Por otro, hay que asumir un enfoque de competitividad sistémica. Es decir, no limitarse a mejorar las ventajas en un solo sector de la economía. Tampoco de una sola empresa, sino de toda la cadena productiva y de todo el sistema económico del municipio. (2008, p. 42)

La competitividad es clave para el desarrollo económico local. En la medida en que el sector productivo de un territorio se fortalezca, es más probable que haya desarrollo, pues no solo se hacen necesarias las ventajas comparativas, sino también las competitivas; de hecho, la articulación estratégica de estas dos ventajas permitirá alcanzar beneficios para un territorio. En ese sentido, se deben aprovechar las ventajas comparativas al máximo e identificar y diseñar las competitivas, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos pactados para alcanzar el desarrollo local de un territorio.

Políticas públicas para el desarrollo local

Actualmente en Colombia se han podido establecer, mediante la política pública, posibilidades de desarrollo local desde la agricultura familiar, campesina y comunitaria. La Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS), en la resolución 00464 del 29 de diciembre del 2017 (Artículo 2), detalla cómo su objetivo general es planificar y gestionar la acción integral del Estado, lo cual supone orientar la institucionalidad social o privada, dirigida al fortalecimiento de las capacidades sociales, económicas y políticas de las familias, comunidades y organizaciones de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC), sobre la base de un desarrollo rural con enfoque territorial que mejore la sostenibilidad de la producción agropecuaria y genere bienestar y buen vivir en la población rural (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017).

Las compras públicas locales de alimentos, de acuerdo con la resolución 6314 del 30 de noviembre del 2020 del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, establece que las entidades públicas deberán adquirir hasta el 40 % de alimentos procesados o sin procesar a productores agropecuarios locales, con el fin de garantizar el derecho a la igualdad de los pequeños productores. Esta práctica es equivalente a las de comercio justo, salvo que es el Estado quien reglamenta y acciona las políticas de desarrollo local en los territorios (ICBF, 2020).

Una de las propuestas orientadas por el Estado consiste en generar subsidios y créditos para compra de tierras. De esta forma, el Estado otorga subsidio integral

y créditos para compra de tierras a organizaciones solidarias de trabajadores con vocación agrícola, o a pequeños y medianos productores asociados con organizaciones solidarias, canalizados a través de las organizaciones solidarias (UAEOS y CIRIEC, 2019).

Comercio justo

Desde una perspectiva simple, uno de los conceptos que tiene gran relación con el desarrollo local es el de comercio justo, entendido como una alternativa de comercio que busca mejorar las condiciones de los pequeños productores, específicamente en aquellos países en vía de desarrollo. El comercio justo aparece como una opción capaz de hacer oposición a las reglas "injustas" que rigen el comercio internacional. Este concepto no se aleja en absoluto de lo que representa el desarrollo local, por el contrario, se podría decir que los dos se centran en un mismo objetivo: mejorar sustancialmente las condiciones de vida de aquellos que, pese a vivir en un mundo más globalizado, aún siguen padeciendo de hambre, no cuentan con condiciones dignas para vivir, y su índice de necesidades satisfechas (salud, educación, vivienda, etc.) deja a la vista las miles de limitaciones que tiene el capitalismo.

Partiendo de estas apreciaciones, Rappo (2009) afirma que "al igual que en otros casos no existe una definición única de Comercio Justo y si bien se trata de incorporar el concepto de equidad, las relaciones que se expresan en el ámbito comercial son reflejo de relaciones generales de producción que derivadas de la estructura capitalista mundial se manifiestan como desiguales e inequitativas" (p. 64). Así, queda de manifiesto que el modelo económico capitalista se da en condiciones desiguales, injustas, oligarcas, burocráticas y centralizadas. Adicionalmente, Rappo pone sobre la mesa los objetivos que delimitan el comercio justo, entre los cuales destaca:

- a) Mejorar las condiciones de vida y bienestar de los productores a través de mejorar su acceso al mercado, fortaleciendo la organización de los productores al pagar un mejor precio y manteniendo continuidad de la relación comercial.
- b) Promover oportunidades de desarrollo para productores en desventaja, especialmente mujeres y comunidades indígenas, protegiendo a los niños de la explotación de los procesos productivos.
- c) Realizar campañas para cambiar las reglas y prácticas de comercio internacional convencional.

- d) Crear conciencia entre los consumidores para que puedan ejercer su poder de compra positivamente.
- e) Proteger los derechos humanos a través de la promoción de la justicia social, de prácticas ambientales sostenibles y seguridad económica.
- f) Ser ejemplos de “socios en comercio” a través del diálogo, la transparencia y el respeto. (Rappo, 2019, p. 65)

Por otro lado, Gil afirma que el comercio justo

es una propuesta alternativa al comercio internacional convencional basada en garantizar a los productores una compensación justa por su trabajo, asegurándoles un medio de vida digno y sostenible y el disfrute de sus derechos laborales. El Comercio Justo es una herramienta de cooperación para colaborar a la erradicación de la pobreza en los países en desarrollo y ayudar así a las poblaciones empobrecidas a salir de su dependencia y explotación. Las organizaciones de Comercio Justo se constituyen en un sistema comercial alternativo que ofrece a los productores acceso directo a los mercados del Norte y unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias. (2014, p. 22)

De esta manera, el comercio justo —como su nombre lo indica— busca que los productores obtengan un precio justo no solo por sus productos sino por el trabajo que realizan, para así mejorar sustancialmente sus condiciones laborales, sociales y económicas.

De acuerdo con Ramírez y Marín (2013), el comercio justo “se entiende como un comercio equitativo, es decir, un intercambio de bienes y servicios de carácter material o inmaterial que se da en condiciones de igualdad o equidad entre las partes” (p. 14). Al mismo tiempo, este mecanismo de comercio permite que haya una distribución justa de los ingresos entre las partes, pues apela a la equidad e igualdad. Para nadie es un secreto que las transacciones que se dan en el comercio convencional son inequitativas, en este escenario los más afectados suelen ser los pequeños productores, al ser víctimas de los intermediarios; las audaces estrategias de las grandes compañías, que optan por un comercio desequilibrado, desconocen la constante y admirable labor que hacen los campesinos, no solo a nivel local, sino también a nivel regional, nacional, e inclusive mundial.

No se puede negar que, a raíz de la globalización, las relaciones internacionales han fomentado las acciones comerciales que permiten cierta estabilidad económica.

El mundo globalizado del siglo XXI ha hecho que las barreras invisibles que se dan entre naciones se rompan, pues la cultura, la información, las ideologías, y por supuesto las costumbres ya no pertenecen a un lugar en específico; asimismo, a nivel comercial, las barreras proteccionistas han disminuido, fomentando el libre comercio y la libre competencia. No obstante, quienes más perjudicados se ven por las tendencias del mundo actual son las minorías, que no cuentan con los recursos para competir en un mercado brutal y salvaje; podemos decir que hay una libre pero no sana competencia, puesto que esta solo favorece a una de las partes, afectando irremediabilmente a la otra.

