

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**ESQUEMA DE COMERCIO JUSTO. OPCIÓN DE
MERCADOS INTERNACIONALES PARA PEQUEÑOS
PRODUCTORES MEXICANOS DE CAFÉ**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES PRESENTA**

RUBÉN CASTILLO MORALES

2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1.- ORIGEN DEL COMERCIO JUSTO.	3
1.1.-LAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO ALTERNATIVO, (ATO's)	8
1.1.1.- OXFAM,HISTORIA.	10
1.1.2.- EQUAL EXCHANGE	11
1.1.3.- EQUITERRE	12
1.1.4.- SOS Wereldhandel	12
1.2.- DE LOS BAZARES EN LAS IGLESIAS Y FERIAS A LA CREACIÓN DE TIENDAS ESPECIALIZADAS.	14
1.2.1.- LAS TIENDAS DEL MUNDO, (WORLD SHOPS), OXFAM, SOLIDARIDAD.	16
1.2.2.- TIENDAS OXFAM.	17
1.2.3.- TIENDAS DEL MUNDO	17
2.- CREACIÓN DE LOS SELLOS O LABELS DE CALIDAD DEL COMERCIO JUSTO.	21
2.1.- MAX HAVELAAR.	22
2.1.1- PRINCIPIOS Y MODALIDADES DE FUNCIONAMIENTO DEL SELLO DE CERTIFICACIÓN MAX HAVELAAR.	26
2.2 SUSTENTABILIDAD	27
2.3.- OTROS ASPECTOS DE LA ORGANIZACIÓN MAX HAVELAAR	29
2.4 CRITERIOS DEL SELLO MAX HAVELAAR	31
2.4.1.- CRITERIOS PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES	31
2.4.2.- ADEMÁS TENEMOS: CRITERIOS RELATIVOS A LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES Y LAS PLANTACIONES.	32
2.4.3 CRITERIOS DE PRODUCCIÓN.	33
2.4.5 CRITERIOS PARA IMPORTADORES DEL COMERCIO JUSTO	33
2.5.- LOS CONCESIONARIOS.	34
2.6.- LOS CONSUMIDORES.	35

2.7 EL COMERCIO JUSTO FRAGMENTADO. MAX HAVELAAR EN SUIZA Y EN OTRAS CIUDADES. TRANSFAIR INTERNATIONAL	36
2.7.1 TRANS FAIR INTERNATIONAL.	37
2.8.- ESTRUCTURAS DE COORDINACIÓN EUROPEAS CONTEMPORÁNEAS	38
2.8.1.- LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LABELS O SELLOS DE COMERCIO JUSTO, (FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATION INTERNATIONAL- FLO INTERNATIONAL).	39
2.8.2.- FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE COMERCIO ALTERNATIVO, (IFAT)	40
2.8.3.- EFTA, EUROSUR. EFTA/2000	41
2.8.4.- NEWS	42
3.- PROYECTOS SUSTENTABLES EN MEXICO PARA LOS MERCADOS JUSTOS INTERNACIONALES	43
3.1.- LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ EN MÉXICO. Y SUS CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES	45
3.2.- CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE PRODUCCION DE LOS PEQUENOS PRODUCTORES.	49
3.3.- EL CONTEXTO MUNDIAL DE LA CRISIS DEL CAFÉ.	53
3.4.- LA SITUACION DE LA CAFETICULTURA NACIONAL EN EL MARCO DE LA CRISIS INTERNACIONAL DEL CAFÉ.	55
3.5.- EL PAPEL DE LOS PROYECTOS DE SUSTENTABILIDAD, LLEVADOS A CABO POR LAS COMUNIDADES LOCALES PRODUCTORAS DE CAFÉ EN MEXICO, COMO ESTRATEGIA PARA AFRONTAR LA CRISIS DEL CAFÉ.	62
3.6.- EL CASO DEL PROYECTO DE PRODUCCION SUSTENTABLE DE CAFÉ DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA REGIONAL TOSEPAN TITATANISKE	68
3.7.- LA POLITICA DEL GOBIERNO MEXICANO PARA LOS CAFETICULTORES	73
3.8.- LOS MERCADOS JUSTOS INTERNACIONALES.	75
CONCLUSIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	85

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se ocupa del estudio de la práctica de comercio internacional conocida bajo el nombre de comercio justo.

Bajo este término se conoce, generalmente, a la práctica de comercio internacional que realizan grupos de particulares, constituidos en distintas organizaciones no gubernamentales sin pretensiones lucrativas, de ciudades europeas y de Estados Unidos, y otros países desarrollados, con fines de ayuda a pequeños productores de países pobres.

Esta forma de practicar el comercio internacional responde a una problemática específica, a saber: La pobreza de la población, que no obtiene una remuneración justa a pesar de realizar una actividad económica productiva, como lo es la producción de productos básicos, que representa el mayor volumen de exportaciones para los países llamados del Tercer Mundo.

El comercio justo se dedica a tratar de revertir dicha situación actuando en países también llamados en vías de desarrollo, como México, en donde ha conseguido que algunas organizaciones de pequeños productores de café exporten su producción obteniendo una remuneración justa que les permite pagar los costos de su producción más un excedente que ocupan en el pago de necesidades tan importantes como ropa y medicamentos.

Esta característica del comercio justo lo distingue de las grandes corporaciones comercializadoras y distribuidoras transnacionales, que acaparan los eslabones más lucrativos de la cadena comercial. Es por esto que la presente investigación tiene como objetivo conocer el origen y el desarrollo del comercio justo, para formarse una opinión sobre la importancia que representa para los pequeños productores de café mexicanos que actualmente padecen la crisis más fuerte de su actividad económica al punto de casi perderla.

Frente a esta circunstancia el Comercio Justo se ha convertido en una opción, también a nivel mundial, sin embargo la presente investigación se restringe al ámbito nacional, o al menos pretende abarcar la problemática nacional sobre este tema, cosa que resulta sumamente relativa considerando las limitaciones del investigador y la gran diversidad de la cafecultura nacional.

La metodología utilizada en el presente trabajo es histórica-analítica, partiendo del nivel general, representado por el origen y desarrollo del comercio justo a nivel mundial, para comprender un caso particular, representado por la situación de crisis de la actividad productiva de los pequeños productores de café mexicanos.

Así tenemos que en la presente investigación se presenta en el Capítulo Uno, todo lo relativo al origen del comercio justo, de tal forma que comenzamos por presentar el nacimiento de esta práctica comercial a partir de su origen como movimiento social, con actores tanto en el ámbito de particulares, organizados primero con fines distintos al comercio, así como en un ámbito de mayor reconocimiento internacional, nos referimos a los foros internacionales, llegando a la conclusión de que ambos ámbitos conformaron el origen de lo que llamamos, en la presente investigación, el Movimiento para el Comercio Justo.

El segundo capítulo se refiere ampliamente a la creación del sello o label Max Havelaar, ya que a mi parecer, independientemente de ser la forma más nueva de practicar el comercio justo, también es la que ha conseguido una cuota de mercado mayor a la obtenida por las “organizaciones de comercio alternativo” y por las “tiendas de comercio justo”, mismas que son presentadas desde el capítulo uno. Al hacer una amplia presentación del sello o label Max Havelaar llegamos a la conclusión de que esta manera de practicar el comercio justo no solo ha tenido un éxito importante en la consecución de sus objetivos, a saber ayudar a los pequeños productores de los países pobres, sino que también podemos enterarnos de que el sello Max Havelaar es hoy una real opción para ciertas organizaciones de pequeños productores de café mexicanos para mantenerse en esta actividad productiva del cultivo del café, cuya tradición e importancia ha sido, por décadas, relevante en nuestro país.

Es precisamente la actividad productiva del cultivo del café en nuestro país de la que nos ocupamos en el Capítulo Tres, de la presente investigación, actividad que se encuentra directamente relacionada con una amplia ocupación de la población en los lugares de mayor producción del grano aromático del país.

Hoy, la situación es distinta ya que esta actividad, a la que se dedican más de 400 mil productores en el país, de entre los cuales un amplio 90% conforman el llamado sector social, también da empleo, o al menos tienen que ver con esta actividad, más de tres millones de personas entre huerteros, pizcadores y otros empleados, se encuentra en una de las crisis más severas desde su introducción a nuestro país.

Esta crisis se deriva en gran medida de los bajos precios internacionales del café. Afortunadamente hoy existe una opción para que los pequeños productores mexicanos, o sea el sector social, pueda recibir precios remuneradores que cubran no solo los gastos de producción sino además cubran sus necesidades más urgentes, como ropa, comida y medicamentos.

Esta opción es el comercio justo. Es por esto que en el capítulo tres, que también es el último, de la presente investigación se revisa la problemática de la cafecultura nacional, haciendo énfasis en

los problemas de los pequeños productores o sector social de la cafecultura nacional, así como la agudización de sus deficiencias por lo bajos precios internacionales del café, para concluir revisamos hasta que grado ha incidido dicho comercio justo en la cafecultura nacional en su objetivo de recuperar esta actividad que ha sido tradicionalmente fuente de empleo para un amplio sector de la población con la presentación de dos ejemplos de organizaciones cafetaleras nacionales que hoy ya participan en la práctica del comercio justo a través del circuito de los mercados solidarios de Max Havelaar, con lo que pretendemos analizar las posibilidades de otra organizaciones para integrarse a dicho circuito y las condiciones actuales para hacerlo.

1. ORIGEN DEL COMERCIO JUSTO.

Dentro de la estructura del comercio internacional existe una nueva práctica que hoy se conoce, a nivel mundial, como comercio justo, comercio alternativo, comercio ecológico, comercio equitativo, comercio solidario, comercio ético y otros más, tuvo su origen, en primer lugar, en la actividad y esfuerzo de organizaciones de carácter humanitario y religioso, principalmente europeas, que en el contexto mundial de la década de los sesenta del Siglo XX emprendieron lo que podríamos llamar el “Movimiento para el Comercio Justo”, sumando a sus actividades, religiosas y humanitarias, una nueva: comercializar en las ciudades europeas, artesanías de productores de países subdesarrollados de diferentes regiones del mundo, África, Asia y América Latina.

Con el fin de ubicarlo en un contexto más preciso, conviene primero hacer una referencia general a algunos elementos teóricos y dinámicas sociales, a partir de las cuales se desarrolló el Movimiento para el Comercio Justo.

El marco conceptual e ideológico para que grupos sociales, en ciudades europeas, agrupados en organizaciones no gubernamentales que realizaban actividades religiosas, o bien humanitarias, iniciaran el movimiento para el comercio justo se encuentra en una corriente de análisis de las relaciones NORTE-SUR, que surgió a partir de una reunión convocada por la Organización de las Naciones Unidas, prácticamente desde la misma fundación de este organismo internacional, con el fin de establecer un Nuevo Orden Económico Internacional¹. Esta corriente de análisis, dentro del Dialogo NORTE-SUR, es la conocida como la “Teoría del Intercambio Desigual”.

Como nos señala Marie Christine Renard, “.. Surgida de una de las corrientes de análisis de la relación Norte-Sur basada en la teoría del intercambio desigual, la idea básica del comercio alternativo, creada hace más de treinta años, puede resumirse con el lema COMERCIO, NO AYUDA, (TRADE NOT AID)”.²

La Teoría del Intercambio Desigual es solamente una más de las corrientes de análisis que surgieron dentro del dialogo Norte-Sur como respuesta a la convocatoria de la Naciones Unidas para establecer el Nuevo Orden Económico Internacional, entre las cuales se encontraban las corrientes de análisis de la Social-Democracia, la Liberal, la Perspectiva del Tercer Mundo, la del

¹ “Es evidente, sin embargo, que su nacimiento es indisoluble de las N.U. Fue en 1951 cuando un grupo de expertos convocado por las Naciones Unidas, bajo la dirección del Profesor Arthur Lewis, publicó un informe titulado: Medidas para acelerar el desarrollo económico de las regiones subdesarrolladas.

Concretamente, Gosovic y Ruggie hacen remontar el origen del NOEI a los debates que rodearon la tentativa de la creación, en las N.U. del Special United Nation Fund for Economic Development, como resultado, justamente, de dicho informe.” Abdel Kader Sid-Ahmed; **NORTE-SUR Los grandes desafíos**; FCE, México 1985, pag. 13.

² Christine Renard, Marie. **Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café**. Centro Francés de Estudios mexicanos y centroamericanos. México, 1999, pp. 184

Materialismo-Histórico, la del Modo de Producción Global, la Perspectiva de los Precios, entre otras.³

Dentro del marco conceptual e ideológico representado por la Teoría del Intercambio Desigual grupos de particulares en ciudades europeas, al principio y después en Estados Unidos y otros países, constituidos en organizaciones no gubernamentales, dedicadas a actividades diversas como la importación y otras dedicadas a actividades humanitarias y caritativas, así como ciertas ordenes religiosas católicas practicaron el comercio internacional, más con un fin de ayuda que lucrativo y, al mismo tiempo fueron gestando un movimiento social que hoy es más conocido como comercio justo.

En el apartado siguiente veremos la adopción de la actividad comercial de importación por las organizaciones no gubernamentales europeas como Oxfam en Inglaterra, SOS Wereldhandel en Holanda, GEPA en Alemania, que sumaron a sus actividades caritativas y humanitarias la actividad del comercio internacional.

Antes de entrar al estudio de dichas organizaciones, en el siguiente apartado, conviene primero revisar otra vertiente de la gestación del movimiento social que dio origen al comercio justo. Esta es la propuesta de los países menos desarrollados hicieron en los principales foros internacionales, como el Consejo Económico y Social (ECOSOC), de la ONU y la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), que conformaron lo que puede entenderse como las primeras manifestaciones del Movimiento para el Comercio Justo a un nivel de mayor reconocimiento oficial por el mundo entero.

“Fue durante la conferencia de la UNCTAD en Ginebra en 1964 cuando se oyó por primera vez el grito Comercio no Ayuda. En aquel momento, los países industrializados eludían problemas centrales tales como el precio de las materias primas y la apertura de los mercados. Preferían ofrecer créditos y ayuda al desarrollo. Durante la segunda conferencia de la UNCTAD en Nueva Delhi en 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio mas justo, pero el resto del mundo hizo caso omiso a estas exigencias.”⁴

No se puede entender el surgimiento del movimiento social en que se gesto el comercio justo sin mencionar, brevemente, el contexto histórico-social que prevalecía a nivel internacional en los años sesenta del Siglo XX.

³ Abdel Kader Sid-Ahmed; **op cit, pag. 31**

⁴ <http://www.internónoxfam.com> accesado el 21 de junio 2002

Son los años sesenta del Siglo XX, el momento en que el mundo entero se encuentra dividido básicamente en dos bloques, por un lado estaba el bloque de países capitalistas, liderado por los E.U., por otra parte estaba el bloque de los países socialistas, encabezado por la URSS. En este periodo, ambos bloques se enfrentan en el terreno político diplomático y económico, dando lugar a la llamada guerra fría, en la que se consumaron capítulos de la historia famosos por involucrar forzosamente a la mayoría de la humanidad, tales como la crisis de los misiles en Cuba, la carrera espacial, el muro de Berlín, la guerra de Vietnam, entre otros.

“Con la aparición de la guerra fría, cierto número de consideraciones, principalmente aquellas ligadas al equilibrio mundial de fuerzas, se conjugaron para conducir a las grandes potencias a integrar a los países en vías de desarrollo dentro de sus esferas de influencia. Sin embargo, es significativo el hecho de que, para muchos, la solución internacional al problema del desarrollo debía reposar principalmente en la ayuda.”⁵

Esta decisión de las potencias, URSS y E.U., de integrar al resto de los países del mundo dentro de sus esferas de influencia, conformaron dos bloques que no fueron del todo homogéneos, ni mucho menos indivisibles, ya que siempre hubo, dentro de cada bloque, matices e intereses particulares, dando lugar a la división de los bloques principales y a la creación de nuevos bloques o agrupamientos de países, que respondían a intereses propios de naciones cansadas de ser forzosamente integradas a los bloques socialista o capitalista.

En este contexto mundial, prevaleciente en la segunda mitad del Siglo pasado, los países en desarrollo ya daban muestras de una creciente inconformidad en el ámbito de las relaciones comerciales internacionales y por otra parte, dicho reclamo no era escuchado, como ya se dijo, por la contraparte, es decir los países del “primer mundo”, ...razón por la cual el máximo organismo internacional, la ONU, consideró necesario “dar los primeros pasos para establecer un nuevo orden económico internacional cuyo principal objetivo era establecer una acción mundial integrada en pro del desarrollo.”⁶

Más concretamente, en 1961 se planteó en el Consejo Económico y Social (ECOSOC) de las Naciones Unidas la posibilidad de declarar los años 1961-1970 como Decenio del Desarrollo. “La idea era concretar un ritmo de crecimiento adecuado para la economía mundial, y sobre todo para los países subdesarrollados.”⁷ Esta iniciativa dio como resultado la convocatoria a los miembros de Naciones Unidas a fin de celebrar una Conferencia sobre Comercio y Desarrollo, lo que significó el

⁵ Abdel Kader Sid-Ahmed; *op cit*, 15

⁶ Ramón Tamames. **Estructura Económica Internacional**. Alianza Editorial. Madrid, 1970, 143 pp.

⁷ Ídem

nacimiento de la UNCTAD, que ha sido uno de los foros internacionales mas importantes en la promoción de un Nuevo Orden Económico Internacional.

El contexto histórico-social en el ámbito de la sociedad civil de la década de los sesenta se caracteriza también, a nivel mundial, por las rebeliones estudiantiles y otra serie de movimientos sociales impulsadas y protagonizadas por jóvenes, que naturalmente pretendían cambiar el orden establecido en las sociedades de cada uno de sus países. En la medida en que cada movimiento se repetía en otro país, se conformó un movimiento social mundial con una nueva conciencia y conocimiento de las condiciones injustas de las relaciones Norte-Sur.

También en el ámbito cotidiano los jóvenes manifestaban su inconformidad por el orden social establecido. Tal es el caso del movimiento de los llamados “hijos de la naturaleza, de las flores o simplemente hippie”, cuya actitud ha sido considerada de protesta y contracultura, que de alguna forma protestaban contra los esquemas sociales y económicos a nivel internacional. Así se conformó, de cierta manera, una conciencia internacional, por lo que se puede hablar de un ambiente de solidaridad con los más pobres, con los marginados y de disposición física para ayudarlos. Al mismo tiempo las instituciones religiosas, católicas principalmente, renovaban su vocación altruista y volteaban a ver las carencias de ciertos grupos marginados en países subdesarrollados, de África y Latinoamérica.

Los jóvenes de los sesenta, en la búsqueda de la tolerancia social, se unían a diferentes causas, de distintos tipos: altruistas, artísticas, de protesta o bien religiosa. Es precisamente la causa religiosa una de las principales iniciativas que retoma el aspecto comercial, como motor y generador de riqueza, para encausar sus esfuerzos de ayuda a la población marginada en países en desarrollo.

Ciertas ordenes religiosas, la Compañía de Jesús, la orden del Sagrado Corazón y otras organizaciones intereclesiales, deciden ayudar a ciertos productores marginados de los países pobres a realizar ventas de artesanías y de productos básicos, adquiridos directamente de los productores, alcanzando un éxito relativo en ferias y bazares, organizadas por jóvenes católicos, las más de las veces, de las principales ciudades europeas.

A propósito de las ventas en ferias y bazares en Iglesias de las ciudades europeas, vale la pena hacer alusión, desde esta parte inicial del trabajo, sobre el origen del Movimiento para el Comercio Justo, de la importante contribución al desarrollo del fenómeno social que nos ocupa, de parte de otro movimiento social, original, con mayor antigüedad y consolidación mundial. Me refiero a la aportación de la Iglesia Católica, a través de organizaciones eclesiales e intereclesiales practicantes de la teología de la liberación, al movimiento para el comercio justo, destacando la participación de la Compañía de Jesús y la Orden del Sagrado Corazón.

Un buen ejemplo de ello es INTERMÓN, una Organización No Gubernamental española cuya orientación y origen es el siguiente:

"Los orígenes históricos de INTERMÓN OXFAM se remontan a **1956**, cuando la **Compañía de Jesús** puso en marcha una organización para apoyar la labor social de los misioneros jesuitas españoles que en aquel momento trabajaban en diferentes países de América Latina y África."⁸

La orientación de esta organización es la cooperación con las poblaciones empobrecidas para lograr su desarrollo para lo cual busca el respaldo social y la influencia política, en **1986** se constituya la **Fundación INTERMÓN**, una entidad independiente, caracterizada por su pluralidad.

Estos son algunos de sus logros: En 1984 se inician las primeras actividades en el terreno de la educación formal y, en 1991, "500 años, comparte el futuro" es la primera de una serie de campañas con las que se pretende influenciar a la ciudadanía e incidir en las decisiones políticas y económicas que afectan a los países empobrecidos.

En 1995, INTERMÓN es nombrada organismo consultivo del [Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas](#).

En 1997, une sus esfuerzos al grupo [OXFAM INTERNACIONAL](#), del que forman parte otras 12 organizaciones con objetivos comunes y que desarrollan su labor en el ámbito de la cooperación para el desarrollo y la ayuda humanitaria.

INTERMÓN OXFAM también forma parte de diferentes federaciones y organizaciones nacionales e internacionales de Organizaciones No Gubernamentales como son Red Europea de Deuda y Desarrollo, ([EURODAD](#)); la Asociación Europea de Organizaciones de Comercio Justo (European Fair Trade Association, [EFTA](#)); Federación Internacional de Comercio Justo (International Fair Trade Association, IFTA) y NEWS (Red Europea de Tiendas de Comercio Justo). Es además miembro fundador de la [Coordinación Española de ONGD](#) así como de la Coordinadora Estatal de Organizaciones de Comercio Justo, y forma parte también de las diferentes federaciones y coordinadoras de Organizaciones No Gubernamentales de ámbito autonómico que existen en España.

Otro ejemplo también es el caso de la organización intereclesial Holandesa **SOLIDARIDAD**, que desarrolla una actividad dentro del marco de la cooperación para el desarrollo en ayuda a los países latinoamericanos. "Como organización intereclesial, se sitúa en medio de las iglesias cristianas sin que llegue a formar parte totalmente de una de ellas. Uno de los elementos del ecumenismo es que sugiere cómo debería ser la Iglesia. El ecumenismo se mantiene a cierta

⁸ <http://www.intermonoxfam.com> accesado el 3 de mayo de 2002

distancia del orden existente dentro de la Iglesia, creando así espacio para nuevos puntos de vista y prácticas.

Solidaridad tiene un presupuesto para la realización de proyectos. Éste asciende a cinco o seis millones de florines al año, formando parte de un presupuesto anual promedio de siete millones y medio de florines. Dicha suma proviene en su totalidad de particulares, mediante colectas en las iglesias, y cada vez más, de contribuciones personales hechas por nuestros donantes más fieles.”⁹

Sin duda la Iglesia Católica a través de las organizaciones eclesiales e intereclesiales ha hecho grandes aportaciones al movimiento para el comercio justo, por lo que no se puede pasar por alto esta contribución a nuestro tema, lo que me lleva a la siguiente reflexión: El movimiento para el comercio justo lo integran distintos actores en diferentes espacios y tiempos pero que en el devenir de sus actuaciones, inspiradas en la aspiración de establecer un Nuevo Orden Económico Internacional y otras en la teología de la liberación y la cooperación al desarrollo, han conformado lo que hoy conocemos como el Movimiento para el Comercio Justo a nivel mundial.

1.1 LAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO ALTERNATIVO, (ATO,s)

Como se estableció en el apartado precedente el Movimiento para el Comercio Justo tuvo sus orígenes en la década de los sesenta¹⁰ del Siglo XX cuando grupos de particulares europeos, constituidos en Organizaciones No Gubernamentales, algunas de las cuales en breve tiempo se convertirían en las primeras Organizaciones de Comercio Alternativo, (ATO's), que practicaban los principios de la cooperación para el desarrollo, y protestaban en contra del injusto sistema comercial internacional, estaban convencidos de poder ayudar en una escala mínima a ciertos productores marginados en los países pobres, que tenían sus artesanías, materias primas y producían productos básicos como el café.

Estas organizaciones, religiosas y humanitarias, principalmente europeas, empezaron a realizar campañas de promoción entre los consumidores para informarles de las condiciones de marginación de ciertos productores en los países subdesarrollados y a llamarlos a solidarizarse con su causa, ejerciendo el poder de consumo con conciencia, de tal forma que este poder de consumo fuera el motor para revertir la miseria de los campesinos marginados.

Como señalé arriba, principalmente fueron organizaciones de carácter humanitario y religioso las que comercializaron de manera muy limitada las artesanías y productos agrícolas de los

⁹ Franz VanderHoff y Nico Roozen; **LA AVENTURA DEL COMERCIO JUSTO**; Edit. El Atajo, México 2001, pag. 52

¹⁰ Sin olvidar que anterior a la década de los sesenta se registraron algunas ventas de artesanías de productores marginados de origen subdesarrollado en países desarrollados, por ejemplo la venta de artesanías que la Iglesia Menonita de E.U. realiza en 1940, dentro de su programa “ A THOUSAND VILLAGES”. <http://www.transfair.ca/coffee/retail> accesado el 21 de junio de 2002

productores marginados de países en desarrollo ya que la meta de estas organizaciones no era crear un comercio internacional contrario al convencional sino que la población en las ciudades europeas que asistían a bazares y ferias, organizadas por las iglesias, comprarán los productos de los campesinos marginados más con un ánimo de ayuda que de comercio.

Dentro de este esquema de ayuda, bastante parecido a la caridad, debe señalarse los nombres de algunas congregaciones religiosas que no practicaban el comercio sino la ayuda. En principio tiene que nombrarse, nuevamente, el esfuerzo de las órdenes religiosas como la Compañía de Jesús, la Congregación del Sagrado Corazón y la corriente dentro de la religión católica conocida como la Teología de la Liberación.

De estas congregaciones religiosas surgieron, casi todas, las ATO's, en los sesenta, tal es el caso de organizaciones como S.O.S. Wereldhandel, en Holanda, GEPA en Alemania, o bien OXFAM UK, en la Gran Bretaña y EQUITERRE en Canadá, que eran Organizaciones No Gubernamentales, dedicadas a la ayuda directa a los pueblos que padecían ciertas carencias como resultado principalmente de guerras, y que más adelante se convirtieron en ATO's, Organizaciones de Comercio Alternativo, actividad que hasta la fecha siguen desarrollando.

El Comercio Justo es un movimiento relativamente reciente. "A partir de los años sesenta pasados, el Comercio Justo empezó a florecer - principalmente en Europa - con la creación de tiendas del Tercer Mundo a través de diversas Organizaciones de Comercio Alternativo, (ATO's, por sus siglas en inglés, Alternative Trade Organization)"¹¹, las cuales son las mismas organizaciones de carácter humanitario y religioso arriba señaladas posteriormente conocidas como, ATO's.

En razón de lo anterior resulta importante revisar los orígenes de estas Organizaciones, como OXFAM y S.O.S. Wereldhandel, a fin de tener una idea de cómo se fue gestando el Comercio Alternativo dentro del movimiento para el comercio justo, toda vez que fueron estas organizaciones las que iniciaron e impulsaron la idea de un comercio que beneficiara a los productores y a los países en desarrollo en el intercambio comercial que prevalecía en esos momentos a nivel mundial. Igualmente con la historia de estas Organizaciones podremos comprender el contexto social mundial de donde nació el interés de los particulares por colaborar con los grupos sociales más desfavorecidos del mundo, y como esta preocupación y actividad caritativa, al inicio, se transformó para los años sesenta del Siglo XX en el comienzo del Comercio Alternativo que respondiera al llamado de los países del Tercer Mundo en la UNCTAD de 1964, Comercio, No Ayuda, (TRADE NOT AID), ya que desde los inicios del Movimiento para el Comercio Justo estas

¹¹ <http://www.comerciojusto.com>

accesado el 8 de abril de 2002.

Organizaciones han jugado un papel relevante en la estructura del movimiento social que nos ocupa.

1.1.1 OXFAM, Historia.

Oxfam nació en Inglaterra de la conciencia de personas preocupadas por las devastaciones de pueblos originadas durante la Segunda Guerra Mundial. Lo siguiente es una breve reseña de la historia de OXFAM.

“Durante 1942, bajo la ocupación nazi a Grecia, 2000 personas morían de hambre al día tras el bloqueo naval de los aliados.

1942: Se establece el Comité OXFORD para el alivio de la hambruna provocada en Grecia por la ocupación Nazi.

1943: The Oxford Committee for Famine Relief es registrado como ayuda de caridad. En su primer colecta llamada Semana Griega recauda 12,700 libras esterlinas para la Cruz Roja Griega.

1947: Se establece su oficina en Broad Street, Oxford. **En esta dirección abre sus puertas la primera tienda oxfam.**

1949: The Oxford Committee continua su trabajo cooperando con la reconstrucción provocada por la guerra y otras causas alrededor del mundo.

1951: 3,500 libras esterlinas se recolectan para desastres naturales, en este caso para la India.

1953: The Committee reúne 60,000 libras esterlinas para ayuda a las víctimas de la Guerra de Corea

1960: Oxfam toma el papel del líder en la campaña mundial contra el hambre iniciada por las Naciones Unidas.

1964: Oxfam comienza a comercializar artesanías de países del Sur. Otorga a los productores ayuda a escala mínima como precios justos, capacitación y fondos. **El Programa Puente, Bridge programme**, será mas tarde la **Oxfam Fair Trade Company**.

La década de 1960 produjo muchos cambios. La organización trabajó para presentar una imagen diferente de la pobreza de los pueblos del Tercer Mundo. Que se les viera como seres humanos con dignidad, no como víctimas pasivas. Se produjo material de información que explicaba las

raíces de la pobreza y su conexión entre el Norte y el Sur, así como el papel del Norte como generador de pobreza del Sur pero también de su potencialidad para superarla.”¹²

Además establece lazos con otras organizaciones que buscaban fines similares, iniciando una estrecha relación entre ellos como es el caso de INTERMÓN, la cual actualmente trabaja unida a OXFAM, como ya vimos.

1.1.2 Equal Exchange

Equal Exchange es una compañía de café gourmet y una organización de comercio alternativo.

“Nuestra misión es crear un intercambio justo entre pequeños productores del llamado Tercer Mundo y los consumidores de los Estados Unidos. Nosotros evitamos el sistema convencional de mercado y nos vinculamos directamente con el productor del café. Así, eludimos el intermediarismo. Los productores obtienen un precio más alto por su café y ganan mayor control sobre sus vidas.

Equal Exchange escoge sus socios cuidadosamente. En Equal Exchange no seguimos un mercado que no provea a los productores sus necesidades básicas. Nosotros trabajamos con organizaciones campesinas que se organicen democráticamente y comparten sus ganancias en una forma equitativa. También buscamos relaciones con cafetaleros que conservan el medio ambiente. Creemos que los mejores cafetaleros hacen abono orgánico de la pulpa de café y asumen como un reto, desarrollar una tecnología de cultivo sostenible que permite una seguridad ecológica y económica. Su café prospera bajo la capa de los árboles más altos que dan sombra al café y que alimentan el suelo. Las raíces de estos árboles detienen la erosión, sus hojas sostienen a los pájaros e insectos que controlan las plagas.

Nuestros socios generalmente controlan el procesamiento y la comercialización de su café. Las ganancias van a los productores y no a los coyotes. De esta forma los productores han podido mejorar enormemente su nivel de vida.”¹³

1.1.3 EQUITERRE

EQUITERRE, es una organización canadiense que actualmente lleva a cabo una gran campaña a favor del Comercio Justo pero su interés comenzó desde antes de 1960, por esta razón creo que es importante revisar esta Organización.

¹² <http://www.oxfam.org.uk> accesado el 1 julio de 2002. cita traducida por el autor.

¹³ Como ejemplo de una Organización de Comercio Alternativo tenemos un caso en E.U. Mercado Justo en los Estados Unidos de América por Erbin Crowell - Equal Exchange equal

“Équiterre es una organización sin fines lucrativos dedicada a la promoción de productos ecológicos y socialmente justos por la acción, la educación y la investigación bajo una perspectiva de justicia social integral, la economía solidaria y la defensa del medio ambiente.

Programas

1 Comercio Justo

El programa de Comercio Justo de Équiterre realiza la promoción de un modelo de comercio con justicia entre los compradores del Norte y los productores del Sur. Incluye la campaña de educación [Un juste café](#) que utiliza el ejemplo del café para promover el Comercio Justo ante los consumidores y las empresas desde 1996. El sello de certificación de Comercio Justo autorizado por Transfair Canadá garantiza a los consumidores el respeto de los principios del Comercio Justo, que avala el precio justo pagado a los productores de café, lo que permite echar a andar los proyectos de desarrollo comunitario en los sectores como la salud, la educación y la protección del medio ambiente. Équiterre efectúa igualmente las investigaciones sobre otros productos que podrían ser objeto de un comercio justo y completa los estudios como ejemplo para realizar los nuevos proyectos de educación.”¹⁴

1.1.4 SOS Wereldhandel

En el sur de los Países Bajos, una organización llamada SOS Wereldhandel ya había participado activamente en la importación de productos de los países en desarrollo. Fundada por jóvenes católicos en 1959 como organización de caridad, SOS Wereldhandel empezó en 1967 a importar artesanías de varios países del Tercer Mundo y a venderlas por catálogo, a través de iglesias y de grupos de solidaridad con el Sur. Las tiendas solidarias dieron entonces una salida estable y directa para SOS Wereldhandel. Las ventas eran excelentes y la organización pudo crear "sucursales" en Alemania, Austria, Suiza y Bélgica. Con el tiempo, estas "sucursales" se independizaron para formar organizaciones nacionales. En otoño de 1973 se lanzó el primer café de comercio justo, importado de cooperativas de Guatemala, el "Indio solidarity coffee" aceleró considerablemente la expansión del comercio justo y las ventas de café no tardaron en sobrepasar las de artesanías.¹⁵

Existen otras organizaciones que se pueden sumar a las aquí señaladas como ejemplos de Organizaciones de Comercio Alternativo, (ATO's), que iniciaron sus actividades antes de 1960, sin embargo las tres anteriores nos ubican en el contexto general que nos permite comprender un poco mejor el sentido de las Organizaciones de Comercio Alternativo.

¹⁴ <http://www.transfair.ca/coffee/retail> accesado el 21 de junio de 2002

¹⁵ <http://www.oxfam.org.uk> 1 julio 2002. Cita traducida por el autor.

A manera de conclusión del presente apartado, debe decirse que las organizaciones OXFAM, SOS Wereldhandel, GEPA y EQUITERRE, son, entre otras, Organizaciones de Comercio Alternativo y fueron las iniciadoras de lo que conocemos hoy con el nombre de Comercio Alternativo al sumar a sus actividades humanitarias la actividad de importación, promoción y venta de productos adquiridos directamente a pequeños productores de países subdesarrollados, es decir, sin la intervención de un gran número de intermediarios, lo que representó para los productores marginados de los países subdesarrollados, que habían logrado establecer el contacto con los importadores europeos que practicaban el comercio alternativo, la realización de su trabajo, que finalmente encontró el destino que buscaba, es decir un mercado, y por otro lado, las Organizaciones de Comercio Alternativo también dieron a los consumidores, principalmente de ciudades europeas, la posibilidad de solidarizarse con la causa de los pobres, de los marginados o pequeños productores.

Las ATO's son hasta la fecha organizaciones, dentro del movimiento para el comercio justo, que se caracterizan por ser empresas que compiten en el mercado persiguiendo el fin de crear un volumen específico de ventas, tal como nos lo señala Nico Roozen en el libro *La Aventura del Comercio Justo* en donde dice: "Las ATO, aunque persiguen objetivos idealistas, también son empresas. Como empresas están obligadas a asegurar su propia continuidad; por ende, deben crear un volumen de ventas"¹⁶

Esta característica de las ATO's, la de ser empresas que compiten directamente en el mercado, las somete a la dinámica de la oferta y la demanda, y por lo mismo a la competencia en la distribución de la mercancía a lugares de mayor acceso de los consumidores potenciales. Es decir que el éxito de las ATO's depende de las ventas, como cualquier empresa comercial.

Por lo mismo el propósito de las ATO's de ayudar a los pequeños productores a través de mayores ventas, fue limitado, debido, entre otras causas, a la mala distribución que les restaba competitividad. Una de las maneras que las ATO's utilizaron para conseguir una mejor distribución fue el reclutamiento de voluntarios, que se comprometían de manera altruista a vender mercancía, por lo que algunos de estos voluntarios comenzaron a abrir tiendas en diversas ciudades europeas.

"En los años sesenta y setenta del siglo pasado se creó en esos países una gran variedad de ATO's que buscaban comercializar los diferentes productos de pequeños artesanos y productores de café, miel, té y cacao, principalmente, a través de tiendas especializadas conocidas como Tiendas del Tercer Mundo."¹⁷

¹⁶ Franz VanderHoff y Nico Roozen; op. cit. pag. 111.

¹⁷ Jerónimo, Pruijn.- **El poder de los pequeños.**- en *Rostros y Voces de la Sociedad Civil.*- Nueva Época, Año 6. No. 24, septiembre-octubre 2001.

Al inicio de la actividad de estas Organizaciones se puede describir como una actividad comercial de muy baja escala ya que únicamente podían importar una cantidad muy baja de la producción de los pequeños productores que vendían en ferias y bazares de Iglesias.

Pero el ideal original de las ATO's, que consiste en la ayuda a los pequeños productores de los países en desarrollo, fue muy pronto apoyado por mucha gente en ciudades europeas, gracias a la divulgación de la información, que las mismas ATO's hacían, de las condiciones de pobreza de los pequeños productores en los países subdesarrollados.

El apoyo que la gente, en ciudades europeas, ofrecía al ideal de las ATO's se concretó básicamente en la creación de puntos de venta o Tiendas con el único fin de solidarizarse con la causa, lo que permitió que las tiendas se extendieron por toda Europa y por consiguiente el incremento en el volumen de ventas, razón por la cual el siguiente apartado se refiere a estas tiendas llamadas Tiendas del Mundo, Tiendas Solidaridad o Tiendas UNCTAD.

1.2 DE LOS BAZARES EN IGLESIAS Y FERIAS A LA CREACIÓN DE TIENDAS ESPECIALIZADAS.

En el apartado precedente se estableció como las Organizaciones tradicionales de Comercio Alternativo, se habían iniciado como Organizaciones con un carácter caritativo o de ayuda a pueblos con necesidades básicas urgentes surgidas de circunstancias extraordinarias, como la guerra. Ahora bien, en este apartado, debemos pasar a revisar como éstas dieron los primeros pasos para establecer un comercio alternativo, en el que se diera un trato justo a los productores de los países en desarrollo y los esfuerzos de dichas organizaciones por alcanzar el objetivo por el que fueron creadas, a saber, ayudar a pequeños productores en países pobres a abrir los mercados internacionales para vender su producción de artesanías, productos básicos y materias primas.

Resulta conveniente, en esta parte de la investigación, precisar que es una ATO.

Hasta ahora hemos señalado su origen, que las mas de las veces fue un origen a partir de organizaciones religiosas y de organizaciones con propósitos de ayuda y cooperación con sectores desprotegidos de la sociedad, sobre todo de países pobres.

También hemos señalado su marco conceptual e ideológico, que se constriñe a la cooperación para el desarrollo a partir de la Teoría del intercambio desigual. También hemos señalado su objetivo e ideal, ayudar al desarrollo económico de pequeños productores en países subdesarrollados.