Para Solé, el comercio justo es

la denominación más usual para designar un sistema alternativo de relaciones comerciales entre países del Sur y los consumidores de países del Norte, también se conoce como comercio equitativo, comercio solidario, comercio alternativo, y viene definido por una toma de posición a favor de los productores de las áreas menos desarrolladas del planeta. Su objetivo es la dignificación de sus condiciones laborales y sociales a través de un comercio equitativo directo y estable. (2003, p. 10).

Adicionalmente, la socióloga define los siguientes objetivos del comercio justo: "a) garantizar para los trabajadores un salario justo, b) mejorar las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo, c) fomentar la igualdad de oportunidades para las mujeres, d) proteger los derechos infantiles, e). salvaguardar las minorías étnicas, f) proteger el medio ambiente" (p. 25).

De alguna forma, la autora ratifica que el comercio justo opta por proteger y cobijar a las minorías, centrándose específicamente en mejorar o por lo menos garantizar una vida digna, en la que los productores, niños, el medio ambiente, las mujeres, y las minorías étnicas, que tristemente son explotados, terminan siendo víctimas del mundo contemporáneo.

Las cuatro principales organizaciones de comercio justo a nivel mundial han adoptado el concepto anteriormente expuesto. Estas organizaciones se definen como la FINE, por la unión de las primeras letras que conforman sus nombres en inglés: Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo (FLO, por sus siglas en inglés), Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO antes IFAT), Red Europea de Tiendas Comercio Justo (NEWS) y Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA).

Uno de los trabajos de Reynolds (2017) explica por qué FLO está certificando grandes empresas, a través de la mano de obra contratada. Esta práctica ha generado

el paso del comercio justo en el sector de los campesinos a la consolidación de grandes plantaciones. En otras palabras, esta práctica desfigura el objetivo principal de apoyar al productor campesino, pues intenta anclarlo a grandes plantaciones, al interior de las cuales es visto como mano de obra. Reynolds concluye que la reciente incorporación al mercado explica el aumento de la certificación laboral dentro del comercio justo, y el argumento más general de que los programas reguladores privados, fundados para fomentar la habilitación, evolucionan con el tiempo para dar prioridad a una lógica de control.

Finalmente, De Pelsmacker, Driesen y Rayp (2005), en su investigación "¿Se preocupan los consumidores por la ética?", detectaron que los consumidores en su mayoría no asumen una posición ética frente al tipo de producto, por lo que no están dispuestos a pagar una prima adicional que beneficie a los productores originarios del producto. En síntesis, el comercio justo tiene un largo camino por recorrer, si quiere ganar adeptos desde el consumidor individual. Así mismo, los autores pudieron determinar que los amantes del comercio justo (40 %) eran más idealistas, pero socio-demográficamente no se diferenciaban mucho del consumidor medio.

Metodología

Este trabajo es de corte cuantitativo, e involucra dos enfoques: exploratorio y descriptivo. Mediante el enfoque exploratorio, el trabajo se aproximará a fenómenos no establecidos inicialmente que permiten aumentar la familiaridad con el entorno objeto de estudio; a través del estudio descriptivo, podemos detallar las propiedades de la comunidad, grupo o fenómenos de la región del Norte del Cauca. Por otra parte, con el estudio correlacional se pretende medir el grado de relación y la manera cómo interactúan las variables objeto de estudio entre sí. Estas relaciones se establecerán, en la mayoría de los casos, dentro de un mismo contexto y a partir de los mismos sujetos.

La muestra utilizada por el análisis en esta investigación hace referencia a los pequeños productores del Norte del Cauca con o sin certificación. En cuanto al método de medición, se aplicarán varios instrumentos, entre los cuales vale la pena resaltar la encuesta a las comunidades de campesinos y entrevistas a líderes de los distintos grupos en las regiones y expertos en el tema. Esto se complementa con información secundaria proveniente de bases de datos estadísticas, tomando variables demográficas, económicas y sociales a empresarios del campo y comunidad en general.

Medios empleados para el análisis

Para este trabajo se utilizarán los siguientes medios para desarrollar la investigación:

- Documentos impresos relacionados con la investigación
- Documentos electrónicos disponibles en línea
- Datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el sitio de estadísticas agrarias de Colombia (Agronet)
- Bases de datos especializadas como Scopus, Agrícola Open access, Agriculture collection, Agris FAO open access, entre otros buscadores especializados en el tema.

Resultados de la encuesta

Se realizó una encuesta aplicada a 15 productores de plátano del municipio de Padilla (Cauca). La encuesta contenía 21 preguntas y su objetivo fue determinar las percepciones de los productores de plátano del municipio, luego de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta, ¿en qué zona del municipio de Padilla (Cauca) vive actualmente?, el 100 % de los encuestado respondió: en la zona rural.

En cuanto al tiempo que llevan viviendo en el municipio, el 7 % de los encuestados asegura vivir allí hace 10 o 15 años, mientras que el 93 % restante lleva más de 30 años viviendo en la región. Estos datos tienen una total coherencia, si se toma en cuenta que el 100 % de los encuestados recibieron sus terrenos como herencia de sus padres.

A la pregunta, ¿qué actividad económica genera sus ingresos?, el 46 % de los encuestados obtiene su sustento de la agricultura, el 20 % trabaja en una empresa, el 13 % es trabajador independiente, y el 7 % son mujeres amas de casa (figura 1).

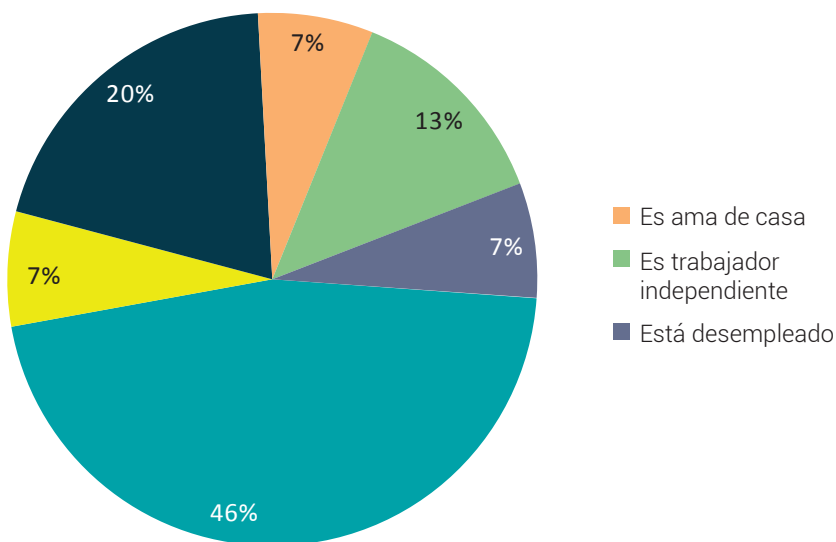


Figura 1. Actividad económica

Fuente: elaboración propia

Del total de 15 personas encuestadas, el 60 % se dedica al cultivo de plátano y árboles frutales (naranja, aguacate, zapote, limón, mandarina, mango, cacao, entre otros); el 33 % se dedica a la siembra de maíz y plátano (es importante aclarar que aunque en la región predomina la caña de azúcar, el plátano y el maíz ocupan un lugar importante en los cultivos de la región); finalmente, el 7 % de los encuestados aseguró cultivar plátano, árboles frutales y otros alimentos como el zapallo, la yuca, e incluso soya (figura 2).