En razón de lo anterior, se puede decir, que una ATO es una organización civil, no gubernamental, compuesta por distintas personas, entre otros, jóvenes sacerdotes, estudiantes, comerciantes e importadores, que funciona como una empresa y por lo mismo necesita crear un volumen de ventas, participando directamente en el mercado, compitiendo contra otras empresas, pero a diferencia de éstas, las ATO's detentan una posición política intrínseca al ideal que persiguen. Esta posición política se constriñe a la ayuda de los pequeños productores en países subdesarrollados contra las grandes corporaciones comerciales transnacionales que acaparan los eslabones más lucrativos de la cadena del comercio internacional.

Con el fin de alcanzar su objetivo las Organizaciones de Comercio Alternativo empezaron a contar con el apoyo de voluntarios, que simpatizaban con su causa, para realizar ventas en distintos puntos de las ciudades europeas. De esta forma comenzaron a conformarse lo que hasta nuestros días se conocen como las Tiendas del Mundo, o de distintos nombres, Solidaridad, UNCTAD, del Tercer Mundo, etc.

Esta estrategia dejó atrás los bazares de iglesias y las ferias, lo que significó un cambio en la estrategia del esquema comercial que nos ocupa, e hizo ganar mercado al comercio alternativo a través del apoyo de voluntarios que conformo la red de distribución del circuito comercial alternativo a través de las tiendas que se dedicaron a promover y vender los productos y a divulgar los principios en que se basa el sistema alternativo comercial que nos ocupa.

“Las Tiendas del Tercer Mundo comercializaban, generalmente a través de marcas propias, a pequeña escala, pero con un alto nivel de comunicación con los consumidores. Fueron estas iniciativas las que hicieron que parte de los consumidores de los países industrializados se familiarizaran con los conceptos Comercio Alternativo, Solidaridad o Equitativo, y posteriormente con el término Comercio Justo.”¹⁸

En este apartado se presenta como el apoyo recibido por las Organizaciones de Comercio Alternativo, a través de voluntarios que crearon tiendas dio salida a los productos de los pequeños productores, con resultados muy buenos ya que las tiendas se multiplicaron por las ciudades de Europa con el consiguiente incremento en ventas y promoción de los principios del Movimiento para el Comercio Justo. Es en esta etapa que el Comercio Alternativo alcanzo un primer objetivo: la divulgación entre los pueblos europeos de las condiciones de marginación y pobreza de muchos productores en los países subdesarrollados y la posibilidad de ayudar a revertir esta situación al aplicar un consumo consciente que favoreciera los productos del comercio justo con la certidumbre

¹⁸ Jerónimo, Pruijn.- **El poder de los pequeños.**- en Rostros y Voces de la Sociedad Civil.- Nueva Época, Año 6. No. 24, septiembre-octubre 2001.

de que las ganancias no las acapararían los intermediarios sino que llegarían precisamente a los campesinos necesitados.

1.2.1 LAS TIENDAS DEL MUNDO, (WORLD SHOPS), OXFAM, UNCTAD O SOLIDARIDAD.¹⁹

A partir de este primer esfuerzo por comercializar mas eficazmente las artesanías y productos agrícolas de productores marginados surgieron en Europa Tiendas, conocidas como del Tercer Mundo, UNCTAD o Solidaridad, en Inglaterra las tiendas OXFAM, cuyo gran logro fue, durante la década también de los sesenta, extender la red de lugares para adquirir los productos artesanales y agrícolas de los productores marginados de los países subdesarrollados, pero además también lograron informar a los consumidores de las condiciones de marginación en que se encontraban muchos productores en países subdesarrollados.

La multiplicación de este tipo de tiendas en muchas ciudades europeas despertó el interés entre la población por conocer y ayudar a los productores que participan en el Movimiento para el Comercio Justo, así también los motivó para cambiar la forma en que realizaban el consumo de ciertos productos, por un consumo ético, es decir un consumo que no fuera mecánico sino conciente de que al adquirir productos del comercio justo están solidarizándose con los productores marginados, de tal manera que la solidaridad se convirtió en un elemento básico del Movimiento para el Comercio Justo.

Las tiendas, como se señaló arriba, significaron para las organizaciones de Comercio Alternativo una nueva etapa, una etapa de crecimiento y de ensanchamiento en la divulgación de los objetivos perseguidos por el Movimiento para el Comercio Justo, pero no se puede hablar de esta etapa sin mencionar que de hecho algunas tiendas surgieron en las mismas Organizaciones de Comercio Alternativo, ATO's, como en el caso de las Tiendas OXFAM, o el caso de las Tiendas Solidaridad, que fueron también llamadas tiendas del Tercer Mundo o tiendas UNCTAD, como en seguida se reseña.

1.2.2 TIENDAS OXFAM.

Como ya vimos la Organización no Gubernamental Oxfam inicia su actividad en el Comercio Alternativo en 1947 con la apertura de su primera tienda en Inglaterra, la cual hasta la fecha sigue funcionando, y en 1964 con el "Programa Puente", (**Bridge Programme**) impulsa el comercio alternativo, pero definitivamente las Tiendas de Oxfam, han sido desde entonces un apoyo muy

¹⁹ <http://www.oxfam.org.uk> 1 de julio de 2002.

importante y un peldaño más hacia la creación del concepto comercio alternativo, como lo vemos en la siguiente cita.

"La red de tiendas de Oxfam desarrolladas por voluntarios a lo largo del país, se convirtió en la principal fuente de ingresos al final de los 1960's al vender artículos donados y artesanías de productores de países pobres. A la fecha son una imagen familiar en las principales avenidas. Aproximadamente 22,000 voluntarios trabajan en mas de 830 tiendas de Oxfam en el Reino Unido."²⁰

1.2.3 TIENDAS DEL MUNDO. (WORLD SHOPS).

Las tiendas del Mundo, también conocidas como World Shops, UNCTAD, Solidaridad, etc., no son otra cosa más que el apoyo de cientos de voluntarios que se solidarizan con la causa de las ATO's. Se los conoce como Tiendas del Mundo a todas aquellos sitios en que algún voluntario vende productos adquiridos por alguna ATO directamente de los pequeños productores, es decir adquiridos a través del Comercio Alternativo que cuenta entre sus miembros a algunos importadores que facilitan los cupos de importación en su lugar de origen.

La importancia de las Tiendas para el Movimiento para el Comercio Justo radica en que permitieron a las ATO's contar con una red de distribución que muy difícilmente éstas organizaciones hubieran podido desarrollar por si mismas. Por lo tanto, las Tiendas, también han contribuido grandemente a la cooperación para el desarrollo de las comunidades de pequeños productores en regiones de Africa y Latinoamérica y sobre todo a la divulgación de las condiciones de marginación económica de dichas comunidades como resultado de la aplicación de políticas excluyentes de potencias mundiales y de la actividad de las grandes empresas corporativas que controlan diversos aspectos comerciales del planeta.

Al igual que Oxfam, y a la par de ésta, otra Organización de Comercio Alternativo, SOS Wereldhandel, en Holanda, también comenzó a desarrollar una estrategia para impulsar el comercio solidario con los productores de los países en desarrollo. Con la creación de tiendas solidarias SOS Wereldhandel une sus esfuerzos a éstas con el objetivo de ampliar y dar salida a los productos adquiridos directamente de los productores marginados de los países en desarrollo, alcanzando un éxito notable ya que al mismo tiempo que vendían los productos del comercio solidario se promovían campañas para concientizar a la gente de lo injusto del intercambio comercial convencional.

²⁰ <http://www.oxfam.org.uk>

1 de julio de 2002

cita traducida por el autor.

“Gracias a la información a los consumidores acerca de las condiciones de desigualdad en el comercio entre el Norte y el Sur y de la posibilidad de gastar un poco más en productos que apoyarán la causa en la que dichas organizaciones creían, cientos de voluntarios en pueblos y ciudades alrededor de Europa comenzaron a promover el comercio justo y a hacer mas accesible la adquisición de los productos abriendo tiendas de comercio-justo, las cuales eran los únicos lugares en que se podían adquirir los productos adquiridos directamente de los productores de los países del Sur, con todas las desventajas que, esta reducida estructura comercial, representaba. Éstas tiendas tenían dos metas, uno, apoyar a los campesinos y artesanos de países del Sur, asegurándoles un mercado y dos, informar a la sociedad de los países del Norte acerca de las condiciones de injusticia en las relaciones comerciales internacionales.”²¹

Aquí vale la pena reflexionar un poco sobre la importancia de informar y concientizar a la gente acerca de las injustas relaciones comerciales internacionales, ya que en el Esquema comercial en estudio, el conocimiento de las condiciones económicas de los productores de los países en desarrollo sirve de soporte ético o solidario para pagar un poco mas caro los productos que comercializa el Comercio Justo. Las tiendas especializadas del Comercio Justo han sido desde los orígenes de este esquema comercial una importante fuente de difusión de los principios en que se basa el Movimiento para el Comercio Justo. A continuación se reproduce una breve reseña del inicio de estas tiendas.

“En la Europa de los 60, los problemas del Tercer Mundo no despertaban mucho interés en la población. Entre los pocos grupos que se sentían preocupados, nació la idea de crear tiendas "UNCTAD" para vender productos del Tercer Mundo cuya entrada en el mercado europeo era obstaculizada por los aranceles. Las ventas tenían por objetivo protestar contra el comercio internacional y la repartición desigual del poder. En abril del 1969, la primera "tienda solidaria" se inauguró en el pueblo holandés de Breukelen. Fue el inicio de un periodo de crecimiento rápido del movimiento de las tiendas solidarias: en tan sólo dos años, los Países Bajos ya podían vanagloriarse de poseer 120 tiendas de este tipo y el movimiento se difundió rápidamente en Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. En el sur de los Países Bajos, una organización llamada SOS Wereldhandel ya había participado activamente en la importación de productos de los países en desarrollo. Fundada por jóvenes católicos en 1959 como organización de caridad, SOS Wereldhandel empezó en 1967 a importar artesanías de varios países del Tercer Mundo y a venderlas por catálogo, a través de iglesias y de grupos de solidaridad con el Sur. Las tiendas solidarias dieron entonces una salida estable y directa para SOS Wereldhandel. Las ventas eran excelentes y la organización pudo crear "sucursales" en Alemania, Austria, Suiza y Bélgica. Con el tiempo, estas "sucursales" se independizaron para

²¹ <http://www.eurosur.org>

accesado el 1 julio 2002.

formar organizaciones nacionales En otoño de 1973 se lanzó el primer café de comercio justo. Importado de cooperativas de Guatemala, el "Indio solidarity coffee" aceleró considerablemente la expansión del comercio justo y las ventas de café no tardaron en sobrepasar las de artesanías."²²

El resultado alcanzado, para las organizaciones de Comercio Alternativo, en las tiendas que acabamos de estudiar, tanto en ventas como en divulgación de los principios del Movimiento para el Comercio Justo no fue malo sin embargo habían pasado dos décadas, la de los setenta y parte de los ochenta, y el novedoso sistema comercial que nos ocupa comenzaba a estancarse.

En los Foros Internacionales las demandas de los países subdesarrollados comenzaban a escucharse gracias a la fuerza de la unión, tal es el caso del grupo de países del Hemisferio Sur, que ya se hacia escuchar en los nacientes foros internacionales agrupados en diversas formas; como nos señala Jorge Lozoya, "... y el Tercer Mundo empieza a hacer sentir su capacidad de presión colectiva: grupo de los 77, UNCTAD, OPEP, Asamblea General de las Naciones Unidas 1974, Carta de Derechos y Deberes Económicos de los Estados."²³

Sin embargo, paradójicamente, fueron grupos sociales marginados, sin representación de gobierno o autoridad oficial alguna, los que, obligados por sus circunstancias de marginación de los modelos económicos prevalecientes, quienes se pusieron en contacto con las organizaciones de fomento al desarrollo y comercio alternativo europeas hasta alcanzar concretar sus objetivos; vivir dignamente con las ganancias de su trabajo sin necesidad de recurrir a la cooperación del fomento para el desarrollo que los hacia sentir seres pasivos y en algunos casos perder sus tradiciones y formas de vida.

Fue el llamado de ayuda de la organización mexicana productora de café, Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI, lo que origino la reflexión de un grupo de expertos holandeses, comprometidos con la cooperación para el desarrollo, con el fin de encontrar mercado para incrementar el volumen de ventas para la producción de café de UCIRI, y también encontrar la manera de hacer crecer una vez mas los ya reconocidos limites del Comercio Alternativo.

La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI, fue la que señaló que la ayuda aportada por organizaciones practicantes de la cooperación para el desarrollo fomentaban, en algunos casos, la pasividad de las organizaciones que recibían la ayuda, como lo reconocen VanderHoof y Roozen en su libro La Aventura del Comercio Justo. Y señaló que era mejor el comercio que la ayuda. Por lo mismo hizo el llamado para que los ayudaran a subir el volumen de ventas de su producción en el mercado europeo, lo que era muy difícil a través de las ATO's.

²² <http://www.oxfam.org.uk>

1 julio 2002.

Cita traducida por el autor.

Es por eso que UCIRI y Franz VanderHoof en México y Nico Roozen,²⁴ en Holanda, con apoyo de Solidaridad, buscaron la forma de aumentar el volumen de ventas. En el caso de Roozen, a su regreso a su patria, después de estar en México en 1976, se avocó a contactar a los principales actores del mercado del café en Holanda y contribuir eficazmente a crear la nueva estrategia comercial que permitiera aumentar el volumen de ventas del café de UCIRI, etapa durante la cual algunos miembros de UCIRI viajaron a Holanda para reunirse con los sectores involucrados con el café en Holanda para determinar de que manera podían ayudar a este grupo de pequeños productores oaxaqueños de café y el resultado fue la creación del primer sello de calidad que identifica al Comercio Justo en los Mercados internacionales, el sello de calidad Max Havelaar.

El sello de calidad o label es la opción que tomó Nico Roozen con apoyo de la organización Solidaridad para aumentar el volumen de ventas del café de UCIRI, pero esta organización de campesinos oaxaqueños de hecho ya había vendido al menos un año café en Holanda, gracias también a Solidaridad a través del circuito del Comercio Alternativo. Sin embargo la aportación de UCIRI junto con Nico Roozen al Movimiento para el Comercio Justo consiste en que el café, en este caso, se vende certificando la limpieza del café de marcas ya conocidas en el mercado convencional y hoy a este tipo de sellos o labels se les conoce como Comercio Justo, pero debe distinguirse entre este novedoso sistema de ventas conocido como comercio justo, que es solo una parte del Universo del Movimiento para el Comercio Justo que aún puede adoptar nuevas formas de apoyo para los pequeños productores de los países en desarrollo. Además debe señalarse que la idea que las organizaciones como Solidaridad quieren aplicar en los mercados internacionales no solo se trata de vender más sino, sobretodo, el cambio en los patrones de consumo de las sociedades actuales hacia un tipo de consumo con responsabilidad.

De esta forma lo expresa Nico Roozen:” Si queremos lograr cambios en el Tercer Mundo, tendremos que analizar también nuestra propia sociedad, así como nuestras posturas políticas y la organización de la economía. Cabe preguntarse si nuestra conducta encierra parte de la solución o constituye el problema mismo.”²⁵

Con la creación de este primer sello de calidad una vez mas el Movimiento para el Comercio Justo dio un paso mas en su consolidación y significo una nueva etapa que al igual que las TIENDAS pronto fue imitada en Europa y en todo el mundo, lo que se reseña en el siguiente apartado.

²³ Jorge Alberto Lozoya. **Alternativas para un nuevo orden internacional**. UNITAR/CEESTEM. México, 1979. 162 pp.

²⁴ Franz VanderHoff y Nico Roozen; op cit. pag. 85

²⁵ Idem pag. 81

3.- PROYECTOS SUSTENTABLES EN MÉXICO PARA LOS MERCADOS JUSTOS INTERNACIONALES.

La relación de México con el Movimiento para el Comercio Justo ha sido, desde el nacimiento del mismo, de una participación significativa.

Tradicionalmente, México ha participado en el movimiento global que nos ocupa desde la posición de país subdesarrollado y compartiendo los intereses enarbolados por diversos países que conformaron bloques pertenecientes al Hemisferio Sur. Ha participado en foros internacionales como la ONU, UNCTAD o en su momento en el GATT, apoyando las propuestas y la posición del bloque de países que luchaban por una relación norte-sur justa y equitativa con principios políticos y económicos de reivindicación de sus derechos de participación en el desarrollo económico y por ende comercial del planeta.⁴⁹

México se opuso, en su momento, a la pretensión de los bloques de países del Norte de integrar a sus esferas de influencia a los países en vías de desarrollo, como sucedió en la década de los 60's con el bloque capitalista y el socialista. Su participación dentro del grupo de los 77 o bien la Carta de Deberes y Derechos Económicos de los Estados, así como la Conferencia NORTE-SUR realizada en Cancún, Quintana Roo son ejemplos de la participación de México en el incipiente movimiento para el comercio justo.

Sin embargo, los ejemplos mencionados, si bien los podríamos llamar de participación de México en lo que entendemos como el Movimiento para el Comercio Justo, éstos se dieron dentro de un contexto internacional en que los países subdesarrollados, básicamente del Hemisferio Sur, comenzaron a incluir, conjuntamente, dentro de sus demandas en los foros internacionales la reivindicación de su derecho a recibir un trato equitativo en sus relaciones comerciales con los países desarrollados, también llamados del primer mundo, en la que éstos, como en otros aspectos, han impuesto las reglas del juego, relegando a las economías de los países en vías de desarrollo, en cierta etapa de la historia, al papel de simples productores de materias primas, lo que ha excluido, en un alto porcentaje, a estos países de los beneficios del crecimiento del comercio mundial, considerado por algunos teóricos como motor de desarrollo económico.

De tal suerte que el contexto internacional antes descrito permitió a México entrar de facto en el movimiento para el comercio justo, quizás sin proponérselo, ya que la política exterior, de los gobiernos mexicanos que se sucedieron en la etapa señalada, si bien defendía intereses legítimos como nación y como miembro del conjunto de países que recibían escasos beneficios de la gran actividad comercial internacional, lo cierto es que los hechos han demostrado que la activa militancia del gobierno mexicano sólo duró un tiempo determinado, quizás el mismo tiempo que el

contexto internacional lo permitió, terminando así también de esta manera la efímera participación del gobierno mexicano en el movimiento para el comercio justo.

Pero definitivamente la participación y contribución más importante de México al movimiento para el comercio justo no podía provenir de ámbitos oficiales, como hemos visto, el cual se encuentra entregado al irrestricto mandato dictado por la alianza del capital nacional con el capital extranjero, constituido por bancos, empresas transnacionales e inversión extranjera directa, sino que tenía que provenir precisamente de la población marginada por los modelos económicos adoptados por la alianza gobierno-capital privado.

Ésta tiene sus bases y fundamento para pertenecer al movimiento para el comercio justo en su propia marginación, su pobreza, la explotación de que eran víctimas por los caciques locales y coyotes. Es la organización agrícola oaxaqueña Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, conocida por las siglas UCIRI, la que sin ayuda ni representación oficial alguna, ha aportado la más grande contribución al movimiento para el comercio justo, cuando funda, en 1988, junto con la organización intereclesial y de cooperación al fomento para el desarrollo Holandesa SOLIDARIDAD, el primer sello de calidad del Comercio Justo, Max Havelaar.

Algunos detalles sobre la creación del sello de calidad del comercio justo, Max Havelaar, ya fueron presentados en este trabajo, en el apartado correspondiente a los sellos del comercio justo, ahora toca el turno de presentar el resultado de la investigación que realicé para determinar que ventajas y beneficios ha recibido una organización cafetalera mexicana, en este caso UCIRI, de sus vínculos con el Movimiento para el Comercio Justo, pero especialmente de sus vínculos con el sello de calidad Max Havelaar.

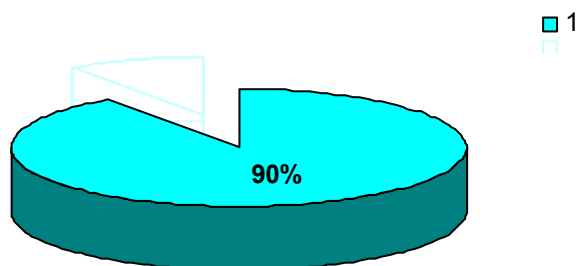
También presento en este trabajo, otra organización cafetalera mexicana, además de UCIRI. Es el caso de la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional TOSEPAN TITATANISKE, del Municipio de Cuetzalan, Puebla, con lo que pretendo establecer un caso actual de un grupo de pequeños productores cafetaleros mexicanos que se encuentran en proceso de transformación a un tipo de producción sustentable de su café que les permita participar en los mercados justos internacionales.

De tal manera que estas dos organizaciones nos sirvan para representar mínimamente a los pequeños productores de café mexicanos, que conforman el 90% de los productores cafetaleros mexicanos y establecer, sin pretensiones concluyentes, los elementos con que cuentan para integrarse al circuito del COMERCIO JUSTO MUNDIAL, o bien los factores que impiden, en todo caso dicha integración, que les permita mantenerse en la actividad productiva de cultivo de café,

⁴⁹ Luis de Pablo.- México: **Política exterior para un nuevo orden económico internacional.**- en Nueva Política, volumen 1, número 4, octubre-marzo 1977.

que representa para ellos la forma de conseguir una remuneración, que no consiguen con su tradicional producción de otros básicos de autoconsumo.

460000 CAFETALEROS MEXICANOS



90% son pequeños productores con menos de 5 hectáreas

FUENTE: Fernando Celis Callejas, ¿Hay crisis en la caficultura mexicana?; en La Jornada, 22 de febrero de 2003, pag. 21.

Ahora bien, para entrar en materia resulta imprescindible señalar algunos rasgos de la caficultura mexicana que nos permitan abordar el objetivo de este capítulo de la investigación, a saber: lo que representa la práctica del comercio justo para estas dos organizaciones de pequeños productores mexicanos de café y a partir de estos ejemplos aventurar una opinión temeraria respecto a las posibilidades que tienen los pequeños cafetaleros mexicanos de integrarse en el circuito del COMERCIO JUSTO que les permita vivir con dignidad de su actividad productiva.

3.1 LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ EN MÉXICO. SUS CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES.

Las regiones cafetaleras se concentran en cuatro zonas: las vertientes del Golfo de México y del Océano Pacífico, la zona Centro-Norte y la del Soconusco en Chiapas, en el sureste mexicano, que en conjunto abarcan 398 municipios en los 12 estados productores que observamos en el CUADRO 1, el cual nos permite darnos cuenta de cuáles son los lugares que tradicionalmente ocupan los Estados por volumen de producción.

CUADRO 1
PRODUCCIÓN POR ESTADO Y CICLO

ESTADO	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-2000
	MILES DE SACOS DE 60 KGS.				
CHIAPAS	1,449.08	1,742.60	1,573.39	1,551.18	2,152.30
VERACRUZ	1,571.70	1,173.73	1,392.38	1,333.96	1,561.20
OAXACA	764.34	736.41	490.22	624.75	810.16
PUEBLA	905.69	809.93	820.25	758.40	920.68
GUERRERO	223.87	231.02	202.75	198.18	211.24
HIDALGO	170.98	190.21	154.85	119.65	279.87
S.L.P.	81.00	74.91	46.27	43.68	120.58
NAYARIT	100.34	109.53	90.87	92.29	99.84
JALISCO	8.47	9.38	7.67	6.76	14.91
TABASCO	7.28	7.22	6.59	5.85	6.01
COLIMA	15.52	13.59	14.05	14.37	15.24
QUERETARO	1.75	1.37	1.63	0.93	0.94
TOTAL	5,300.02	5,099.90	4,800.92	4,750.00	6,192.97

FUENTE: CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ.

Este cuadro también nos permite conocer una importante característica más de la cafecultura mexicana, las variaciones del volumen total de producción del país en cinco ciclos que corresponden a las cosechas de los años de 1996 al 2000, los cuales varían en función de diversas circunstancias como pueden ser los cambios climáticos o bien las condiciones del mercado internacional, el cual incide fuertemente en la cafecultura mundial, lo que se intentará explicar en la presente parte de la investigación.

Para continuar con las características principales de la producción de café en México es imprescindible señalar algunos de los antecedentes históricos que más han influido en la conformación de la actual problemática de la rama agrícola productiva que nos ocupa.

Podemos remontarnos hasta el año de 1790 en el cual el café llegó a México. La primera especie introducida fue la arábica que continúa siendo la principal producida actualmente. Mariano García

señala¹ que es hasta poco después del año 1820 que se tienen noticias del cultivo del arbusto en la zona del Soconusco, siendo éste cultivado originalmente por muchos finqueros, que hasta la Reforma agraria Cardenista en los años de 1940, se mantuvo como de plantación.²

Estas plantaciones tuvieron su origen en las grandes extensiones de tierras que fueron prácticamente regalados a extranjeros bajo la política de inversión extranjera del régimen de Porfirio Díaz. Estos terrenos se declaraban como abandonados y por ese motivo muchos campesinos se quedaron sin tierras. Los extranjeros despojaban a los indígenas de sus tierras que les correspondían por herencia.

Situemos el caso de Chiapas, en el cual la colonización del estado por las compañías transnacionales resultó en la apropiación de más de tres millones de hectáreas, lo cual representaba más del 40% de su territorio total³.

Al quedarse sin tierras estos campesinos no pudieron más que supeditarse a los nuevos finqueros y servirles como cosecheros del café.

Durante el periodo Cardenista, con la expropiación de propiedades Cafetaleras para fines de reparto agrario, se sentaron las bases materiales para la cafecultura del sector social: para 1940, aproximadamente la mitad de las propiedades cafetaleras se habían convertido en poco más de 100 ejidos.

Con la ideología socialista de Cárdenas se les empezó a dar reconocimiento a los campesinos de sus territorios, así como de sus derechos como peones y en Veracruz aparecieron pequeñas huertas domésticas cafetaleras. El régimen Cardenista con su reforma empieza a repartir las tierras a quienes les correspondía por derecho. Posterior a la etapa cardenista, y de alguna forma a consecuencia de ésta, se puede hablar de un auge en la cafecultura mexicana.

Esto indica un auge, pero también algunos problemas estructurales: el número de cafetaleros creció mucho más rápido que la superficie con huertas, y la productividad creció lentamente. Gran parte de la expansión es sobre tierras marginales y en dos décadas el rendimiento apenas se incrementa un 15 por ciento.

El paisaje cafetalero nacional cambió radicalmente de las décadas de 1970 a la de 1990, debido al propicio contexto mundial, las favorables políticas públicas y la participación del Inmecafé, que

¹ En <http://www.tapachula.podernet.com.mx/histo.htm>

² Vela Arqueles, **El café de nadie; un crimen provisional . . . Novelas.**, Jalapa, Veracruz: Horizonte, 1926-Ediciones de Horizonte, 15 noviembre- 1926, 93 pags. p. 14.

intensificó su presencia rural. La superficie cultivada creció alrededor de un 60 por ciento, las cosechas cerca del 75 por ciento y el número de productores se duplicó.⁴

Durante el periodo de amplia participación estatal en el sector, los pequeños cafeticultores fueron los grupos a los que Inmecafé destino todos sus apoyos en insumos, financiamiento (anticipo a cuenta de cosechas), material de propagación, acopio, beneficiado y comercialización del café. La importancia del Instituto en este sentido puede entenderse al observar que amplió su red de centros de recepción de 17, antes del ciclo 1971-72, a 48 en ese ciclo, para llegar a 63 en el ciclo 1972-73, como consecuencia de esta mayor penetración, y pasó de 265.5 mil quintales en 1970-71, hasta casi un millón de quintales en 1972-73. Esto es lo que entendemos en la presente investigación como el sector social de la cafecultura mexicana.

En 1977 el Inmecafé controlaba al 75.7% de los productores, pero únicamente el 35% de la superficie cafetalera, lo cual muestra como la penetración del Inmecafé es mas importante en el ámbito social y político, que en la competencia real y efectiva en el campo económico, con el sector privado.

Junto a lo anterior, durante los años 80's, en un contexto de crisis económica en todo el país (debido a la deuda externa y la caída de los precios del petróleo), el Estado empezó a disminuir su participación en la economía y a privatizar importantes instituciones públicas, lo que pocos años después alcanzaría al Instituto.

De esta manera, a partir de 1982 el Inmecafé empezó a reducir su nivel de participación en las actividades cafetaleras en la región, disminuyendo principalmente sus compras de café y sus créditos a los pequeños cafeticultores.

Para el año 1989-1990 se decretó la disolución del Instituto, lo que trajo como uno de los principales problemas el traspaso de las instalaciones del Inmecafé al sector social cafetalero.

En este punto me parece conveniente abordar ciertos aspectos de la problemática actual de los pequeños productores en la cafecultura nacional ya que la disolución del Inmecafé marca el fin del auge de la actividad productiva de los pequeños productores cafetaleros que no estaban preparados para enfrentar las disposiciones del mercado internacional que rige también las condiciones internas de producción del grano.

³ Arramovic, Dragoslav., *El problema del café*, abril 8 de 1958. Washington: Economic Development Institute, Banco Mundial, 1960.

⁴ Villafuerte Solís Daniel, coordinador. "El café en la frontera sur: la producción y los productores del Soconusco.", Instituto Chiapaneco de Cultura. 1993 p. 25.

Me parece conveniente abordar la problemática actual de los pequeños productores cafetaleros describiendo los factores económicos internos o propios de la cafecultura nacional, que más inciden en su actividad productiva, me refiero, desde luego, al rendimiento, organización, extensión o área de cultivo, financiamiento y calidad.

Así mismo al presentar las características que más nos interesan para los fines de esta investigación se podrá ilustrar, minimamente y sin pretensiones de abarcar el universo total de pequeños productores, si la manera y condiciones de cultivar el café de los campesinos coinciden con los requisitos establecidos por las organizaciones internacionales de COMERCIO JUSTO para comercializar su producto en el circuito mundial de mercados justos o bien cuáles son los factores que impiden, al menos a ciertas organizaciones de pequeños productores del grano integrarse a dichos mercados. Por tanto pasemos al apartado de los pequeños productores.

3.2 CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE PRODUCCIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES.

A partir de la década de los setenta, de altos precios del aromático, se da un auge de la cafecultura nacional apoyada por el gobierno.

La mayoría de los pequeños productores de café se incorporan a esta actividad durante el periodo de 1973 a 1989. Influye para ello sin duda la promoción estatal a través de Inmecafe y el alza de los precios internacionales en el ciclo 76-77 y luego en el ciclo 85-86, influye también la crisis que se presenta en otros cultivos y otros factores.

Las organizaciones nacionales como UGOCEP, UGOCEM, UNTA, COCUC, CAM, CCI y otras permitía de alguna manera tener alguna clientela en las regiones cafetaleras, incluso la CNOC también es el periodo en que más incrementa sus afiliados.

Sí existen 270,000 pequeños productores en 1992, cerca de un 45% o sea de 120,000 productores no participan en organizaciones más amplias, o se mueven, para recursos del Estado, en los ámbitos del Instituto Nacional Indigenista, INI, como son los fondos regionales y cajas solidarias; cabe señalar que los que participan en la CNC se mueven en torno a recursos de Alianza para el Campo, en la CNOC una mayoría se liga también en actividades de acopio y comercialización.

En términos organizativos en los últimos 25 años a partir de la expansión del INMECAFE durante casi el 90% de los años lo dominante es la relación por la cual los promotores de Inmecafé o INI van a las comunidades cafetaleras a organizar a los productores para que reciban un pequeño

crédito a cuenta de café, un crédito a la palabra, el apoyo directo en 1994 o el crédito en dólares en el 1995.

También tenemos, como hemos visto, que un porcentaje muy alto de productores mexicanos de café cuenta con una extensión de tierra de cultivo muy pequeña, lo que ocasiona que su producción sea muy poca, lo que significa, entre otras cosas, ingresos muy bajos como resultado de su cosecha de café.

Desde la perspectiva del pequeño productor en México, el café es un cultivo de naturaleza paradójica, porque simultáneamente constituye tanto una fuente de riqueza como de miseria.

Como señala Lourdes Rudiño.

“Si bien el reparto de tierras, concretado durante la reforma Cardenista, benefició a muchos campesinos, podemos ver que actualmente de los 283, 000 productores de café que hay en México, 200, 000 tienen parcelas cuya extensión es menor a dos hectáreas.”⁵ Entonces el hecho de haber conseguido su pedazo de tierra para el cultivo del café no significaba que traería consigo una prosperidad. Podemos constatar que existen 378 municipios productores de café de alta marginalidad.⁶

Otro factor que afecta negativamente la actividad de los pequeños productores cafetaleros es el rendimiento medio del café, que en México es de los más bajos del mundo, debido en buena parte a la edad de los cafetos. Una gran cantidad de plantas rebasa los 15 años, superando la etapa más productiva. Durante los últimos años ha aumentado la producción cafetalera en México, lo que no se debe a incrementos en la productividad, que sería lo más deseable, sino al aumento de la superficie dedicada a este cultivo.

Debemos tomar en cuenta que 91.77% de los cafeticultores mexicanos tienen menos de 5 hectáreas de cafetal, normalmente con poco o ningún apoyo económico ni técnico, por lo que México tiene uno de los niveles de productividad más bajo: una media de 10 Quintales por hectárea entre 1980 y 1990, y 9.6 Quintales en 1996/97, en comparación con los 34 Quintales de Costa Rica, uno de los países con más alta productividad en el mundo.

La calidad del producto es un factor más que incide fuerte y negativamente en la forma de producción de los pequeños productores de café, así como también en casi el resto de productores cafetaleros nacionales.

⁵ Rudiño Lourdes, “**Recesión en comunidades campesinas.**”, Instituto de Inv. Económicas, México 1992.

La calidad en la producción del café debe vigilarse y tiene que ver con todo el proceso de producción del aromático, desde su cultivo, que es la parte que más propiamente tiene que ver con los pequeños productores, hasta la selección y beneficiado del grano y su ulterior y gradual enriquecimiento que le dan la cualidad de producto de calidad.

En el ensayo titulado SOMBRA Y ALGO MAS, Hacia un café sustentable mexicano; se señala: "..., en los setenta y ochenta el grano aromático devino en cultivo de refugio para muchos campesinos quienes, alentados por el Instituto Mexicano del Café, establecieron huertas en zonas marginales sin altura conveniente ni suelos adecuados".⁷

El café mexicano se vende en el mercado internacional como "otros suaves", y "ALTURA", pero debido a que ni el Estado en los tiempos del INMECAFÉ, ni los exportadores privados apostaron a la calidad, los productores no tenían estímulos para cosechar un buen aromático, las consecuencias son castigos en el precio de hasta 30% sobre cotizaciones de la bolsa.

La falta de calidad en la producción de los pequeños productores es un factor de peso en la cafecultura mexicana, si consideramos que el café es un producto primordialmente de exportación

Los pequeños productores enfrentan también la falta de financiamiento, que se ha convertido en un problema mas generalizado que la cartera vencida, aunque tienen acceso a distintos programas de apoyo al campo, tales como los que distintos sexenios les ponen nombres raros, Progresá, Alianza para el campo o Pronasol, obtienen montos tan pequeños que resultan insuficientes para darle un manejo adecuado a sus parcelas.

La comercialización de su producción es otro factor que incide fuertemente en detrimento de la actividad de los campesinos. Como señala Roberto Giezemann, Director General del CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ, "El productor participa únicamente en el 6% de la cadena productiva convirtiéndolo en simple proveedor."⁸

En este sentido cabe mencionar el papel de los intermediarios, quienes se encargan de llevar el café de los pequeños productores al mercado internacional. Puesto que los campesinos no cuentan con los medios necesarios para transportar su cultivo a los grandes mercados se ven obligados a recurrir a estos intermediarios, quienes por lo general, compran el café a un bajo precio y lo revenden a uno significativamente superior.

⁶ Fernando, Hijas Sánchez. "Retos, mitos y hazañas del café." Universidad Autónoma de Chapingo, México 1993.

⁷ Bartra, Armando y otros. **SOMBRA Y ALGO MÁS, Hacia un café sustentable mexicano.** pag. 17. Instituto de Estudios para el Desarrollo Rural Maya. A.C. 1ª Edición. 2003 62pp.

⁸ Roberto Giezemann, Director General del CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ. Entrevista en el programa de radio TIEMPO DE NEGOCIOS con Dario Selis en STERO CIEN, julio de 2003.

Las redes de comercialización van más allá de la simple relación comercial, pues implican el ir de pequeñas localidades muy rurales, dependientes, de difícil acceso, a localidades mayores, que dependen a su vez de las semiurbanas, que son el paso a las urbanas y de ahí al mercado internacional. Se trata de una verdadera red de dependencia con comunidades centrales que no sólo acaparan y benefician el café sino también influyen en la vida económica de la región.

Cuando el productor vende su grano localmente, es posible observar que existe una gran diferencia en la ganancia que recibe dependiendo del grado de procesamiento que haya dado al aromático.

Como ejemplo de la diferencia de precios, en relación al valor agregado que contiene la producción en el momento de la venta en México, baste señalar que para 1999 el precio al productor por kilo de café cereza, únicamente cosechado sin ningún valor agregado por algún procedimiento, varió entre \$1.50 y \$3.0 pesos para la cosecha 1998/99, mientras que el café con cierto grado de procesamiento, como lo es el beneficio de despulpado y secado y seleccionado, conocido como café oro, alcanzó un precio de \$14.00 pesos por Kilo durante el mismo periodo.

En conclusión tenemos hoy una realidad desoladora de la situación económica y social de los pequeños productores cafetaleros mexicanos, que hoy mismo ya han abandonado y siguen abandonando este cultivo tan importante, que representa su principal actividad productiva, la cuál, como hemos visto, ha sido tradicionalmente fuente de riqueza y de miseria pero que hoy se ha acabado debido a factores de diversa índole, entre otros corrupción de funcionarios gubernamentales, abusos a los productores por coyotes, caciques y prácticas de cultivo nefastas para el grano y para su introducción al mercado.

A pesar de este panorama insoslayable, actualmente se propaga en México, y en el mundo, diversos esfuerzos para que los pequeños productores recuperen, en algunos casos, y continúen, en otros, con su actividad económica. Entre estos esfuerzos podemos mencionar la introducción del cuidado del café con técnicas como la sombra, que ciertas organizaciones están llevando a cabo, o bien otras técnicas dirigidas a mejorar la calidad de la producción, es el caso del Estado de Veracruz.

En esta investigación nos enfocaremos a los esfuerzos por llevar a cabo un proyecto que tiene que ver más con que con la técnica tiene que ver con una conversión integral, desde el cultivo hasta la comercialización, respetando y cuidando el medio ambiente, así como a los propios productores. Se trata del proyecto de producción sustentable que principalmente han adoptado productores de Chiapas y Oaxaca, que veremos después del apartado Contexto Internacional de la crisis del café.

3.3 EL CONTEXTO MUNDIAL DE LA CRISIS DEL CAFÉ.

La crisis que el sector cafetalero ha sufrido en los últimos años revela la dinámica del proceso económico mundial, el cual, entregado al irrestricto papel del mercado ha desbordado, aparentemente, las posibilidades de la humanidad por controlar una dinámica generada en principio para beneficio de todos los hombres.

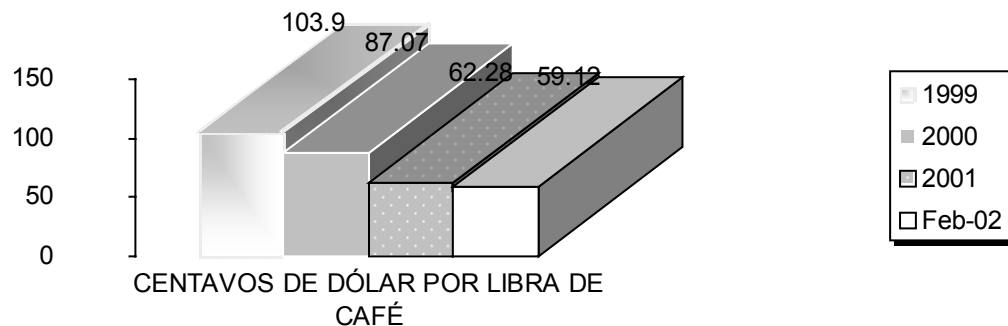
Desde finales de la última década del Siglo XX se ha generalizado una crisis en el sector cafetalero iniciada principalmente por el derrumbe constante de los precios del café; sin embargo, la causa de la crisis es el resultado de un largo proceso económico.