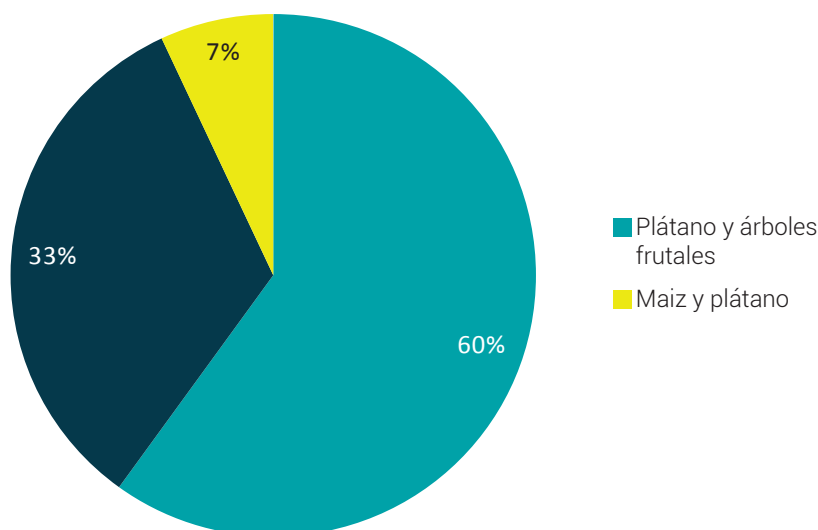


Figura 2. Cultivos

Fuente: elaboración propia

El 40 % de los encuestados afirma asignar entre 1 y 2 cuartos de su terreno al cultivo del plátano, el 27 % destina más de la mitad a la siembra de este tipo de cultivo, otro 27 % destina menos de un cuarto de su terreno, y el 6 % restante siembra toda el área con cultivo de plátano. Las personas que utilizan el 100 % del terreno, lo hacen debido a que, además de utilizar el fruto, obtienen beneficios de la hoja, pues en la cocina tradicional colombiana esta es empleada en la preparación de comidas típicas como tamales, envuelto, tortillas, entre otros.

Ahora bien, el 80 % de los encuestados siembra plátano hartón (figura 3), pues es de anotar que en la región del norte del Cauca predomina este tipo de cultivo. Sin embargo, 7 % se dedica a la siembra de felipita, otro 7 % a la siembra de dominico, y el 6 % restante cuenta en su terreno con el cultivo de tres tipos de plátano (hartón, dominico y felipita).

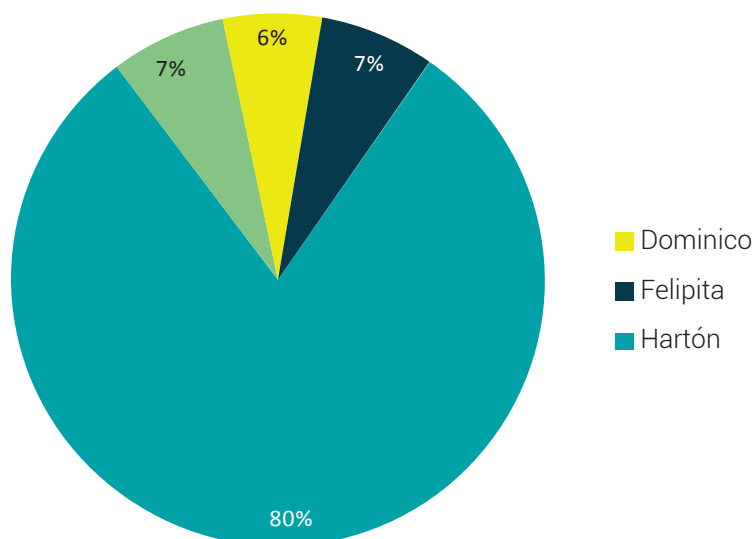


Figura 3. Tipo de plátano

Fuente: elaboración propia

A la pregunta, ¿cuántos empleos genera como productor?, el 100 % de los encuestados afirmó no generar ningún tipo de empleo. Ellos mismos se encargan del cultivo y la comercialización del producto, razón por la cual no contratan a terceros; además, la falta de ingresos les impide generar estas contrataciones y ser partícipes del desarrollo económico de las personas. Esto evidencia la importancia de fortalecer este sector dentro del municipio, ya que se pueden generar oportunidades de empleo para muchas personas.

El precio es uno de los mayores problemas que se presentan como productor, pues en la mayoría de los casos este deja de ser justo, provocando la poca satisfacción por parte del productor, quien termina aceptando el precio que le ofrecen. Es así como el 67 % de los encuestados gana entre 3000 y 6000 pesos por sus productos, ¿es justo? Ante la lógica del mercado, tal vez, ante la ardua labor de los trabajadores, irremediablemente no. Por otra parte, el 27 % recibe entre 6000 y 10.000 pesos, y el 6 % restante más de 10000 pesos. En consecuencia, la cantidad de personas que reciben un precio justo es reducida, pues los intermediarios son coyotes astutos que se aprovechan de las necesidades de algunos, obligándolos de esta manera a recibir un pago sin ningún tipo de reparo.

También se les preguntó por su situación como agricultores, a lo cual el 93 % respondió que era mala, mientras el 7 % restante dijo que era regular. Tristemente se evidencia que los agricultores no tienen garantías de ninguna índole, que les permita contar con igualdad de condiciones en un mercado elitista, infortunadamente ni una sola persona aseguró contar con una buena condición.

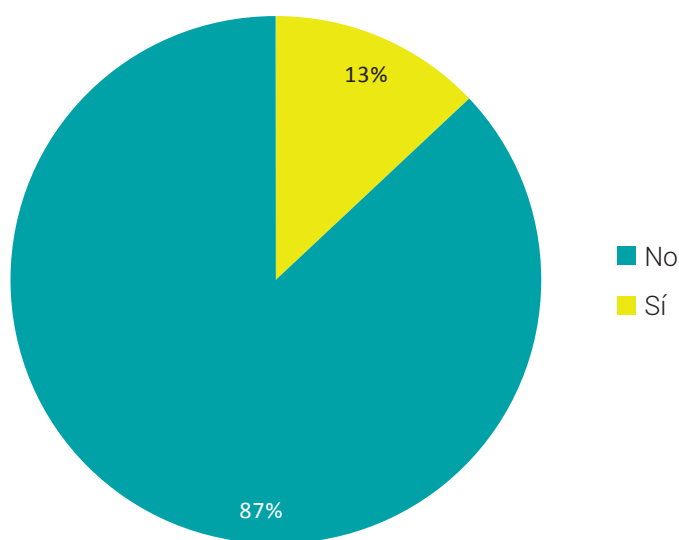


Figura 4. ¿Sabe qué es el comercio justo?

Fuente: elaboración propia

En cuanto al comercio justo, el 87 % de los encuestados, que corresponde a 13 personas, no sabe lo que significa esta nueva forma de mercado alternativo; por el contrario, 2 encuestados, que equivalen al 13 % restante, saben del tema (figura 4). Por esto, es importante capacitar a los campesinos en cuanto a tendencias y

oportunidades que haya en el mercado, para que estos tengan un mayor panorama de la realidad, y puedan enfrentarse asertivamente a la variedad de contingencias que se presenten.

Conjuntamente, se les preguntó a los 15 productores de plátano de la región ¿si conocían sobre el desarrollo local?, a lo cual, el 87 % respondió que no sabía de qué se les hablaba. Por otro parte, el 13 % no conocía el tema, pero lo asociaba con facilidad (figura 5)

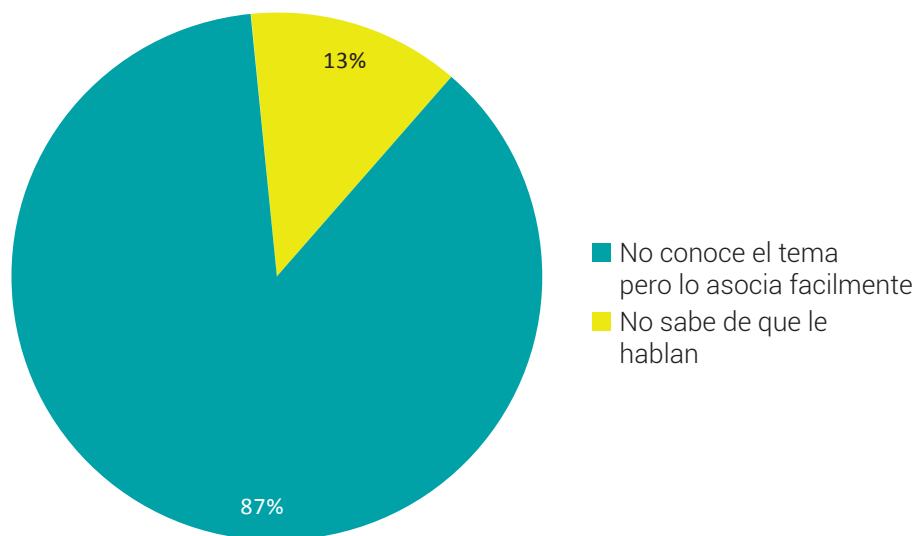


Figura 5. Desarrollo económico local

Fuente: elaboración propia

Finalmente, en función del comercio justo, el 87 % de los encuestados, es decir 13 productores, coincidieron en que el comercio justo mejoraría las condiciones de los productores del municipio; no obstante, algunos productores, aún recelosos con el tema, no tienen una buena impresión con respecto a esta forma alternativa de comercio, pues el 7 %, piensa que las condiciones de los productores no variarían en lo absoluto, y el 6 % restante asume que el comercio justo parece bueno, pero no garantiza mejores condiciones (figura 6).

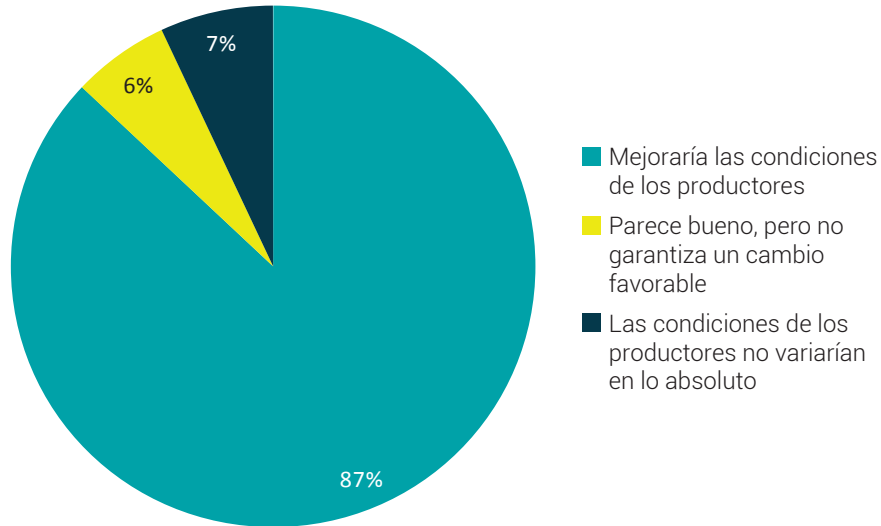


Figura 6. Percepción del comercio justo

Fuente: elaboración propia

Producción y comercialización del plátano en Colombia

El área cosechada y la producción para Colombia tuvieron un repunte después de una baja significativa en 2009 con 2.604.549,53 toneladas en un área de 332.386,11 hectáreas. En los años siguientes (desde el 2010 al 2018) su producción alcanzó 4.307.509,43 toneladas en un área de 418.349,18; esto muestra un 65,38 % de crecimiento y su tendencia va al alza (figura 7).