Creyendo que en el marco de un mercado libre y sin las regulaciones de antaño, la venta mundial de café resultaría beneficiada, a finales de la década de 1980 y a principios de la de 1990 los productores internacionales de café deciden abandonar el PACTO MUNDIAL del Grano, que regulaba la producción y comercialización del café en el ámbito mundial.

Gracias a la intervención decisiva de los Estados Unidos, en Londres, en julio de 1989 se pone fin al Pacto Internacional del café, los productores mundiales decidieron integrarse al mercado cafetalero sin regulaciones de ningún tipo.

No obstante haber tomado esta determinación, la Organización Internacional del Café (OIC) intentó repetidas veces evitar el desplome en los precios del café con medidas conocidas como “retenciones”, las cuales son el resultado de un acuerdo entre los países productores que limita el monto de la producción y la comercialización de café en el mercado mundial. Sin embargo, a finales de la década de los noventa pocos eran los países que en verdad lograban controlar de manera efectiva su producción interna y el exceso de oferta en el mercado cafetalero mundial provocó una caída vertiginosa y constante de los precios del café. Como podemos apreciar en el siguiente cuadro, entre 1999 y el año 2001 la caída ha sido tan marcada que la situación es de crisis mundial en el sector productivo de todos los países dedicados al comercio mundial del café.

**PRECIOS DE CAFÉ. ESPECIE ARÁBIGA, OTROS SUAVES.
Promedio de Nueva York y Hamburgo**



FUENTE: ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ.

Varias son las causas que explican el desplome de los precios internacionales del café. Por un lado, los diversos países productores de café a escala mundial no consideraron que, al abandonar el marco regulatorio convenido en el Pacto Mundial del Grano y las regulaciones de la OIC, quedaban tanto a merced de los mecanismos autoregulatorios del mercado mundial como a los de la especulación financiera con los precios del grano en los grandes centros bursátiles del orbe. Así, sin regulación la producción desbordó las capacidades del mercado mundial, sin duda jugó un papel en la precipitación de la actual caída, pero además de las fluctuaciones cíclicas, el mercado del café ha sufrido cambios estructurales importantes en años recientes. Particularmente los productores con bajos costos de Brasil y Vietnam han incrementado la producción a pasos agigantados.

El despegue de Vietnam ha sido el más espectacular. En 1990 el país producía solamente 1.4 millones de sacos de 60 kilogramos de café verde; en el 2000, la producción había crecido a 14.8 millones de sacos. Desde entonces, la producción ha decrecido considerablemente, cayendo a 12.3 millones de sacos en el 2001 y a tan solo 8.7 millones en el 2002.

Brasil, De 1990 a 1994, la producción anual de Brasil osciló entre 25 y 30 millones de sacos, y entre 1998 y el 2001, siguiendo algunos años de estancamiento a mediados de la década, la producción saltó al rango de los 30 a 35 millones de sacos. En el 2002 la producción se disparó a 50 millones de sacos.

A mayor oferta se generó el fenómeno de caída de los precios del grano. Por el otro, se descuidó el hecho de que el café se enfrenta, en el ámbito económico a un número variado de sustitutos⁹ que están al alcance de los demandantes de este bien por lo que rápidamente puede quedar en un

segundo plano en lo tocante al nivel de ventas mundiales. Finalmente, destaca el hecho de que el café no es un bien de consumo básico.

Así pues, en general, la crisis internacional del café se debe a una serie de factores asociados al comportamiento del mercado y a la falta de cohesión y cooperación entre los países productores. Sin políticas ni criterios estandarizados ni mecanismos que regulen tanto la producción como la dinámica del mercado internacional, los productores de café estarán siempre en una serie de incertidumbres.

3.4 La situación de la cafecultura nacional en el marco de la crisis internacional del café.

En los últimos dos años la crisis internacional de los precios del café se intensificó de manera alarmante; en México, como en otros países en los que la producción del café representa una fuente de ingresos para miles de familias, (véase cuadro 2), las consecuencias de la crisis han sido devastadoras pues han desvirtuado el sentido de la actividad productiva y han asfixiado la vida de aquellos que dependen del café, sobre todo los pequeños productores.

CUADRO 2

ALGUNOS DATOS EN 1992 DE LOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN MÉXICO.

<p>EN MÉXICO EL NUMERO DE PRODUCTORES EN EL PAÍS SE ESTIMABA EN 282 MIL SEGÚN EL CENSO DE CAFETALERO DE 1992. 80 POR CIENTO SON PEQUEÑOS PROPIETARIOS Y EJIDATARIOS (SUS PARCELAS NO SUPERAN LAS TRES HECTÁREAS), EN SU MAYORÍA INDÍGENA.</p>	<p>COMUNIDADES CAFETALERAS : 4 MIL 557. SUPERFICIE CULTIVADA: 761 MIL HECTÁREAS. ESTADOS PRODUCTORES 12 (SAN LUIS POTOSÍ, QUERÉTARO, HIDALGO, VERACRUZ, PUEBLA, TABASCO, CHIAPAS, OAXACA, GUERRERO, COLIMA, JALISCO Y NAYARIT).</p>
---	---

FUENTE: CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ, FERNANDO CELIS/CNOC

Para analizar este impacto es necesario estudiar someramente el contexto actual de la crisis internacional del comercio del café a partir del fin del Pacto Internacional del Café en 1989. En primer lugar resulta relevante el papel que ha jugado la Organización Internacional del Café (OIC). Ésta tenía acuerdos que regulaban los precios a través de un sistema de cuotas, controlaba la cantidad de café que entraba al mercado internacional, siendo equitativa para todos los países, así podía establecer un precio mas alto a nivel internacional. La desaparición de los sistemas de cuotas trajo consigo, en julio de 1989, con el fin del Pacto Internacional del café, una falta de regulación y por lo tanto existía una entrada desmesurada del café al mercado, ocasionando una oferta excesiva de este aromático, reduciendo su precio de manera dramática y perjudicando a los productores de café.

⁹ las bebidas gaseosas por ejemplo

México, que ha sido un país tradicionalmente productor de café, cuya producción del aromático alcanzó en la década de los ochenta el quinto lugar mundial como productor, ha sufrido un fuerte impacto en su actividad exportadora del aromático como consecuencia del contexto internacional de crisis de los precios del café. Para tener un panorama mas amplio de las consecuencias de las que hablamos, debemos revisar las cifras del organismo oficial que se ocupa del grano en cuestión, el CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ.

De 1982 a 1998 la cafecultura mexicana ha experimentado una serie de crisis recurrentes conjuntándose las fuertes variaciones de los precios internacionales, con la crisis económica interna.

Durante los últimos 16 años la cafecultura mexicana se ha movido en un marco de inestabilidad económica, con escasez de crédito y costo financiero muy alto, además de un creciente retiro de apoyos fiscales para el fomento productivo o para infraestructura.

Según datos del Consejo Mexicano del Café las cifras del Cuadro 3 son las oficiales para los periodos de 1990 a 2000.

**CUADRO 3
PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN**

PERIODO	SUPERFICIE COSECHADA (Hectáreas)	VOLUMEN PRODUCIDO (Miles de sacos de 60 Kg.)	VOLUMEN EXPORTADO (Miles de sacos de 60 Kg.)	VALOR DE LAS EXPORTACIONES (Miles de dólares)
1989-90	560,217	5,150	4,359	422,954
1990-91	558,415	4,586	3,506	384,545
1991-92	558,500	5,159	3,119	266,030
1992-93	559,891	4,421	3,061	271,585
1993-94	592,565	4,116	3,150	437,200
1994-95	615,516	4,159	3,257	678,043
1995-96	683,166	5,300	4,579	663,843
1996-97	690,077	5,100	4,381	858,364
1997-98	700,087	4,801	3,882	770,731
1998-99	713,095	4,750	4,085	550,821
1999-2000	713,095	6,193	5,138	668,979

FUENTE: CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ.

Dentro de este periodo encontramos variaciones en el volumen de exportaciones destacando por bajos los años 1993, 94 y 95, así como la tendencia al aumento para el año 2000, con más de 5 millones de sacos exportados. Pero principalmente destaca el bajo valor de las exportaciones en el periodo 1999-2000 a pesar de que el volumen de sacos exportados fue mayor, debido a la crisis de los precios internacionales del café.

En el mismo sentido podemos corroborar las cifras anteriores en el siguiente cuadro

CUADRO 4
COMPARATIVO DE EXPORACIONES

EXPORTACIONES DE CAFÉ COMPARATIVO POR CICLOS CAFETALEROS 1999/2000 - 2000/2001 - 2001/2002						
MES	1999/2000		2000/2001		2001/2002	
	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR
	SACOS DE 60 KG.	MILES Us/Dls	SACOS DE 60 KG.	MILES Us/Dls	SACOS DE 60 KG.	MILES Us/Dls
OCTUBRE	158,814	19,448	242,948	20,770	143,352	12,139
NOVIEMBRE	208,728	27,136	308,139	25,921	115,787	10,661
DICIEMBRE	361,961	53,105	318,304	26,928	383,320	29,135
ENERO	718,682	105,814	484,881	38,664	427,064	35,017
FEBRERO	740,606	101,711	354,972	30,357		
MARZO	751,166	100,106	465,402	43,421		
ABRIL	583,811	76,200	353,482	30,797		
MAYO	480,407	60,592	278,245	26,226		
JUNIO	392,686	46,670	287,940	26,192		
JULIO	268,131	31,447	241,605	21,074		
AGOSTO	288,215	30,055	171,596	15,159		
SEPTIEMBRE	184,695	16,696	114,205	11,077		
TOTALES	5,137,902	668,979	3,621,719	316,587	1,069,523	86,952

FUENTE: CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ.

El ciclo 2000-2001 muestra una baja dramática en el volumen de las exportaciones, que fueron de 3 millones 621 mil 719 sacos de 60 KG., en comparación con el ciclo anterior, 1999-2000, que fueron de 5 millones 137 mil 902 sacos de 60 KG. En cuanto al periodo de octubre a enero del ciclo 2001-2002 las cifras no varían mucho con respecto al mismo periodo del ciclo anterior. Todo consecuencia del contexto internacional de crisis de precios del aromático.

Abundemos sobre el impacto que ha causado el contexto internacional de crisis de precios del café en las exportaciones del aromático mexicano revisando la opinión de un experto, Fernando Celis Callejas de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras, CNOOC, quien compila algunos datos actuales relevantes para analizar la crisis cafetalera nacional.¹⁰

“Según el censo realizado en 2002, participan en esta rama agrícola 460 mil productores.

Los cafeticultores reciben por quintal de café pergamino de 350 a 450 pesos, cuando es necesario 900 pesos por quintal para recuperar los gastos realizados.

La cosecha de este año, cosecha 2002-2003 se ha reducido 38 por ciento en relación con la cosecha 1999-2000. 5 millones de quintales ahora contra los 8 millones de la cosecha 1999-2000.

¹⁰ Fernando Celis Callejas, ¿Hay crisis en la caficultura mexicana?; en La Jornada, 22 de febrero de 2003, pag. 21.

esta disminución se debe a la fuerte caída de los precios internacionales en los tres periodos pasados.

En condiciones normales los productores recibían, a precios actuales, 6.5 mil millones de pesos, en la actual cosecha recibirán alrededor de 2 mil millones de pesos.

Las exportaciones se han desplomado.

En la cosecha actual se han exportado entre octubre y diciembre 318 mil 537 sacos de 60 kilos, contra 567 mil 297 en el mismo periodo del ciclo anterior, que comparados contra el ciclo 1999-2000 son casi 70 por ciento menos. Si en años anteriores se obtenían por las exportaciones de 600 a 700 millones de dólares, en esta cosecha tal vez no se rebasen 200 millones de dólares.

Por su parte el actual gobierno federal, y los que le antecedieron, prefiere subsidiar a los cafeticultores para recuperar parcialmente sus pérdidas, antes que regular el mercado interno y afectar a las grandes empresas.”

Otro ejemplo de la fuerte incidencia del contexto internacional en la actividad exportadora de la cafecultura nacional, y por ende en el futuro de la actividad de los pequeños productores, es el caso de la composición de los destinos de las exportaciones mexicanas de la producción de café, así como la característica de castigos a la misma debido a la calidad del aromático mexicano y a que las empresas corporativas transnacionales, NESTLE, PHILIS MORRIS, (JACOBS SUCHARD, GENERAL FOOD Y KRAFT), PROCTER AND GAMBLE, (FORGES), y SARA LEE, (DOUWE EGBERTS), han acaparado la producción del grano a través de la cadena de comercialización y de la asociación con empresas de exportación nacionales y con el gobierno mexicano. Veamos:

En relación al destino y composición de las exportaciones, en los ciclos anteriores a 1999-2000, éstas siguen concentrándose en más de un 80% principalmente a los E.U.

La gran mayoría de las exportaciones son de café verde, de menor precio en el mercado, siendo de un 94.6% de las exportaciones totales en el ciclo 98-99, lo restante es de café industrializado como soluble, tostado y extractos.

En cuanto a la calidad se tiene fuertes problemas ya que en el ciclo 98-99 solo 17.4% del café verde exportado, se vendió como altura y el 76% como prima lavado.

CUADRO 5
VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ MEXICANO POR CLASE CICLO 98-99

<i>TIPO</i>	<i>EXPORTACIONES*</i> <i>(Sacos de 60 Kgs.)</i>
VERDE:	
Prima Lavado	2,741,461
Altura	875,624
Desmanche	81,177
Buen Lavado	70,788
Extra Prima Lavado	53,521
Natural	20,502
Lavado	6,807
Maragogype	4,781
Robusta	3,034
INDUSTRIALIZADOS:	
Soluble	217,115
Tostado	14,577
Extracto	2,072
OTROS:	
DESCAFEINADO (Incluidos todos los Tipos y Calidades)	310,544
ORGANICO (Incluidos todos los Tipos y Calidades)	126,223
* Ciclo 1998/1999	

FUENTE: CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ.

En relación a la posición del café mexicano en los mercados internacionales podemos decir que: Para calidades equivalentes, el café Mexicano tiene fuertes castigos, así por ejemplo si el café Colombiano se cotiza de 15 a 20 dólares por arriba del precio de los arábigos lavados en la bolsa del café de Nueva York, los cafés mexicanos se colocan con un diferencial negativo, esto mas que por la calidad se debe a los antecedentes negativos en cuanto a estrategias de comercialización

como país y a que la comercialización del café mexicano al ser manejado en su mayoría por filiales de transnacionales más que exportar café, solo lo transfieren.

Lo anterior tiene sustento en que a partir de la liberación del mercado internacional del café y del retiro del Inmecafé de las actividades de financiamiento, acopio, beneficiado y comercialización los compradores tradicionales, que a su vez habían sido desplazados por INMECAFE, no regresaron. Este espacio es ocupado principalmente por nuevas empresas y las más fuertes son filiales de las transnacionales, NESTLE, PHILIS MORRIS, (JACOBS SUCHARD, GENERAL FOOD Y KRAFT), PROCTER AND GAMBLE, y SARA LEE, (DOUWE EGBERTS).

Muchas empresas exportadoras nacionales e incluso grupos de productores se convierten en proveedores de estas grandes empresas. Por su parte las organizaciones de pequeños productores, comercializan una parte muy pequeña de la cosecha nacional. No llega a 10%, convirtiéndolos en simples proveedores de materia prima, dando lugar a que diversas empresas extranjeras se apropien de las ganancias generadas por la exportación del café mexicano.

Esta relativamente nueva característica, la del control de la comercialización del grano por transnacionales, de la cafecultura nacional, ha dado lugar, aunado a la crisis internacional de precios del aromático, a importaciones innecesarias de café, obligando a las autoridades gubernamentales a implantar diferentes regímenes de importaciones. Veamos el siguiente caso:

En cuanto a las importaciones tenemos que el marco arancelario ha ido variando, conforme a las negociaciones comerciales con diferentes países.

En el año de 1997, según informe de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, se había importado 314,002 sacos de café de 60 kilos de los cuales el 51.89% eran bajo el esquema PITEX, el 26.5% a través de cupos y el 21.7% por otros esquemas.

En relación al PITEX (Programa de Importaciones Temporal) este café importado es para reexportar y no paga arancel de importación ni IVA, una proporción importante es de café tostado, soluble, cafés instantáneos y extractos, según los datos de 1997. Esto desde luego debido al control de la cadena de comercialización por las transnacionales.

Para ejemplificar el férreo control de que hablamos podemos citar el siguiente ejemplo de 1996. La Asociación Nacional de la Industria del café, (ANACAFE), que agrupa a los empresarios de la industria solubilizadora, (Nestle, Sabormex, Café Internacional de Córdoba, Café Marino, Café el Pacífico, Cafés Solubles de Veracruz, General de solubles y otras) y algunos torrefactores que venden café tostado y molido mezclado con azúcar, en asociación con el Consejo Mexicano del Café, convocó, el 20 de junio de 1996 a un grupo de trabajo, entre los que se contaron a las organizaciones de pequeños productores, CMPC y CNOC, para imponer la importación de café verde libre de arancel, en contra de los intereses de los pequeños productores. El gobierno

mexicano, por su parte, apoyó a las empresas y el 28 de diciembre de 1996 decretó la autorización de la importación de café verde libre de aranceles.

En septiembre de 1997 en Davos Suiza el presidente Zedillo se reunió con un grupo de grandes empresas transnacionales, la NESTLE comprometió inversiones en nuevas plantas, entonces pudieron negociar la introducción de café verde, más allá de la posición de la SAGAR que fungía como interlocutor con las organizaciones de pequeños productores.¹¹

Por otra parte las importaciones de café verde, en 1997, procedentes de E.U el arancel era de 20% sobre el valor del producto, del café tostado el 72% y 14% para café instantáneo y preparaciones, los cuales se eliminaron en el año 2003 para el caso de E.U. en el marco del TLC¹².

En relación a las exportaciones mexicanas no existen aranceles para su introducción a E.U., y en el caso de los países de la Unión Europea existía un arancel del 4% que se eliminó en 1998. Otro dato importante es que en el marco del TLC se estableció que las importaciones de café tostado y molido y soluble de los E.U., deben tener un contenido regional del 40%. Esto implica que aunque hay una pequeña producción de E.U. en HAWAI y Puerto Rico de hecho tendría que ser de café mexicano.

Como conclusión del presente apartado, la cafeticultura nacional se caracteriza por una gran polarización entre los grandes y pequeños productores. Los pequeños productores representan el 90 por ciento de las personas dedicadas a esta actividad y laboran en predios de menos de 2 hectáreas, poseen el 35 por ciento de la superficie cafetalera y producen el 46 por ciento del café mexicano. Por el contrario, el 2 por ciento de los grandes productores son dueños de predios de mas de 20 hectáreas, con el 31 por ciento de la superficie y el control del 41 por ciento de la producción.¹³ Como nos señala Fernando Hijas: "En la cafeticultura se encuentran los campesinos mas pobres del país junto con algunos de los mas ricos. Todos compitiendo con el mismo producto y en el mismo mercado".¹⁴

Frente a este panorama, la búsqueda de nuevas estrategias de comercialización ha sido inevitable, porque los productores mexicanos de café, en los que se encuentran más del 90% de pequeños productores, participan, hasta la fecha, tan sólo con un 10% en la cadena de comercialización del aromático, convirtiéndolos en simples proveedores.

¹¹ Celis Callejas, Fernando. **NUEVAS FORMAS DE ASOCIACIONISMO EN LA CAFETICULTURA MEXICANA. EL CASO DE LA CNOC.** Manuscrito sin publicar, Xalapa, Ver. 2000

¹² <http://www.aanld.org> accesado el 21 de octubre de 2003. En el marco del TLC todos los aranceles se eliminaron en enero de 2003.