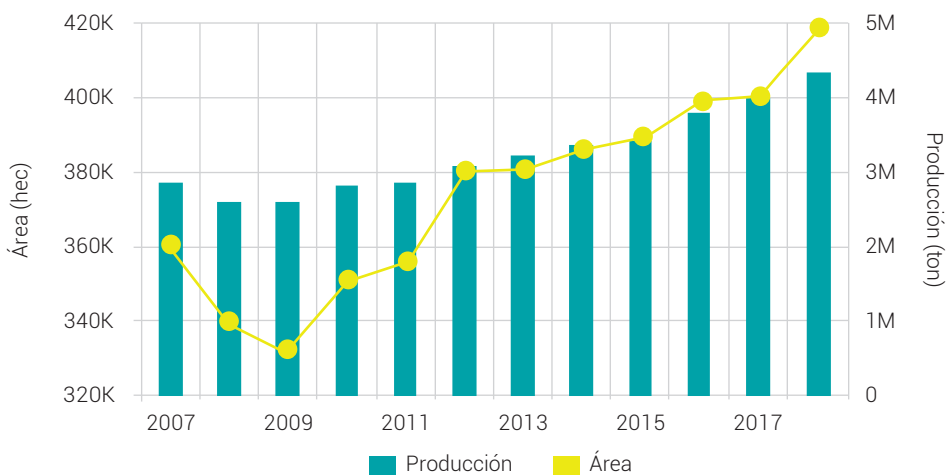


Figura 7. Área cosechada y producción a nivel nacional

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Municipales - EVA - Oficina Asesora de Planeación y Prospectiva - MADR. Agronet, 2010.

En la figura 8 se analiza el área y la producción de plátano para el departamento del Cauca. Esta muestra un comportamiento similar al resto del país, pero con un crecimiento más significativo del 91,83 %, lo cual permite dimensionar las posibilidades que se tienen con base en este producto.

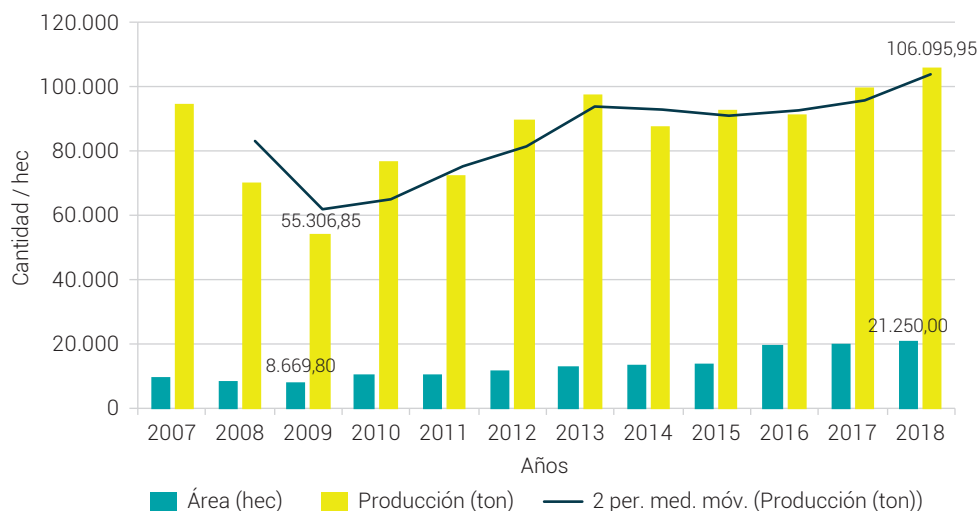


Figura 8. Área cosechada y producción del departamento del Cauca

Fuente: elaboración propia, a partir de Agronet - Evaluaciones Agropecuarias Municipales - EVA - Oficina Asesora de planeación y prospectiva - MADR, 2010.

Participación en el mercado laboral por cuenta del cultivo de plátano

El cultivo de plátano reporta un promedio de 0,7 empleos directos por hectárea y 1,8 empleos indirectos por hectárea, para cultivos con producción tecnificada para exportación (tabla 1).

Tabla 1. Empleos directos e indirectos

Año	Área	Empleos directos	Empleos indirectos	Empleos totales
2013	396.624	277.637	713.923	991.560
2014	426.247	298.373	767.245	1.065.618
2015	441.998	309.399	795.596	1.104.995
2016	463.547	324.483	834.385	1.158.868
2017	486.724	340.707	876.103	1.216.810

Fuente: Minagricultura - Información brindada por BANACOL, para cultivos tecnificados de exportación, (2019).

Cabe resaltar que el plátano es un producto que muestra no solamente mejora en su producción a nivel nacional, sino que realiza un aporte significativo a la economía y ha crecido, pasando de 991.560 a 1.216.810 empleos totales, siendo un modelo para el jalonamiento de la economía mediada por este producto.

Tabla 2. Área plantada, edad productiva, producción y rendimiento del cultivo de plátano, según región y departamento

Encuesta Nacional Agropecuaria ENA									
Información correspondiente a departamentos de la región pacífica frente a la nacional									
2017									
Región	Área plantada (ha)		Área en edad productiva (ha)		Producción (t)		Rendimiento (t/ha)		
Departamento	Hectáreas	Cve	Hectáreas	Cve	Toneladas	Cve	t/ha	Cve	
Total, Nacional	232.010	11,0	176.577	13,9	1.312.732	23,1	7,4	14,0	
Total, Región Pacífica	25.362		20.545		124.159				
Cauca	4.545	20,2	3.707	22,7	16.356	32,8	4,4	20,7	
Chocó	2.135	88,0	2.001	93,7	16.902	98,9	8,5	7,1	
Nariño	3.397	28,8	2.606	34,9	26.093	40,8	10,0	8,2	
Valle Del Cauca	15.285	17,8	12.231	20,3	64.808	21,0	5,3	9,9	

Fuente: Minagricultura - Información brindada por BANACOL para cultivos tecnificados de exportación, (2019).

La región pacífica tiene una participación en la producción de plátano del 9,45 %, con respecto a la total nacional, siendo el departamento del Valle del Cauca quien aporta a dicho producto un 51,96 % de la región y el Cauca cierra con un 13,17 %, de acuerdo con las cifras presentadas en la tabla 2. El área plantada del Cauca, aunque solo es de 4545 (ha), tiene una mejor producción si se la compara con Chocó y Nariño.

Impacto del comercio justo sobre el desarrollo local en el municipio de Padilla (Cauca)

El municipio de Padilla hace parte de la región Pacífico y se encuentra ubicado en la región del Norte del departamento del Cauca. Según datos del DANE, cuenta con 7686 habitantes distribuidos en un 53,5 % en zona urbana y 46,6 % en zona rural; la población está conformada en un 93,50 % por la etnia negra, mulata o afrocolombiana, correspondiente a 7741 personas.

El municipio de Padilla tiene mayor participación en las actividades primarias del valor agregado por actividades económicas con un 45,66%, es decir, presenta una ventaja con relación a los demás sectores, aunque con poca diferencia de las

actividades terciarias que están en un 44,03 %. Por tanto, se debe aprovechar la ventaja comparativa del sector primario en la producción y del sector terciario para su comercialización con comercio justo.

Con base en la producción de los principales cultivos permanentes, en el municipio de Padilla la caña de azúcar abarca el 94,80 % del total, le sigue la yuca con 3,12 % y el plátano con 1,10% de participación con respecto al total (figura 9).

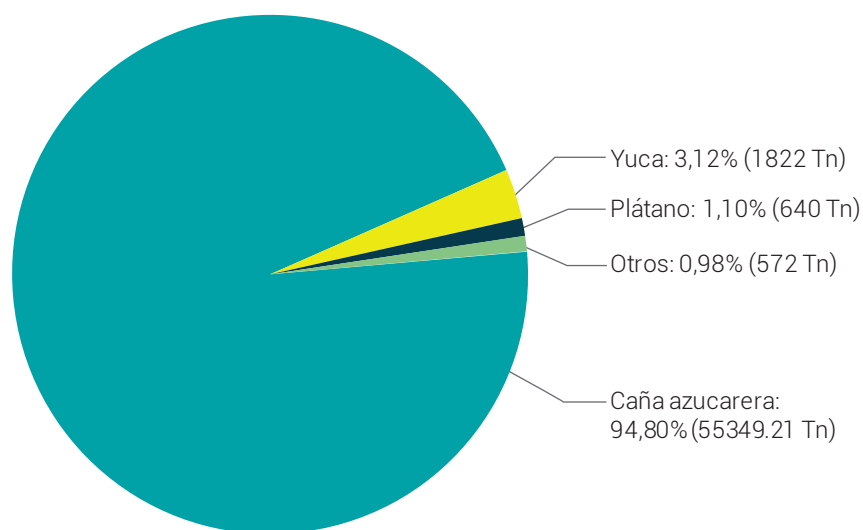


Figura 9. Principales cultivos permanentes según producción en toneladas (Tn)

Fuente: Evaluación Agropecuaria Municipal, MinAgricultura, 2016.

A raíz del análisis de los datos, proporcionados por fuentes primarias (encuesta a productores de plátano del municipio de Padilla, Cauca), y fuentes secundarias como Agronet, el DANE, DNP, entre otros, se puede realizar un balance del impacto que generaría la integración del comercio justo al sector agrícola dentro del municipio, en pro de un desarrollo local.

Uno de los sectores poblacionales más marginados de y por la sociedad es el campesino, las condiciones en las que viven gran parte de ellos no son las mejores, y más cuando su producción es pequeña. El campo colombiano, se podría decir, no ha sido debidamente aprovechado para que todos los que participan en la cadena de valor se beneficien equitativamente de los bienes que da la tierra. El pequeño productor colombiano no cuenta con garantías que le permitan ejecutar proyectos productivos viables, pues la poca participación del sector público, en regiones como Padilla, dejan de manifiesto las limitaciones a las que son expuestos.

Hay que reconocer que, conforme pasa el tiempo, el campo colombiano ha tenido una evolución notoria. Así, por ejemplo, un hecho a recalcar es la firma del tratado de paz en 2016, ya que con este las expectativas para el desarrollo agropecuario se hacen más grandes, pues, por concepto de cooperación internacional, el país recibirá más de 3000 millones de dólares para la ejecución de proyectos productivos. Sin embargo, se podría decir que el país funciona de una forma "centro colombiano", es decir, tan solo algunos departamentos y regiones son visibles para los entes gubernamentales, por lo que solo unos cuantos acceden a esas ayudas, lo que favorece a su vez la burocracia y el elitismo. No obstante, es importante procurar una igualdad de condiciones tanto para grandes como para pequeños productores, puesto que solo así se garantizaría una evolución en la calidad de vida de estas personas.

Analizando el impacto que ejerce el comercio justo sobre el desarrollo local, a partir de las prácticas productivas con el plátano en el municipio de Padilla, queda de manifiesto que las expectativas son altamente favorables, por ello se hace necesario analizar este impacto desde dos perspectivas:

Perspectiva social

Desde esta perspectiva las personas tendrían una mejor calidad de vida. Conforme a los resultados obtenidos, mediante los diferentes instrumentos de medición empleados, es claro que las condiciones de vida de los productores de plátano no son las mejores; es más, de acuerdo con los datos proporcionados por el DNP, con el paso del tiempo esta variable se ha ido afectando negativamente (figura. 4). En consecuencia, al tomar el comercio justo como una alternativa para el desarrollo local, se estaría empleando una acertada estrategia para disminuir la pobreza y la desigualdad. De esta forma, sería mucho más fácil que la población padillense pudiese satisfacer sus necesidades básicas (salud, educación, vivienda y alimentación),

Perspectiva económica

Al recibir un precio justo por sus productos, los agricultores del municipio contarán con mayores ingresos para autofinanciar sus proyectos productivos. Por otra parte, tendrán la posibilidad de obtener una mayor rentabilidad que repercutirá en su forma de vivir. En otras palabras, si los pequeños productores de la región cuentan con un precio justo, tendrán un mayor acceso a los mercados, y no solo como oferentes sino también como demandantes.

También se debe hacer hincapié en la participación que tiene el sector agrícola, la ganadería, la caza, la silvicultura y la pesca en el PIB, pues este plantea un buen panorama, a partir de la firma del Tratado de Paz, suscrito entre el Estado Colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). En el tratado este sector se prioriza, no solo ante los ojos de los colombianos sino también del mundo. Enfocarse en el sector agrícola es trascendental para la economía de Padilla y del país, pues se puede asegurar que en algunos años este será el mayor jalador de la economía colombiana, tal vez por encima del sector financiero que hoy por hoy se define como el pilar de esta economía.

Tabla 3. Comportamiento del PIB por ramas de actividad económica 2019, segundo trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie Original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2019 ^{Pr} - II / 2018 ^{Pr} - II	2019 ^{Pr} / 2018 ^{Pr}	2019 ^{Pr} - II / 2019 ^{Pr} - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,5	1,7	1,3
Explotación de minas y canteras	1,2	3,2	-1,7
Industrias manufactureras	0,6	1,7	1,1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	2,6	2,9	0,9
Construcción	0,6	-2,4	2,6
Comercio al por mayor y al por menor ³	4,8	4,4	1,4
Información y comunicaciones	4,2	4,0	3,0
Actividades financieras y de seguros	4,6	5,0	1,0
Actividades inmobiliarias	3,1	3,1	0,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	3,6	3,6	-0,3
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	3,1	3,5	1,6

(continúa)

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie Original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2019 ^{pr} - II / 2018 ^{pr} - II	2019 ^{pr} / 2018 ^{pr}	2019 ^{pr} - II / 2019 ^{pr} - I
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	2,9	2,5	1,3
Valor agregado bruto	2,9	2,9	1,4
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	3,5	3,4	1,0
Producto Interno Bruto	3,0	3,0	1,4

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

^{pr} preliminar

¹ Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

² Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.

³ Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida.

⁴ Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo.

⁵ Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.

⁶ Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

Fuente: Dane, 2019.