¹³ Fernando Hijas, *op cit.*

¹⁴ *Ibíd.*

Se reitera que en esta investigación se destaca la situación de los pequeños productores que ven en el cultivo del café una actividad productiva agrícola distinta a su tradicional producción de autoconsumo ya que el café les ha permitido recibir dinero que destinan a sus necesidades más apremiantes.

Quizás resulta conveniente en este punto la siguiente evaluación: La situación tan precaria de los pequeños productores resulta, a estas alturas, muy difícil de sostener debido al modelo de país impuesto por los gobiernos mexicanos a partir del sexenio de Salinas de Gortari, que ha marginado a los pequeños cafetaleros del modelo económico.

En razón de lo anterior ciertos grupos de pequeños cafetaleros han encontrado en la práctica comercial del circuito del comercio alternativo europeo y el comercio justo, una opción de sobrevivencia, como vimos en la primera parte de la investigación y que ahora retomamos en el apartado siguiente.

3.5 El papel de los proyectos de sustentabilidad, llevados a cabo por las comunidades locales productoras de café en México, como estrategia para afrontar la crisis del café.

La producción del café se concentra principalmente en los estados de Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí y Veracruz. En ellos, sin embargo son diferentes las formas de organizar la producción. A lo largo de estas regiones se encuentran desde plantaciones comerciales modernas hasta organizaciones regionales que coordinan la producción de numerosas comunidades o, incluso, fincas cafetaleras del viejo estilo. Todos estos productores se han visto afectados directamente por el desplome en los precios internacionales del café a partir de julio de 1989.

Antes de esta fecha las comunidades mexicanas se veían favorecidas por el apoyo proporcionado por el Instituto Mexicano del Café (Inmecafé) que otorgaba créditos a los pequeños cafecultores, promovía su cultivo y desempeñaba un papel importante para la regulación del café en México.

Sin embargo, tras su desaparición en 1989, dejó sin apoyo a muchos campesinos cuyo ingreso dependía, entera o mayormente, de la producción de este grano. Para ejemplificar esta situación es suficiente con observar que al principio de los ochenta el Inmecafé estaba comprando casi el 50% del café producido en la región del Istmo de Tehuantepec en Oaxaca, pero para 1987-1988 sólo compró cerca de 9% de la producción regional y 9.6% de la producción nacional.

Ante la ausencia del sistema de cuotas y la desaparición de este Instituto se empezó a ofertar en el mercado una gran cantidad de café, provocando una caída en los precios, repitiendo lo que sucedía en el mercado internacional y dejando completamente desprotegidos a los campesinos.

Dicho lo anterior, podemos citar la ola neoliberal por la cual se estaba atravesando. La liberalización del mercado fue el gran detonante que eliminó las barreras e introdujo el producto a todos los mercados y en donde obviamente sólo las grandes empresas pudieron sobrevivir, ya que sólo ellas, al constituir economías de escala, les era relativamente fácil incrementar la producción. Es triste ver como a los pequeños cafecultores les fue difícil sobrevivir en el mercado liberalizado, donde las grandes empresas tienen una estructura de costos inferior a la de éstos, lo cual llevó a muchos a dejar el negocio y a otros más a sumirse en la pobreza.

En el Sur del país, es decir en las regiones cafetaleras por excelencia, muchas comunidades locales de productores de grano se asociaron para hacer frente a la crisis internacional del café creando modelos de producción racionales, basados en la sustentabilidad y en la cooperación y coordinación de todos los miembros de la comunidad para el cultivo del café, el procesamiento del grano y, en la mayoría de los casos, regulando el monto de la misma y comercializando el grano sin intermediarios entre el productor y el consumidor final, gracias a la red internacional de comercialización del Comercio Justo.

Es el caso de la organización cafetalera mexicana oaxaqueña, UCIRI, Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, y que ahora propongo revisar nuevamente para tener un caso de una comunidad agrícola mexicana que decidió en 1985 adoptar el proyecto de sustentabilidad, basado en la producción de café orgánico para buscar vender su producción directamente en el mercado internacional a través del circuito del comercio alternativo, como vimos en capítulos anteriores, lo que le dio la posibilidad de participar en la creación del sello de calidad de comercio justo Max Havelaar.

A partir de la revisión de la trayectoria de esta organización pretendo establecer que el proyecto de producción sustentable de esta organización, basado a partir de 1987 en su producción de café orgánico, le permitió conectarse con las organizaciones de comercio alternativo europeo y convertirse en una de las primeras en acceder a este tipo de práctica comercial, junto a otras organizaciones de cafecultores mexicanos¹⁵ que han logrado participar en el circuito de los mercados solidarios, gracias a su propio esfuerzo.

¹⁵ La relación de los cafecultores mexicanos con la red Internacional de Comercio Justo, a la fecha, se encuentra bien establecida, como a continuación se describe: Chiapas: El Soconusco: La Organización campesina ISMAN y la Sociedad Otilio Montaño. // Altos y Norte: La Unión de Ejidos y Comunidades de cafecultores del Beneficio de Majomut, La Sociedad Flor de Amantan y la Sociedad Ly'Emelonla Nich Klum de Palenque. // La Selva: La Unión de Ejidos de la Selva. // OAXACA: UCIRI, UCI-100 años de soledad y algunas fincas privadas. Sociedad de Producción Rural YENI NAVAN ubicada en comunidades de la Sierra Juárez al Norte así como diferentes organizaciones de la región de Ucila y de la Región de Chatina. // GUERRERO: La coalición de Ejidos de la Costa Grande con Sede en Atoyac de Álvarez. Este sería el mapa del actual vínculo entre los productores

Sin embargo en esta investigación se reconoce que la practica comercial en estudio sólo es una más, que sí bien ha alcanzado el objetivo de elevar el volumen de ventas de la producción de ciertas organizaciones de pequeños productores marginados permitiéndoles obtener una retribución que les permite vivir dignamente de su trabajo, ésta no es, ni pretende ser, la panacea para la crisis que padece la cafecultura nacional, ni mucho menos la que pueda salvar al cerca de 90% de pequeños productores cafetaleros mexicanos que participan en esta actividad en México.

La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI, es un ejemplo significativo de organización bajo un proyecto de sustentabilidad con apoyo de las organizaciones de cooperación para el desarrollo de países desarrollados surgidas a partir de la década de los sesenta, como vimos en la primera parte de esta investigación.

Para retomar este caso hagamos un somero recuento de los logros de UCIRI.

A quince años del “llamado” que UCIRI hizo a las organizaciones de comercio alternativo europeas y de la fundación del sello de calidad Max Havelaar, cuyos detalles se presentan en el apartado respectivo, UCIRI se considera una organización hasta cierto punto triunfadora, como describe a esta organización uno de sus miembros, Melvin Isael López, en la platica que ofreció en el Auditorio Flores Magon de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en enero de 2003, así mismo agregó, “hemos vivido y hemos trabajado para poder realizar proyectos que para nosotros son proyectos de vida”.¹⁶

Haciendo un poco de historia de la organización UCIRI podemos retroceder hasta los inicios de la misma tal como lo describe Marie Christine Renard:

“De 1982 a 1985, la UCIRI estuvo asociada con una organización nacional, (ARIC nacional), ligada a la central campesina oficial, la CNC, y con sede en la ciudad de México. El Acuerdo Internacional del café aun estaba vigente. Gracias a la protección del gobierno, la ARIC recibía una cuota de exportación, independientemente de su capacidad real. Se asociaba entonces con otra organizaciones, con objeto de hacer acopio de la mayor cantidad posible de café. Los productores de la UCIRI adquirieron así la experiencia práctica de las exportaciones; aprendieron a pesar el café, a sacar muestras, a extender un recibo, a comprar los sacos, a encontrar los camiones, etc. Para algunos de ellos, el aprendizaje empezó por algo tan sencillo como hacer una llamada telefónica.

Como organización legalmente reconocida (1983) la UCIRI emprendió los trámites necesarios para obtener un permiso de exportación de café (1985), lo cual no estuvo exento de dificultades. Para librarse del yugo de los intermediarios adquirió gracias a un crédito solidario de una ONG, y

de café mexicanos con la Red Internacional de Comercio Justo, mismo del que podemos decir que se desarrolla con éxito considerando que se considera a nuestro país como el principal productor de café orgánico en el mundo. www.oxfam.org.uk accesado el 14 de mayo de 2002.

¹⁶ Melvin Isael López en el Simposio **El café y los cafetaleros atrapados por el mercado global: opciones viables**. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; UNAM, 2003.

construyó, mediante el trabajo comunitario, la infraestructura necesaria: su propia tienda y su cobertizo, su planta beneficiadora, camiones, oficinas e incluso una pequeña maquina tostadora que le permitió vender café tostado a nivel regional. Por consiguiente, la UCIRI ya contaba con la experiencia y los medios requeridos, le restaba encontrar a los compradores; con este fin se puso en contacto con asociaciones del comercio alternativo y con especialistas del mercado orgánico de Holanda, Alemania, Estados Unidos y Canada.”¹⁷

En este arranque de la relación entre la organización UCIRI y el comercio alternativo europeo tuvo mucho que ver la producción de café orgánico.

El proceso de producción de café orgánico es aquel que implica la no explotación de la tierra, evitando su agotamiento; el cultivo de los cafetos bajo sombra, es decir protegidos de los efectos de los rayos solares por la sombra de otros árboles plantados especialmente con este propósito; y la no utilización de fertilizantes químicos ya que por el contrario, con el mucílago – es decir los desechos del despulpado – se realiza composta que se reutiliza en la fertilización de los suelos.

El proceso del café orgánico implica, además, la certificación de todo el proceso productivo, vigilando in situ, el cultivo, la planta, la recolección del grano y su procesamiento. La certificación es hecha por técnicos de una compañía certificadora que da validez legal a todo el proceso. Durante los primeros años de la década de 1990, en México la certificación fue llevada a cabo por compañías extranjeras, Naturland, y no sería sino hasta los años de 1994 y 1995 que se creó la primera certificadora mexicana, Certimex; la cual desde entonces se encarga del proceso, ya que en el momento de degustar la bebida o de analizar el grano tostado, es imposible determinar si este proviene de un café de origen orgánico o no, la certificación garantiza el origen del producto.

El café orgánico se encuentra estrechamente ligado con la organización UCIRI, como ya dijimos, y como el mismo Melvin Isael lo expresa así, “... aquí para nosotros es importante y es como la parte medular de nuestra organización, el Centro de capacitación o Centro de enseñanza campesina que es el lugar donde nos preparamos o se preparan nuestros hijos para trabajar la agricultura orgánica, nosotros somos una organización que trabajamos exclusivamente el café orgánico, en nuestra organización no hay ni un producto que no sea orgánico, ese es nuestro objetivo, también en ese centro de capacitación se preparan alumnos de 12 a 18 años de edad que están totalmente relacionados con la naturaleza, nos preparamos para trabajar, lo que es para nosotros la madre tierra, no explotarla sino tener una relación de ser vivo a ser vivo ...”¹⁸

Ciertamente, el café orgánico ha sido para UCIRI la punta de lanza que le permitió penetrar el mercado del comercio alternativo y del comercio justo europeo, prodigándole todos los beneficios

¹⁷ Renard Marie; *op cit* pag. 183

que las organizaciones de este tipo de comercio pueden ofrecer, de tal manera que, citando nuevamente a Melvin Isael, a UCIRI se le puede considerar “hasta cierto punto triunfadora”, claro que, cabe la aclaración, no solamente por sus vínculos con el comercio alternativo y justo, sino básicamente por sus propios meritos y esfuerzo, para organizarse ya que, continua diciendo Melvin Isael, “que hace aproximadamente 25 años subsistíamos gracia a nuestro trabajo de campesinos, ya que el café nunca fue un producto que les trajera riqueza, siempre fue el producto que significó como una caja de ahorro”.¹⁹

Esta forma de organizar la producción y comercialización del café implica organizar la producción de manera racional sirviéndose en la actividad productiva del proceso de producción de café orgánico.

Actualmente UCIRI produce únicamente café orgánico. Veamos.

TOTAL DE LA COSECHA DE CAFÉ DE UCIRI 2001-2002: 730 MIL Kgs.

Estimado de la cosecha de café de UCIRI 2002-2003: de 300 mil a 400 mil Kgs. mas.

Todo es café orgánico.

En este sentido el café orgánico representa para México hoy mismo una cantidad importante de la producción del aromático del país como podemos constatar el cuadro 6.

CUADRO 6

EXPORTACIÓN DE MÉXICO DE CAFÉ ORGÁNICO 2001-2002 POR CLASE DE CAFÉ

CLASE DE CAFÉ	SACOS DE 60 Kgs.
ALTURA ORGÁNICO	130,202
PRIMA LAVADO ORGÁNICO	20,692
OTROS NATURALES ORGÁNICOS	9,997
SOLUBLE ORGÁNICO	1,073
DESMANCHE ORGÁNICO	316
EXTRA PRIMA LAVADO ORGÁNICO	316
MARGO PRIMA LAVADO ORGÁNICO	316
TOSTADO Y MOLIDO ORGÁNICO	3
TOTAL FINAL	162,916

FUENTE: CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ.

¹⁸ Melvin Isael López en el Simposio *El café y los cafetaleros atrapados por el mercado global: opciones viables.*

¹⁹ Ídem

Aunque el análisis de donde tomamos los datos anteriores no consignan la parte que corresponde a UCIRI está, por su parte, defiende los beneficios de sus vínculos con el comercio justo, **ya que es importante pertenecer al mercado justo europeo porque en este mercado se maneja en la bolsa de valores de Nueva York, éste es un precio que va mas o menos relacionado con el trabajo que se hace con los productos orgánicos.**

El comercio de la producción de café de UCIRI a través del circuito de comercio justo le ha permitido como Organización colocar su producción de café en el mercado internacional con mayor facilidad gracias, entre otras cosas, al precio de garantía que fija la Organización Internacional de labels o sellos de comercio justo, FLO Internacional, mientras que otras empresas padecen la incertidumbre de los precios internacionales del grano, como se reseña en el siguiente ejemplo:

En la cosecha 1997-1998 UCIRI acopio unos 10,000 quintales, aunque parte de sus ventas las hizo a precios bajos, le ayudo que vende su café a los mercados solidarios y como café orgánico con sobre precios de unos 25 dólares por arriba de la bolsa, esto le permitió no tener pérdidas. Mientras que Grupo Parmalejo de la Región Coatepec acopiaron 1,200 quintales, la mayor parte se adquirió con un anticipo bajo ya que tenían malos rendimientos y ante la especulación con el cereza planearon vender a un poco mas de \$1,400.00 el quintal, para nivelarse. El precio del café cereza llegó a \$1,350.00 el quintal en febrero, decidieron todavía esperarse, para ver si subía más el precio, pero no fue así y acabaron vendiendo a \$750.00 el quintal de café cereza. Tuvieron perdidas de más de 500 mil pesos.

Sin duda UCIRI ha obtenido ventajas y beneficios de su relación con las organizaciones de comercio justo, en especial de su relación con el sello de calidad de comercio justo Max Havelaar, sin embargo creo conveniente destacar que la formación de UCIRI y su reconocimiento oficial en 1983 se da en momentos en que aun estaba vigente el Acuerdo Internacional del café y el Inmecafe todavía administraba el “auge” pero el nacimiento de esta organización agrícola no estuvo exenta de todas las dificultades que padecen las comunidades indígenas del país, como centros de acopio lejanos y deficientes, coyotes que pagan precios muy bajos a base de engaños, discriminación y en una palabra marginación y pobreza extrema.

Por eso no es difícil entender que UCIRI considere que es un éxito exportar a través del circuito del Comercio Justo, sobre todo si pensamos en la actual crisis de los precios internacionales del café.

Y efectivamente UCIRI es una organización que ha triunfado frente a la actual crisis internacional de precios del café, gracias a su producción sustentable de café, un triunfo relativo pero que muchos expertos en el tema consideran que es un camino transitable para un cierto porcentaje de cafetaleros del sector social que les permita mantener su actividad productiva, es decir el cultivo del café.

Sin embargo, no todos los pequeños productores están en condiciones de llevar a cabo la conversión de su producción a una producción sustentable ya que, como vimos antes, existen muchos obstáculos y prácticas de cultivo muy arraigadas que les impide el cambio. Además según los expertos se debe actuar con oportunidad y eficiencia aprovechando las ventajas comparativas que tienen un alto porcentaje de productores nacionales frente a los de otros países.

Un ejemplo de pequeños productores cafetaleros nacionales que hoy ya están trabajando en la conversión de su producción cafetalera, de producción con fertilizantes químicos y pesticidas a producción sustentable, es la **LA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA REGIONAL TOSEPAN TITATANISKE**, que por lo menos hoy ya tiene producción ecológica, y que presentamos en el siguiente apartado.

3.6 EL CASO DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN SUSTENTABLE DE CAFÉ DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA REGIONAL TOSEPAN TITATANISKE.

Tosepan Titataniske, ubicada en Cuetzalan, Puebla, es la organización cafetalera que se estudio directamente en la presente investigación, al realizar dos visitas, agosto del 2002 y marzo de 2003, a dicha organización.

Esta Cooperativa fue visitada en agosto de 2001, por los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la clase Economía Política Internacional. El Ing. Álvaro Aguilar Allon, representante de la Cooperativa, dio una plática de donde se desprende la siguiente cita, a manera de introducción.

“En 1980 se realiza la asamblea constitutiva y se decide formarse como sociedad cooperativa, se hacen los tramites se registra ante la secretaria del trabajo y previsión social, y se decide ponerle el nombre de “Tosepan Titataniske” que en náhuatl significa (por medio del cerebro) creo que es juntos venceremos.”²⁰

Resulta conveniente en este Apartado señalar que Cuetzalan es una ciudad pero también es el nombre del Municipio que encabeza, el cuál incluye distintas comunidades que producen café en la región y muchos de los productores son socios de la Cooperativa en estudio. Por lo que se puede decir que es un centro de acopio y beneficiado al que se le puede dar la categoría de comunidad suburbana en paso hacia los centros urbanos de comercialización del grano aromático.

²⁰ Entrevista al Ing. Álvaro Aguilar Allon. Representante de la Cooperativa. Realizada en el municipio de Cuetzalan, Puebla en agosto de 2001

“Ahorita vienen siendo 76 pueblos, en él último censo que se levanto eran 7 800 socios, la mayor parte de ellos eran pequeños productores, tan pequeños, **que en promedio se calcula que se andan abajito de una hectárea, o sea ni siquiera una hectárea tienen**, esto para nosotros es un problema muy fuerte, esta zona que es parte de la sierra esta muy poblada hay bastante población para el tamaño de dimensiones que tenemos se ha olvidado los acuerdos que se han heredado a los hijos con los actuales padres pero se dividieron lo que tenían y luego estos a los que les suceden también están divididos, entonces ahorita el promedio entre los socios de la Organización anda un poco abajito de la hectárea, nosotros por eso los consideramos pequeños.”²¹

Como pequeños productores cafetaleros han resentido con fuerza la crisis internacional de precios del café

“Nosotros hemos sacados cuentas y consideramos que aquí en la región y en la mayor parte de las zonas cafetaleras de México, nos cuesta 90 dólares producir un quintal de café, con 120 dólares había para sacar los y poco de margen de ganancia para los productores, era el precio mínimo a que se podía vender, lamentablemente, y Yo aquí si quisiera hacer inciso en como vemos nosotros desde acá lo que sucedió, lamentablemente, aquí en México empezó a haber un tipo de gobierno, que le interesaba que México entrara considerado como del primer mundo y que le entrará a lo que ahora le llaman la globalización, y todo ese desmadre que no entendemos muy bien, pero que si estamos sintiendo sus efectos. O sea porque México había sido uno de los países productores de café que más habían impulsado el acuerdo de este mecanismo de regularización de precios, pero porque a partir de 1988 y 1989 empezó a estar de acuerdo con Estados Unidos para que este acuerdo terminara y en lugar de ponerse de parte de los países productores, empezó a apoyar la propuesta de los EU que decía “no barreras” no barreras al comercio que según entendemos eso es parte de la globalización, mercado libre.

Entonces México siendo país productor se olvida de los demás países productores y apoya la propuesta de los EU, de quitar ese acuerdo, con el tiempo lo supimos porque a México le interesaba que se firmara un tratado de libre comercio que se firmó en el 91, ósea no tardo, en el 89 se rompe este convenio y en el 93 es cuando se firma este tratado del libre comercio que fue en el periodo del presidente Salinas, con muy buena memoria para ustedes. Esta postura en un principio pensábamos que no iba a afectar tanto, sin embargo a partir del 89 se empieza a dar una crisis, o seá la crisis del café no es de ahorita, nosotros la sentimos desde 1989, se nos agudizo en 1992-1994, porque los precios que andaban entre los 140 y los 120 dólares empezaron a bajar poco a poco y en el periodo de 1992-94 llegaron a 56-60 dólares. Dense una idea, nos cuesta 90 dólares producir y en ese tiempo nos pagaban en la bolsa de Nueva York entre 56 y 60 dólares, entonces la crisis se empezó a sentir por parte las zonas cafetaleras de ese momento, y en 1995-

²¹ Idem

96-97 mejoró el precio, y porque mejoro, porque hubo una nevada muy fuerte en Brasil, que destruyo gran parte de sus cafetales.

Brasil es el principal productor de café, entonces cuando sucede algo como esto en las zonas cafeteras de Brasil repercute en una mejor producción a nivel mundial y esto hace que la oferta y la demanda, hace que el precio mejore.

Se mejoró bastante el precio y nosotros pensamos que a partir de ese momento iba a estar entre los 140 y 170 dólares, era lo que nosotros esperábamos como productores.

Sin embargo a partir del 98 empezó a bajar en el 99, siguió bajando y en el 2000 bajó más y ahorita en el 2001 pues ya no sabemos hasta donde va a bajar, en esta semana anduvo en los 49 dólares, ósea ya ni siquiera los 56 dólares de 1992, ósea que anda por los 49 dólares.

Intervención del Profesor Gabriel; Y producir sigue costando 90 dólares.?

Ing.: la producción sigue costando 90 dólares.”²²

En este punto cabe revisar el trabajo que un pequeño número de productores de la Organización, 600 socios, está realizando para enfrentar la crisis de precios, pero además para cuidar su ámbito natural de vida, de trabajo que les permita mantenerse en su actividad productiva, es decir la producción de café.

En este entendido presento el **PROYECTO DE SUSTENTABILIDAD PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO**, de TOSEPAN TITATANISKE tomando la información del ensayo **SOMBRA Y ALGO MÁS. Hacia un café sustentable en México**, citado en este trabajo, donde también se establecen los plazos y costos de dicha transformación, financiada con esfuerzos de los productores y la cooperativa, además de recursos públicos.

Así tenemos que una de las metas de su proyecto es duplicar el precio de su producción, veamos: “Las metas a cumplir en los tres años son: obtener la certificación para 900 productores, alcanzar un rendimiento promedio de 20 quintales por hectárea y colocar la mitad de la cosecha certificada como orgánica en el Mercado Justo, con un precio mínimo de 141 dólares el quintal, y la otra mitad en el mercado orgánico convencional, con un sobre precio de 30 dólares. De lograrse estas metas, el precio promedio del café comercializado dentro del proyecto sería de 110 dólares el quintal, lo que es más del doble del precio al que vendieron en el ciclo 2000-2001.”²³

El proyecto está planteado a tres años e incluye básicamente las acciones necesarias para obtener la certificación de orgánico. Comprende únicamente a 600 huerteros dado que disponen de pequeñas plantaciones, de una hectárea en promedio, la mitad inició desde 2001.

²² Ibidem

Las aportaciones para llevar a cabo el proyecto de aproximadamente tres millones de pesos para el primer año son de una tercera parte de la organización y los productores y el resto de programas de Alianza para el Campo de SAGARPA.

En resumen, nos dice Bartra y sus colegas del ensayo en cita: El proyecto incluye las acciones necesarias para obtener la certificación de orgánico y adicionalmente supone un aumento de los rendimientos. En cuanto a los costos de transición, se estiman en 3' 160, 000 pesos en el primer año, 2' 350,000 en el segundo y similar cantidad para el tercero, es decir menos de ocho millones. Las huertas hoy valen unos cincuenta mil pesos por hectárea y renovadas valdrán setenta mil que en conjunto las 900 del proyecto suman 18 millones, diez más de lo que cuesta ejecutarlo.

Los mercados justos internacionales están considerados en el presente proyecto ya que representan el 50% del ingreso adicional, aparte del sobreprecio de la producción orgánica para asegurar la rentabilidad del proyecto.

Este proyecto de la Tosepan, continua Bartra, tiene una cualidad más, que se suma a la de conseguir mejores precios, pero de una naturaleza quizás más importante: constituye una fuente adicional de empleo del orden de los 55 jornales anuales por participante, en los tres años de inversión, de los cuales el 50% son aportaciones y el otro 50 pagados con recursos públicos.

A esta generación de empleo parcialmente remunerada, habría que agregar unos 200 jornales anuales por productor, alrededor de cien en mantenimiento de la huerta y otro tanto en la cosecha.

La fuente de empleo es muy importante ya que en las pláticas de los Directores de la Cooperativa ofrecidas a los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales señalan la desintegración de la comunidad por la fuerte emigración de su población ante la falta de empleo, como vemos en la siguiente cita.

“.., lo cierto es que esta crisis nos esta pegando a todos a unos y a otros tanto a los grandes productores como a los pequeños productores. Aquí no se nota mucho porque ahorita los grandes productores con café tendrán como 20 o 30 hectáreas, y en donde ahí no trabaja la familia dueña, entonces ahí todo el trabajo es; pagado, y si ahorita no sale ni para pagar la cosecha, pues menos va a salir para pagar todos los trabajos que se tienen que hacer. Entonces que es lo que esta sucediendo en esos lugares? Están abandonando los cafetales y que están buscando evitar entre otras cosas, evitar el café.

Intervención M. Gabriel; y dejaron de generar empleo temporal.

²³ Bartra, Armando y otros. op. cit pag. 54

Dejaron de generar empleo y la gente empezó a irse, y no tienen quien les trabaje, nosotros decimos que los pequeños productores tienen todavía la posibilidad de seguir siendo productores de café porque; la mayor parte del desempleo que se le da la parcela, es de ellos mismos, es de la familia, y porque también tienen la posibilidad en eso que estamos trabajando ya ahorita por parte de la cooperativa, de buscar otras alternativas, en otro empleo del café. Las acabo yo de mencionar que hay un mercado para café orgánico, entonces como organización estamos trabajando ya, para que nuestros socios, se conviertan en de nuestros cafetales.

Intervención del M. Gabriel; Se dice que es muy caro?

Ingeniero; Es mejor pagado.

M. Gabriel; y su producción es muy onerosa?

Ingeniero; requiere un poco de mano de obra, sale un poco más caro que la otra, pero al venderlo la diferencia de precio le favorece al productor. Entonces eso se esta viendo como una alternativa, que es muy difícil que la veamos porque la gente, vamos a ser sinceros, si no hay que traer agua en abundancia.

M. Gabriel; se dice que los huertos se tratan aparte, que se trata distinto al otro café.

Normalmente se habla del precio del café orgánico anda como 20 dólares.

Intervención Alumna X; una pregunta cuál es la diferencia del café orgánico.

Ing; el café orgánico; es el que se produce de una manera distinta al otro, o sea no, en su producción no debe usarse productos químicos, ni para fertilizar, ni para controlar las plagas, ni malezas, siempre tiene que ser con abonos orgánicos y con controles biológicos, no químicos.”²⁴

La Cooperativa Tosepan es solo un ejemplo de pequeños productores de café que ven en la conversión de su producción tradicional de uso de fertilizantes y abonos químicos, que deterioran sus tierras y dejan secuelas perjudiciales para productores y consumidores, a una producción sustentable, manejo de café orgánico y prácticas de cuidado de la tierra, la forma de salvar sus ingresos pecuniarios que no obtienen con sus cultivos de autoconsumo.

Sin embargo tengo una consideración propia respecto al proyecto de la TOSEPAN: que en las condiciones actuales de la cafecultura nacional e internacional resulta mucho más difícil realizar la conversión a café orgánico de lo que resultó a UCIRI en los ochenta, toda vez que debemos considerar que el proyecto de conversión a orgánico de UCIRI se financió parcialmente con crédito.

Recordemos el préstamo de la organización solidaria alemana a través de un Banco que incluía capital de trabajo pero también recursos de largo plazo, además a mediados de los ochenta los precios del café eran buenos, lo que actualmente hace poco viable el modelo de financiamiento ocupado por UCIRI.

²⁴ Entrevista en la Cooperativa, op. cit.

En cambio hoy tenemos absolutamente claro que los precios que obtienen un alto porcentaje de pequeños productores por su producción de café, en el mercado convencional, precios que ni siquiera les retribuye los costos, hace muy poco probable que los campesinos puedan convertir su producción a orgánico, así como a sustentable, debido al costo que significa dicha transformación y a otros factores como la falta de créditos.

En estas condiciones veamos cual ha sido el papel del gobierno mexicano frente a la cafecultura mexicana:

3.7 LA POLÍTICA DEL GOBIERNO MEXICANO PARA LOS CAFETICULTORES.

El contexto actual lo podemos determinar a partir del gobierno de Salinas que podemos decir que es el momento en que se acentúa la tendencia del gobierno mexicano por integrar la economía nacional a la de los Estados Unidos que domina el contexto internacional.

La actuación del gobierno federal la podemos resumir a partir de 1990, cuando, a instancia, del entonces presidente Salinas de Gortari se reforma el artículo 27 Constitucional. Dentro de las consecuencias que dicha reforma provocó podemos destacar que el crédito bancario canalizado hacia el sector agropecuario creciera 27% en promedio anual durante tres años lo que, sin embargo, no beneficio a los pequeños productores de café que tienen sus parcelas dentro de lo que se conoce como áreas marginales, ya que su naturaleza no es atractiva para las inversiones privadas.

Bajo estas circunstancias podemos revisar una de las características principales del gobierno de Zedillo respecto a la problemática de los pequeños cafetaleros. Según la CNOC el gobierno de Zedillo se mostró voluble, debido a la tensión entre las dos estrategias de combate a la pobreza en las zonas rurales que además se ve influida por el interés de los gobernadores de manejar mas los recursos federales en el marco del nuevo federalismo.²⁵

A continuación describo, brevemente, la actual política cafetalera nacional del gobierno federal.²⁶ Esta integrado por diversos programas de apoyo para el sector cafetalero, como la Alianza para el campo, el Programa de Promoción de Mercados, el Programa de retiro de café de calidades inferiores, el Censo Nacional cafetalero y el Fondo de Estabilización del café.

El Fondo de estabilización del café básicamente señala que mientras el precio internacional del café se encuentre por debajo de los 70 dólares por 100 libras o su equivalente en quintales el gobierno compensará el ingreso del productor funcionando este FONDO como caja revolvente.

²⁵ Celis Callejas, Fernando; *Nuevas formas de asociacionismo en la cafecultura*. Manuscrito. Xalapa, Ver. 2000.

Resulta claro que el poco incentivo económico del gobierno a la cafecultura no pretende incentivar la producción ni el rendimiento, ni el financiamiento sino solo subsidiar parcialmente la producción. Esta forma de tratar la actual crisis de la cafecultura mexicana por parte del gobierno federal encuentra una respuesta muy general en la voz, una vez más de Melvin Isael, quien señala, “ hasta el día de hoy, cuando nos ayuda el gobierno, llega con sus quinientos pesos por hectárea por productor... por eso es que el día que reparten PROCAMPO, de esos que le dan nombres raros, pues ese día se llenan las cantinas...”

En varias regiones campesinas es una tendencia creciente que miembros de la familia trabajen en la ciudad y remitan recursos a su familia, a futuro debe pensarse entonces en la producción campesina cuya lógica de reproducción dependería de factores más variados.

Lo anterior es así, sobre todo si consideramos, como nos dice Armando Bartra, “.. el café es un ejemplo paradigmático del potencial de los modos de producción campesinos en mesoamérica. El desplome actual de los precios, que afectan también, aunque en menor medida, a los campesinos que producen para el comercio justo, ilustra a la vez la vulnerabilidad de una estrategia de desarrollo fundada en cultivos de agroexportación.”²⁷

Lo anterior se puede corroborar en las mismas palabras de Melvin Isael quien señala que “... estamos viendo que obviamente es muy difícil más depender del café en la actualidad, por eso es que en la UCIRI estamos variando nuestro sistema de producción ..”.

Resulta conveniente destacar que la fundación o creación del sello de calidad del comercio justo Max Havelaar el 15 de noviembre de 1988 coincide con la ruptura de la Cláusula de Acuerdo Internacional del Café en julio de 1989, momento a partir del cual se presenta la crisis internacional de precios del aromático que padecen hasta la fecha, con consecuencias más severas, los pequeños productores. Razón por la cual considero que no es casualidad que el café se haya convertido en un caso emblemático para el Movimiento para el Comercio Justo ya que permite a las organizaciones de este movimiento basar su lucha en los pequeños productores cafetaleros y enfilar sus baterías en contra de las grandes corporaciones comerciales transnacionales, **NESTLE, PHILIS MORRIS, (JACOBS SUCHARD, GENERAL FOOD Y KRAFT), PROCTER AND GAMBLE, (FORGES), y SARA LEE, (DOUWE EGBERTS)**, que representan la contraparte del mercado internacional del café.

²⁶ www.sagarpa.gob.mx accesado el 25 de febrero de 2003

No obstante las difíciles condiciones actuales en la cafecultura la tendencia de la producción de los pequeños productores nacionales es la conversión de su producción cafetalera a orgánico en busca de mejores precios de acuerdo a la siguiente cita:

“Para ejemplificar el desarrollo del cultivo del café orgánico como alternativa campesina en el caso de México, en 1996 había 19 040 hectáreas cultivadas bajo este sistema, en 1998 la superficie había crecido hasta 32 161 hectáreas y para el año 2000, la superficie certificada y en transición de café orgánico era de 56 263 hectáreas. La tasa de crecimiento anual del cultivo en los últimos años es del 19.5%. El cultivo de café orgánico representa ya un ingreso de divisas de más del 4% con respecto a las divisas que ingresan por la exportación de café convencional.”²⁸

Sin embargo este crecimiento en la producción orgánica, en la búsqueda de mejores precios del café en los Mercados Justos Internacionales, nos lleva a la misma pregunta: ¿SON LOS MERCADOS JUSTOS INTERNACIONALES LA OPCIÓN PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES CAFETALEROS? Que es el tema del siguiente APARTADO.

3.8 LOS MERCADOS JUSTOS INTERNACIONALES.

Este apartado analiza algunos aspectos de los sellos de calidad del Comercio Justo ya que son las organizaciones que promueven la producción sustentable de los pequeños productores cafetaleros como es el caso de UCIRI.

La importancia de los mercados justos internacionales, para la cafecultura mundial en general, pero para los pequeños productores cafetaleros en especial, debe ser valorada mas allá de su simbolismo.

Es decir, debemos despojarnos de la idea de lucha de los desposeídos y pobres contra las grandes corporaciones internacionales, que simboliza el movimiento para el comercio justo.

Justificada o injustificadamente identificamos a las organizaciones del Comercio Justo, tipo OXFAM, MAX HAVELAAR, FAIRTRADE, etc., como símbolo de lucha para reivindicar el papel de los cafetaleros pobres en la producción del grano aromático en el mundo.

Sin embargo, a la fecha, las opiniones, de propios y extraños, respecto a si los mercados justos internacionales representan la opción para los pequeños productores para que puedan permanecer en la producción de café a nivel mundial es cada vez más pesimista.

²⁷ Armando Bartra; **SUR. Megaplanes y utopías en la América equinoccial.**- en Armando Bartra Editor, Mesoamérica.- Los Ríos profundos: Alternativas plebeyas al Plan Puebla Panama, Instituto Maya y alii, México 2001. Tomado de PROCESO, 1328, 14 de abril de 2002, pag., 51.

²⁸ Pérez Grovas, Victor y otros; **UNA SALIDA SUSTENTABLE A LA CRISIS;** Publicación de Coordinadores de pequeños productores de café de Chiapas y CNOC con financiamiento de Oxfam Internacional; pag. 37, México Noviembre de 2002. 81 pp

Por su parte la organización del sello de calidad del comercio justo Max Havelaar se ufana de sus logros en su lucha por apoyar a los pequeños productores del café en el mundo.

Veamos algunos datos “alentadores” de la organización Max Havelaar en relación a las “transferencias extras”, en el siguiente cuadro. Transferencias mundiales extras a los campesinos cafetaleros en virtud de ventas realizadas en Holanda, en donde también participa UCIRI.²⁹

Año	Euros en millones
1988/1989	1,09
1990	2,41
1991	2,77
1992	3,72
1993	3,58
1994	1,04
1995	0,41
1996	1,23
1997	1,50
1998	1,68
1999	2,77
2000	4,15
TOTAL	26,35

FUENTE: ORGANIZACIÓN MAX HAVELAAR. 2001

Este cuadro se refiere al sobre precio que han obtenido las organizaciones de pequeños productores que participan en el comercio a través del circuito del Sello Max Havelaar. Como explicamos en capítulos anteriores Max Havelaar paga un sobre precio por encima del precio que establece la Bolsa de Nueva York para el café.

Así mismo, Max Havelaar señala.

“En los últimos cuatro años, en particular, una parte cada vez menor del precio de ventas al público redunda en beneficio de los países productores de café. En 2001, de un paquete de café de 250 gramos, sólo 28 centavos de euro (17 %) fueron a los países exportadores. En el caso del café

²⁹ Franz VanderHoff y Nico Roozen; op. cit. pag. 104

Max Havelaar, sin embargo, esta cifra fue de 88 centavos de euro (45%). Fuente: Handelskrant, marzo de 2002.

“Para los campesinos esta situación es todavía mucho mas dramática. El comercio intermediario, el transporte, así como el procesamiento en el país de origen, también cobran su parte del precio del mercado mundial. Un paquete de café corriente, marca Roomerk, vale aproximadamente un euro con 60 centavos. De dicho precio, menos de 10 centavos de euro (5%) va al productor. Un paquete de café Max Havelaar vale aproximadamente un euro con 95 centavos. De este precio, alrededor de 65 centavos (33%) beneficia a los campesinos y sus organizaciones. Fuente: Handelskrant, marzo de 2002”.³⁰

A pesar de las cifras señaladas por Max Havelaar el siguiente ejemplo nos muestra una realidad insoslayable, aún para el propio Nico Roozen de la organización holandesa SOLIDARIDAD, quien se enfrentó a dicha realidad al poco tiempo que aparecieron las primeras marcas de café en Holanda con el sello o label de calidad Max Havelaar.

“Al cabo de un par de semanas, se presentaron las primeras cifras que afirmaban mis temores: la cuota del mercado del café Max Havelaar era de un amplio 2%. Las elevadas cifras de los sondeos sólo tenían que ver con respuestas deseables desde un punto de vista social, más nada. Entre un 7% y 15% del publico holandés declaró al encuestador no tener ningún inconveniente en pagar un extra por un producto elaborado con conciencia social y respeto por el medio ambiente. Mas una vez en la tienda, predomina la fuerza de la costumbre. Sin pensarlo dos veces, el consumidor coge el producto al que está acostumbrado, o si no, el más económico”³¹.

En consecuencia, el café de comercio justo cubre ahora únicamente el 1% del mercado minorista de Estados Unidos, y en Europa, donde el movimiento es mas antiguo, su participación en el mercado es sólo modestamente mas alta.