Como se puede apreciar en la tabla 3, los sectores que cuentan con una mejor situación para el país son: en primer lugar, el sector de la información y las comunicaciones, el cual tuvo un crecimiento del 3 %; después está la construcción, con un incremento del 2,6 %; el tercer gran aporte lo genera el sector agrícola, con un 1,3 %, junto con el de actividades artísticas, de entretenimiento, recreación y otros servicios correspondientes al año 2018. Esto reafirma que las expectativas en este sector son favorables, pues un país como este, que cuenta con una gran biodiversidad, debería optar por fortalecer su economía con base en estas riquezas.

En conclusión, si alguien preguntara ¿cuál es el impacto que genera el comercio justo sobre el desarrollo local para los productores de plátano dentro del municipio de Padilla?, la respuesta sería muy sencilla, a través del comercio justo se puede lograr

que aquellos campesinos marginados de una manera absurda por parte del mercado, la sociedad, el neoliberalismo, o tal vez la globalización, obtengan el precio justo por sus productos. Un precio que sea realmente equitativo, que los ponga en igualdad de condiciones en el mercado convencional, que permita que su ardua labor se visibilice ante los ojos del mercado y la sociedad, que facilite mejores condiciones laborales, económicas y sociales, además de dignificar la calidad de vida de cada agricultor de esta región.

Se puede deducir que el indicador del desarrollo local para una región se da de acuerdo con las condiciones de vida de cada uno de sus habitantes, por consiguiente, si se logra que los productores de plátano de Padilla mejoren sustancialmente su calidad de vida, habrá un mejor desarrollo local del municipio.

Conclusiones y recomendaciones

En la actualidad nos enfrentamos a una nueva realidad, un nuevo panorama enmarcado por el capitalismo, el neoliberalismo y la globalización. De alguna manera, el mundo ha roto múltiples barreras que han hecho que la economía, la cultura, entre otros aspectos, no sean de interés particular sino colectivo; no se puede decir que estos aspectos se relacionen con un lugar específico, en tanto que pertenecen al sistema global.

El objetivo principal de este trabajo de investigación fue determinar estrategias de desarrollo local con comercio justo, a partir de las prácticas productivas con el plátano en el municipio de Padilla (Cauca,) en función de este importante objetivo, se enmarcaron otros más con el fin de darle cumplimiento a cabalidad. De esta forma, se pudo llegar a realizar un diagnóstico de la situación actual de los productores de plátano dentro del municipio, el cual se puede concluir con una sola palabra: "precaria", ya que los índices de calidad de vida de los campesinos no son los mejores, pues se ven abrumados por la pobreza y la falta de oportunidades.

El sistema actual de comercialización del plátano en el municipio se hace de una manera tradicional, que cae en el error de volverse obsoleta, pues debido al poco apoyo por parte del sector público, los productores de plátano del municipio no cuentan con capacitación, tecnificación o el conocimiento apropiado para poder llevar a cabo proyectos productivos viables.

En el caso particular de Padilla, la realidad no es diferente, tristemente las fincas tradicionales donde se sembraba toda variedad de cultivo se han ido extinguiendo. Tras la bonanza de la caña de azúcar, muchas personas han optado por vender o alquilar sus terrenos a los ingenios azucareros; no obstante, aún se mantienen en

mayor proporción los cultivos de plátano, pues se hace primordial anotar que esta región se caracteriza por el cultivo de este tipo de producto.

En coherencia con los aspectos anteriormente enmarcados, la articulación del comercio justo y el desarrollo local tiende a ser una gran estrategia para el municipio de Padilla, pues si se conciben estos dos conceptos como una realidad, las condiciones de los productores de plátano se verían favorablemente afectadas, ya que recibirían un precio justo por sus productos, podrían penetrar con mayor facilidad los mercados nacionales, e incluso los internacionales; de igual manera, estarían inmersos en un movimiento titánico que cada vez logra una mayor participación en el mercado internacional, como lo es el comercio justo, a través del cual se hace una invitación al consumidor final para que sea solidario, reconozca el trabajo de quienes proveen sus productos, rompa esquemas y permita que el comercio justo revolucione el mercado.

Mediante el comercio justo se garantizaría un pronóstico favorable para el desarrollo local de la región. De esta forma, los productores tendrían un papel protagónico en la economía del municipio, con lo cual se podrían minimizar los índices de pobreza y aumentar los índices de necesidades satisfechas.

Además de lo anterior, tenemos que considerar el diseño organizacional. A través de esta herramienta se pretende crear una estructura sólida que permita a los pequeños productores de plátano organizarse y afrontar mucho mejor los cambios a los que se enfrentan; una estructura como estas ayudaría a soportar con mayor facilidad las contingencias que se dan en el mundo contemporáneo.

Finalmente, enmarcados bajo el objetivo central de esta investigación, se determinan las siguientes estrategias de desarrollo local con comercio justo, a partir de las prácticas productivas con el plátano en el municipio de Padilla.

1. Créditos microfinancieros: acceder a créditos no es una opción razonable para los pequeños productores ni mucho menos para los bancos. En este escenario, el sector público y financiero tienen un papel primordial, pues la idea es proporcionar a los agricultores créditos pequeños que se ajusten a sus necesidades para que los puedan pagar sin mayores dificultades. Las microfinanzas son una gran alternativa para cobijar este nicho de mercado, pues cuentan con tasas de interés que se ajustan a las exigencias del sector agrícola; a nivel nacional se cuenta con el Banco Agrario, Bancoldex, Finagro, entre otras entidades públicas. Si se ejecutan políticas, proyectos de ley, decretos o actos administrativos enfocados hacia el sector campesino, probablemente esta estrategia contribuiría a su desarrollo.

2. Creación de cooperativas de economía solidaria: a través de esta estrategia se pretende agremiar a los productores de plátano del municipio para que estos tengan una estructura sólida y organizada. Al estar organizados se facilitarán aspectos como la obtención del Sello Fair Trade; igualmente, a través de las cooperativas se puede tener un mayor acceso a mercados nacionales e internacionales, y si además cuentan con la certificación de Comercio Justo, tendrán mayor posibilidad de comercializar sus productos. La asociatividad es clave para alcanzar un desarrollo integral en el sector agrícola de acuerdo con PLANFES:

La asociatividad solidaria es una potente herramienta para la reducción de la pobreza rural, dado que sus organizaciones operan con lógicas basadas en la cooperación, el trabajo en equipo, la autogestión y la democracia. Generando en su interacción con los contextos productivos, de mercado y de trabajo, relaciones especiales que facilitan el mejoramiento sostenido de las condiciones de vida. La comprensión de estas lógicas permite identificar interacciones profundas entre las estrategias propuestas por la misión y el efecto de estas organizaciones en la vida de las personas y en los territorios. (UAEOS, 2018, p. 23)