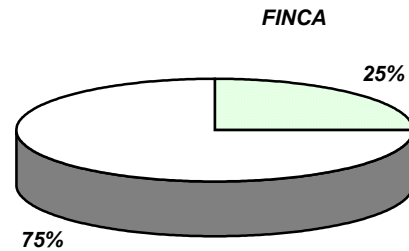
El café es uno de las principales mercancías dentro del comercio internacional; es producido en más de 50 países y el total de las exportaciones en el 2002 llegó a casi seis millones de toneladas. Aproximadamente 25 millones de agricultores, mayoritariamente de pequeña escala con fincas de menos de 25 acres, dependen del café para su subsistencia.³²

³⁰ Idem.

³¹ Idem pag. 128.

³² Brink Lindsey. ENTENDIENDO LA "CRISIS CAFETALERA": ¿EXISTE RAZÓN PARA QUEJARSE?, El estudio fue también publicado en inglés bajo el título [Grounds For Complaint? Understanding the "Coffee Crisis"](#) en el Trade Briefing Paper No 16. 6 de mayo de 2003.

25 MILLONES DE PRODUCTORES DE CAFÉ



PEQUEÑOS PRODUCTORES

FUENTE: Trade Briefing Paper No 16. 6 de mayo de 2003

El cuadro contrasta con las anteriores cifras de Max Havelaar, ya que a pesar del sobre precio que paga no puede dar salida a toda la producción de café de los millones de productores, ni tampoco puede privilegiar solo a una. Así mismo, resulta para la Organización Europea de Comercio Justo, EFTA, insoslayable la realidad de los magros resultados en ventas de las organizaciones de comercio justo, reflejando su opinión en el siguiente comentario tomado de www.eurosur.org en el 2003:

“Después del crecimiento espectacular de la primera mitad de los años 90, las ventas se han estancado. La facturación solo aumenta ligeramente, salvo en países que acaban de introducir las marcas, como Irlanda y Dinamarca, y hasta disminuye algo en Alemania, Suiza y Francia. Parece que no será posible seguir creciendo sin nuevos esfuerzos. Según Max Havelaar Holanda se requieren nuevas estrategias de marketing para aumentar la cuota de mercado. Este aumento representaría ingresos suplementarios para los pequeños cafetaleros y obligaría al comercio convencional a comprar y vender café de una manera mas sostenible. Para esto, la cuota actual de mercado de 2.6% no es suficiente, haría falta una cuota de al menos el 10%. Los estudios de mercado revelan que son cada vez mas los consumidores que compran regularmente café de comercio justo, pero que no dejan de comprar las marcas tradicionales. Max Havelaar quiere dirigir sus próximas campañas a ese público.”

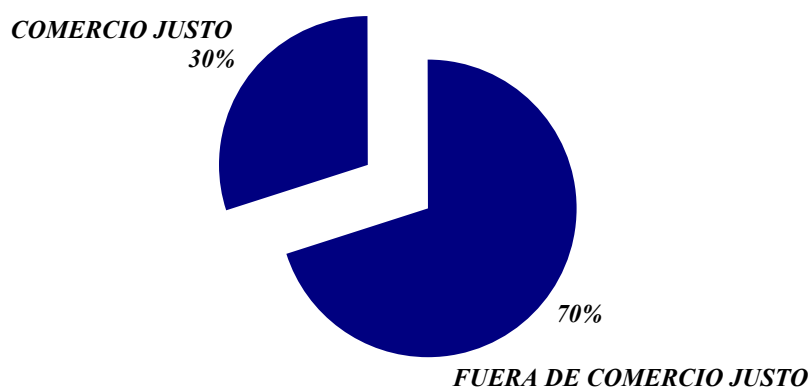
Las opiniones poco optimistas se multiplican, respecto a la realidad de la práctica comercial a través del circuito de las organizaciones de comercio justo, básicamente la Organización Max Havelaar, que es la mas reconocida a partir de su auge en la década de los noventa.

Veamos “Según Simón Pare, de Max Havelaar, París, una limitante del comercio justo es la dificultad de convertirlo en algo mas que en un nicho del mercado. Agrupa, por ejemplo, a menos de 1% de los productores de café en Guatemala, Honduras y México y a poco más del mismo porcentaje de consumidores en la mayoría de los países europeos.

Dice Pare: El Comercio Justo sólo puede ser un ejemplo que indique un rumbo a seguir para construir otras reglas para el comercio internacional”.³³

De los anteriores comentarios podemos establecer un hecho. El movimiento para el comercio justo, representado por los sellos de calidad o labels por ser los de mayor presencia actual, no ha superado un porcentaje mayor al 2.5% de los consumidores a nivel mundial y significa un espacio de mercado muy reducido para los 18’750,000 pequeños productores a nivel mundial que son a los que la práctica comercial que nos ocupa se enfoca.

CERCA DE 19 MILLONES DE PEQUEÑOS CAFETALEROS EN EL MUNDO



FUENTE: www.eurosur.org, Trade Briefing Paper No 16. 6 de mayo de 2003 y Simón Pare.

En este sentido creo que el Comercio Alternativo y los Sellos de calidad del Comercio Justo, como partes del Movimiento para el Comercio Justo, no tienen capacidad para encontrar mercado para la producción de los pequeños cafetaleros en el mundo. Tampoco ofrece al 90 por ciento de pequeños productores mexicanos una opción para integrarse a sus organizaciones por las cifras que hemos expuesto y por las características de la cafecultura nacional y las del mercado internacional del aromático.

³³ Ídem, pag. 50

Este elemento, el mercado internacional, que se mueve dentro del contexto internacional ha determinado, y determina más, que el comercio justo la actividad de los pequeños productores mexicanos y es a éste, el mercado internacional, al que debemos dirigirnos para contestarnos la pregunta del futuro de los pequeños cafetaleros.

CONCLUSIONES

El propósito de la presente investigación ha sido formarse una opinión respecto a lo que representa el llamado comercio justo para la cafeticultura nacional pero sobre todo para los pequeños productores de café del país cuya situación actual, en muchos casos, es de pérdida total de su actividad económica. Dicho de otra forma, esta investigación pretende establecer si realmente el comercio justo es una opción para los pequeños productores de café que les permita revertir la desaparición de su actividad económica.

La conclusión que más rápido se percibe y más obvia de la presente investigación, a este planteamiento, es que el llamado comercio justo no es, ni pretende ser, la panacea de la severa crisis de la actividad económica de los pequeños productores de café, ni tampoco puede dar salida o colocar en los llamados mercados solidarios, toda la producción de los pequeños productores de café.

Sin embargo, esta conclusión, si bien es básicamente correcta, caben las siguientes precisiones. Como anotamos en los dos primeros apartados de la presente investigación en la que se hace una amplia descripción desde los orígenes del movimiento para el comercio justo, éste nació primordialmente como un movimiento social, es por eso que sus detractores señalan que el comercio justo solo puede tener logros en el ámbito político-ideológico, es decir solo logros simbólicos, mas que en la eficacia para alcanzar una mayor cuota del mercado.

Yo no creo que esta crítica sea del todo exacta. Si bien el comercio justo nació como un movimiento social, en esta investigación señalamos que su evolución ha devenido en tres formas para practicarlo, son las Organizaciones de Comercio Alternativo, ATO,s, las Tiendas de Comercio Justo y los Sellos o Labels de Calidad del Comercio Justo. De las tres, no tengo ninguna duda, que los Sellos o Labels son los que tienen mayor presencia mundial, así como reconocimiento, como vimos en este trabajo que concluimos.

Esto se debe a que si bien las organizaciones de Sellos o Labels retoman los principios del Movimiento Para el Comercio Justo, también introdujeron innovaciones, mismas que pueden resumirse en la frase “DE PROTESTA A PROPUESTA”, acuñada por Franz VanderHoff y Nico Roozen en el Texto La Aventura del Comercio Justo, quienes junto con la gran aportación de UCIRI, fundaron el Sello o label de Calidad Max Havelaar.

Según estos autores del texto La Aventura del Comercio Justo el comercio justo opera dentro del mercado. En el comercio justo intervienen actores de mercado y mecanismos de mercado. “Los actores de mercado son las empresas que se dedican a producir y comercializar sus productos; por

ejemplo, cooperativas de café, plantaciones de plátano y talleres de confección. También hay una interacción entre estos últimos y los comerciantes, transportistas, mayoristas y supermercados. Todos son actores que operan en un modelo de mercado dominado por las empresas particulares. De ahí que el comercio justo tenga que adaptarse a las reglas del mercado.”¹

Ahora bien, el Sello o Label de calidad de comercio justo Max Havelaar debe proponer, según VanderHoff y Roozen, frente al mercado, las siguientes reglas que consideran necesarias para un comercio justo, y que de hecho ya forman parte del circuito comercial y de los mercados solidarios promovidos por dicho Sello.

PRIMERO: Que los COSTOS SOCIALES DE PRODUCCIÓN, tales como el sueldo humano o mejor dicho las condiciones laborales dignas y los costos del medio ambiente, entre otros, los absorban las empresas con cargo a sus márgenes de ganancia, lo cual no sucede en el comercio convencional que lo carga al sueldo del trabajador. Con lo cual proponen que las empresas tomen en serio su RESPONSABILIDAD SOCIAL. Por esto se tiene que hacer un cálculo integral de costos que consideren dichos gastos.

SEGUNDO: UN MERCADO SOSTENIBLE, con base en el consumo consiente y reflexivo o ético. Es decir que contrario a la práctica comercial convencional, en el que el consumo es visto con un enfoque individualista de las necesidades de toda persona, el Sello de Calidad Max Havelaar propone que el consumo sea hecho responsablemente en referencia a temas como la justicia social, el medio ambiente y la salud.

Yo considero, al igual que VanderHoff y Roozen, que la combinación de esta propuesta de Max Havelaar y las reglas del mercado han conseguido un resultado favorable en las ventas de los productos comercializados a través del circuito del Comercio Justo en los mercados solidarios, lo que no es tan solo un logro simbólicos, sino una presencia real en los anaqueles de las tiendas de auto servicio en Europa, Estados Unidos, Canadá y Japón.

Sin embargo, también, creo que este avance no es suficiente para aceptar que el comercio justo sea una opción para los pequeños productores cafetaleros que pueda revertir el severo decaimiento o incluso la pérdida de su actividad económica. Así lo hemos corroborado en la presente investigación, de acuerdo a toda la información aportada en el último Apartado, del que se desprende de manera resumida que el sector social de la cafecultura nacional, en muchos casos, es víctima de sus propias prácticas nefastas que históricamente le han impuesto distintos

¹ VanderHoff Franz y Roozen Nico. LA AVENTURA..., op cit pag. 194

intereses que la han perjudicado en aspectos como el aprovechamiento de sus ventajas comparativas, calidad, rendimiento y comercialización.

Frente al amplio y complejo panorama de la cafecultura nacional, el cual fue revisado en el Apartado tres de la presente investigación, el comercio justo ha incidido de manera mínima en el sector social de los productores de café del país, de tal manera que al comercio justo lo podemos identificar en nuestro país a través de un número mínimo de organizaciones cafetaleras que en conjunto no rebasan el 2% del sector social de producción cafetalera nacional, y de manera regional a través de organizaciones bien identificadas, sobresaliendo ISMAM, BENEFICIO MAJOMUT, UCIRI, LA COORDINADORA ESTATAL DE PRODUCTORES DE CAFÉ DE OAXACA, CEPCO, entre otras que comercializan casi el 100% de su producción de café, algunas como UCIRI si comercializan el 100% de su producción, a través del circuito del comercio justo en los llamados mercados solidario.

Yo creo que una opinión realista, respecto a la importancia del comercio justo para la cafecultura nacional, es que esta práctica comercial solo puede ser parte del apoyo que el SECTOR SOCIAL requiere para remontar sus vicios y sus ineficacias históricas que se han agudizado frente a la crisis internacional de precios del café, situación que ha propiciado, en un alto porcentaje, el abandono de su actividad económica, al punto casi de perderla totalmente.

Considero, así mismo, necesario distinguir entre las aportaciones benéficas del comercio justo al sector social de la cafecultura mexicana y los beneficios que las propias organizaciones de pequeños productores de café han alcanzado con base en su propio esfuerzo y lucha. En los beneficios que ha aportado el comercio justo destaca básicamente el sobre precio que pagan los mercados solidarios que permite a los cafecultores recibir un precio justo que considera no solo los costos reales de producción sino los costos sociales como la producción orgánica y el cuidado de la tierra, que les permite mantenerse en el cultivo del café, al recibir una remuneración que les permite cubrir no solo los costos de producción sino además sus necesidades mas urgentes como vestido y medicinas.

Por otra parte tenemos los beneficios propios de las organizaciones de pequeños productores, que se han vinculado a las Organizaciones de comercio justo como Max Havelaar, Trans Fair International, Oxfam, Gepa, para conseguir dichos sobreprecios.

El sobre precio que pagan las organizaciones del Comercio justo tiene mas que ver con la calidad que con el consenso entre productor y consumidor como lo entiendo a partir de una entrevista al

actual Secretario General del Consejo Mexicano del Café, Roberto Geizeman, quien señaló: “el café orgánico es una buena perspectiva para mercados no tradicionales”.²

La producción de café orgánico es el ejemplo más claro de que las organizaciones de pequeños productores de café realizan un gran esfuerzo propio para mantenerse en esta actividad económica, con o sin la ayuda de las organizaciones de comercio justo.

No puede dejar de señalarse que la producción de café orgánico es más onerosa que la producción que normalmente realizan la mayoría de pequeños productores. La producción de café orgánico implica el cumplimiento de reglas internacionales que requieren el alto costo de la certificación “in situ”. Dichos costos lo pagan las organizaciones campesinas, lo que significa un costo de transición muy alto y muchas organizaciones no pueden pagarlo, ya que los costos actualizados resultan mucho más difíciles de cubrir que hace quince años en que los precios del café eran buenos, como en el caso de la COOPERATIVA AGROPECUARIA REGIONAL TOSEPAN TITATANISKE.

En este sentido resulta imprescindible señalar que los logros de la práctica comercial que estudiamos, en nuestro país, básicamente en el sector social de la cafecultura, son favorables pero desafortunadamente mínimos y tal parece que esto será muy difícil de cambiar.

Finalmente debo señalar que para proponer medidas que ayuden a mejorar la situación actual del amplio espectro que compone el sector social de la cafecultura nacional deben considerarse las que proponen las organizaciones que se han mantenido, a pesar de la crisis internacional de precios del café, en esta actividad económica.

Es el caso de la COORDINADORA ESTATAL DE PRODUCTORES DE CAFÉ DE OAXACA, CEPCO, o la COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAFETALERAS, CNOC, las cuales proponen:

Elevar la calidad del café. La estrategia del gobierno para el sector se debe enfocar a producir consistentemente café de alta calidad para los mercados nacionales e internacionales. Se requiere de programas que renueven las existencias, eliminen las plantaciones de café situadas a menos de 600 metros de altura, convertir la producción en orgánica, impulsar el café que cuente con denominación de origen en las zonas productoras de alta calidad, mejorar el beneficiado, capacitar a las organizaciones en la producción con calidad y en la comercialización.

² Geizeman, Roberto, op. cit.

Promoción de consumo interno de cafés de calidad. El mercado de café *gourmet* es ahora visible en los sectores de clases medias y adineradas de la ciudad de México y otros centros urbanos. Cuando las cooperativas venden sus cafés de la mejor calidad directamente al público consumidor de las principales ciudades del país, los consumidores empiezan a notar la diferencia con los cafés de marcas comerciales tradicionales.

Acceso a crédito y capital. Las organizaciones exigen la intervención gubernamental para que proporcione acceso a capitales que les permitan invertir, comercializar, sustituir cultivos y sobrevivir.

El fondo de estabilización de precios y programas de apoyo emergente. Los pequeños productores proponen la continuación de la operación del fondo de estabilización para capitalizar en los años de precios altos y para financiar a los productores en los años malos.

Participar en los planes nacionales e internacionales de retención y destrucción. Los pequeños productores exigen que el gobierno cumpla con el decreto del 13 de diciembre, que implica destruir una cantidad de café de mala calidad equivalente al 5 por ciento del café de exportación.

Límites y regulación a la importación. Las organizaciones cafetaleras y los gobernadores de ocho estados productores de café recomendaron que debe limitarse, a un periodo de sesenta días, las importaciones temporales que efectúen los procesadores que cuentan con plantas en México, y que debería prohibirse por completo la importación de café verde.

Sustitución de cultivos, de aquellas tierras sin vocación y marginales, que no tienen suficiente altura. Deberán ser apoyados por el gobierno por medio de programas de introducción de cultivos apropiados para la calidad de dichas tierras, hoy dedicadas al cultivo de café, así como apoyo técnico, financiero y comercialización.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Abdel Kader Sid-Ahmed.- **NORTE-SUR, Los grandes desafíos.**- F.C.E., México 1985.
- 2.- Christine Renard, Marie. **Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café:** Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos. México, 1999.
- 3.- Tamames, Ramón. **Estructura Económica Internacional.** Alianza Editorial. Madrid, 1970, 143p.
- 4.- Franz VanderHoof y Nico Roozen. **LA AVENTURA DEL COMERCIO JUSTO.** Editorial El Atajo, México 2001.
- 5.- Jorge Alberto Lozoya. **Alternativas para un nuevo orden internacional.** UNITAR/CEESTEM. México, 1979.
- 6.- Trápago, Delfín Yolanda y Torres Felipe, (coordinadores). **El mercado internacional de la agricultura orgánica.** UNAM. Instituto de Investigaciones Económicas, México 1994.
- 7.- Vela Arqueles. **El café de nadie, un crimen provisional...;** Novelas, Jalapa, Veracruz: Horizonte, 15 de noviembre 1926. 93 pags.
- 8.- Arramovic, Dragoslav; **El problema del café,** Economic Development Institute, BANCO MUNDIAL, Washington, 1960.
- 9.- Villafuerte Solís Daniel, **El café en la frontera sur: la producción y los productores del Soconusco;** Instituto Chiapaneco de Cultura. 1993.
- 10.- Celis Callejas Fernando. **Nuevas Formas de Asociacionismo en la Cafecultura Mexicana. El Caso de la CNOC.** Manuscrito sin publicar, Universidad de Veracruz. Xalapa, Veracruz, México, 2000.
- 11.- Bartra, Armando, y otros. **SOMBRA Y ALGO MÁS. Hacia un café sustentable mexicano.** Instituto de Estudios para el Desarrollo Rural Maya. A. C. 1ª Edición 2003, 62pp
- 12.- Pérez Grovas, Victor y otros; **Una Salida Sustentable a la Crisis;** Publicación de Coordinadores de Pequeños Productores de café de Chiapas y CNOC con financiamiento de Oxfam International; México, Noviembre de 2002, 81pp.

HEMEROGRAFÍA

- 1.- Pablo, Luis de, **MÉXICO: POLÍTICA EXTERIOR PARA UN NUEVO ORDEN ECONÓMICO INTERNACIONAL.** En la Revista Nueva Política, Vol. 1, No. 4, octubre-marzo 1977.
- 2.- Pruijn, Jerónimo, **EL PODER DE LOS PEQUEÑOS.** En la Revista Rostros y Voces de la Sociedad Civil. Nueva Época, Año 6, No. 24, septiembre-octubre 2001
- 3.- Entrevista al Ing. **Alvaro Aguilar Allon. Representante de la Asociación Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske,** realizada en el Municipio de Cuetzalan, Puebla en agosto de 2001.
- 4.- **¿Hay crisis en la cafecultura mexicana?,** Celis Callejas Fernando en La Jornada, 22 de febrero de 2003.
- 5.- Melvin Isael Lopez en el Simposio, **El café y los cafetaleros atrapados por el mercado global.** Opciones viables. FCPyS. UNAM. 2003
- 6.- **Proceso** 1328, 14 de abril de 2002.

PAGINAS DE INTERNET

<http://www.intermonoxfam.com>
<http://www.comerciojusto.com>
<http://www.oxfam.org.uk>
<http://www.transfair.ca/coffe/retail>
<http://www.eurosur.org>
<http://www.equiterre.ca>
<http://www.maxhavelaar.belg>
<http://www.fairtrade.net>
<http://www.aanld.org>
<http://www.sagarpa.gob.mx>