3. Capacitación de talento humano: la capacitación es una pieza clave en la concepción del comercio justo y desarrollo local. Formar al talento humano les otorga empoderamiento, capacidad de decisión y liderazgo, tres aspectos primordiales para alcanzar un desarrollo en el municipio. No se puede desconocer que uno de los factores que explica el poco desarrollo local del municipio es la falta de liderazgo; por este motivo, al capacitar a los productores de plátano de Padilla, estos tendrán los conocimientos necesarios para entender y comprender a cabalidad el sistema de producción y comercialización, además de las diferentes alternativas que podrían ser un arma para la erradicación de la pobreza.
4. Sostenibilidad ambiental: el medio ambiente es un tema de interés mundial, por ello se debe procurar un desarrollo sostenible, que proteja los ecosistemas que han sido afectados negativamente por el ser humano. La sostenibilidad ambiental es un factor determinante para el desarrollo local, a través de esta se pueden ejecutar proyectos viables y ecológicamente responsables. La tierra es un factor productivo valioso, y cuidarla debe ser una prioridad inaplazable.

Finalmente es importante enfatizar en la necesidad de implementar estrategias eficaces y eficientes que promuevan un desarrollo integral en las regiones. El Comercio Justo surge como la estrategia adecuada para aquellos países en vías de desarrollo, cuyas fortalezas se encuentren en el sector agrícola, como lo es el caso de Colombia. Queda de manifiesto que la ley de oferta y demanda, en este tipo de comercio, está totalmente impedida; la "ley del comercio justo" no se trata de mayor cantidad por menos precio, sino de mayor cantidad por un precio justo.

Referencias

- Alburquerque, F., Aghón, G. y Cortés, P. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: análisis comparativo*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2691>
- Ávila-Foucat, S. (2017). Desafíos del sector primario y Políticas Públicas sustentables. *Economía Informa*, 402, 29-39. <https://n9.cl/w17tf>
- Barham, B. L., Callenes, M., Gitter, S., Lewis, J. y Weber, J. (2011). Fair trade/organic coffee, rural livelihoods, and the "agrarian question": Southern Mexican coffee families in transition. *World Development*, 39(1), 134-145. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.08.005>
- Constitución Política de Colombia*. (1991), Artículo 64, 65. Título II, Cap. 2.
- De Pelsmacker, P., Driesen, L. y Rayp, G. (2005). Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee. *Journal of consumer affairs*, 39(2), 363-385. DOI:10.1080/01436597.2016.1272408
- FAO. (2004). *Política de desarrollo agrícola conceptos y principios*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación Roma. <http://www.fao.org/3/a-y5673s.pdf>
- Gil, M. (2014). *El comercio justo en China, situación actual*. Universidad de Valencia. <http://www.digitaliapublishing.com.bd.univalle.edu.co/visorswf/39405>
- Gómez, H., Restrepo, J., Nash, J., Valdés, A., Reina, M., Zuluaga, S., Bermúdez, W, Oviedo, S., Perfetti, J. y Perfetti, J. (2011). *La política comercial del sector agrícola en Colombia*. (Primera ed.). <https://n9.cl/rshuj>
- Ibanez, M. y Blackman, A. (2016). Is Eco-Certification a Win-Win for Developing Country Agriculture? Organic Coffee Certification in Colombia. *World Development*, 82(C), 14-27. DOI: 10.1016/j.worlddev.2016.01.004

- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). (2020). *Implementación de la norma de compras públicas locales*. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. <https://n9.cl/yksb>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2014). *Cadena del Plátano*. <https://n9.cl/1bpgx>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR). (2017). Resolución número 000464 del 29 de diciembre de 2017. <https://n9.cl/4waec>
- Mitiku, F., Mey, Y. de, Nyssen, J. y Maertens, M. (2017). *Do private sustainability standards contribute to income growth and poverty alleviation? A comparison of different coffee certification schemes in Ethiopia*. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su9020246>
- Pike, A., Rodríguez, A. y Tomaney J. (2011) *Desarrollo local y regional*. (Primera edición). Universidad de Valencia. <https://n9.cl/k4hv2>
- Raynolds, L. T. (2017). Fairtrade labour certification: the contested incorporation of plantations and workers. *Third World Quarterly*, 38(7), 1473–1492. DOI: 10.1080/01436597.2016.1272408
- Ramírez, G; y Marín E. (2013) *Comercio Justo, globalización y medio ambiente*. Universidad Externado de Colombia. primera edición Bogotá 2013 ISBN 978-958-710-922-1. Pág.45. http://www.socioeco.org/bdf_fiche-publication-917_es.html
- Rappo, S. (2009). Agricultura orgánica y comercio justo: estrategia de sobrevivencia para los pequeños productores rurales. *Aportes*, XIV(40), 59-81, <http://www.redalyc.org/pdf/376/37621050004.pdf>
- Rofman, A. y Villar, A. (2006). *Desarrollo local: una crítica al debate*. <https://n9.cl/jmlui>
- Rojas, L. (2009). *Guía de herramientas municipales para la promoción del desarrollo económico local*. Fundación DEMUCA. <https://n9.cl/9cxeu>
- Sánchez-Álvarez, C. (2018). Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento. *Equidad y Desarrollo*, (30), 149-172. <https://doi.org/10.19052/ed.4216>
- Snider, A., Gutiérrez, I., Sibelet, N. y Faure, G. (2017). Small farmer cooperatives and voluntary coffee certifications: Rewarding progressive farmers of engendering widespread change in Costa Rica? *Food Policy*, (69), 231-242. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.04.009>
- Solé, E. (2003). *El comercio justo: sus objetivos, y principios. Las prácticas abusivas de algunas multinacionales donde pueden comprarse productos solidarios*. (Segunda edición). RBA libros S.A.

34 Incidencia del comercio justo en el desarrollo agroalimentario en los territorios étnicos del Norte del Cauca: caso producción de plátano en Padilla, Cauca

Stinglitz, J. y Charlton, A. (2007). *Comercio justo para todos*. Taurus. https://www.socioeco.org/bdf_fiche-publication-1276_es.html

UAEOS. (2018). Plan Nacional de Fomento a la Economía Solidaria y Cooperativa Rural -Planfes 2017 – 2032. <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/col188736.pdf>

UAEOS y CIRIEC. (06 de junio de 2019). *100 propuestas de política pública de economía solidaria en territorios de paz*. <https://n9.cl/sn21>

USAID y Programa de Descentralización y Gobernabilidad Local. (2008). *Guía para promover el desarrollo económico local*. <https://n9.cl/qxz0r>

Valkila, J. (2009). Fair trade organic coffee production in Nicaragua - Sustainable development or a poverty trap? *Ecological Economics*, 68(12), 3018–3025. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.07.002>