

2.2 Entrevistas a otros actores del comercio justo en México

by Ana Isabel Otero Rance - martes, diciembre 06, 2005

https://vinculando.org/comerciojusto/mexico_chiapas/entrevistas_comercio_justo.html

Desarrollo:

El comercio justo en México reposa sobre tres pilares: Certimex, que es el organismo de certificación; Comercio justo México (CJM), que se encarga de la promoción y la legislación y Agromercados, que se concentra en la comercialización.

Durante mi estancia en México, tuve la oportunidad de entrevistarme con representantes de Comercio justo México y de Agromercados. También me entrevisté con un representante de la asociación civil Vinculación y Comunicación Social, una joven organización que trabaja en la creación de lazos entre los pequeños productores en general y los compradores potenciales. La sensibilización y la promoción del consumo responsable también forman parte de su agenda.

Comercio justo México y Agromercados surgen de la iniciativa de un grupo de pequeños productores, de algunas redes de cooperativas y de organizaciones civiles. Hemos visto que el mercado justo internacional plantea una serie de limitaciones, así como la necesidad de reestructurarse. En ese sentido, estas organizaciones vieron la necesidad de trabajar el comercio justo en el mercado local. Las tareas están bien establecidas. Comercio Justo México trabaja principalmente en la promoción y la creación de normas. De hecho, esta organización está en la base del proceso de legislación del comercio justo nacional.

Agromercados, por su parte, es una empresa innovadora puesto que sus dueños son los pequeños productores. Ellos son los accionistas. De la misma forma que las cooperativas, Agromercados funciona de manera democrática. Cada organización tiene un representante, y cada representante tiene un voto. La mayor parte de las cooperativas que forman parte de Agromercados participan desde hace tiempo en el mercado justo: UCIRI, CEPCO, ISMAM y Tosepan. Si bien el café tiene un lugar muy importante en Agromercados, no es el único producto que ahí se comercializa. Por otro lado, junto a Agromercados está Agroestrategias, una organización que ofrece apoyo técnico y asistencia mercadotécnica para mejorar la presentación de los productos.

Después de conformarse, Agromercados y Comercio Justo México entraron en contacto con Certimex, un órgano de certificación ya existente, con el fin de crear un sello de comercio justo basado en las normas de Comercio Justo México. Esta última organización da un sello que garantiza que el producto respeta los criterios. El papel de Certimex es certificar las organizaciones.

Le ventaja principal de ese sistema nacional es la reducción de los costos de certificación. En efecto, los pequeños productores ya no necesitan recurrir a los certificadores extranjeros, quienes imponen cuotas muy elevadas. Otra ventaja es que a partir de ahora es posible hacer una sola verificación tanto para el comercio justo como para la producción orgánica. Certimex, además, está reconocido en el ámbito internacional. Los productores deben pagar la certificación puesto que son ellos quienes obtienen los beneficios.

Por otro lado, los criterios con respecto al pago son flexibles. Los productores tienen la opción de pagar una vez que hayan vendido su producción. Al igual que varias de las cooperativas que visité, Agromercados mantiene la idea de que la certificación es rentable puesto que ofrece un valor agregado al producto.

Las tres organizaciones visitadas alientan la valorización de la calidad del producto y el trabajo mismo de los

productores mexicanos. También buscan dar valor agregado a los productos nacionales mediante la transformación. Por ejemplo, que el café esté tostado antes de la venta. En este sentido, Agromercados y Comercio Justo México quieren crear marcas comerciales colectivas. La primera marca creada por ellos es *Fértil*, para el café. Esta marca incluye granos de café de las cooperativas mencionadas más arriba y trata de responder a los criterios del consumidor mexicano promedio.

La protección de la biodiversidad forma parte de las prioridades. En este sentido, las organizaciones alientan la producción orgánica y así las ventajas que ésta conlleva: la contribución a la protección del medio ambiente y de la salud, tanto de los productores como de los consumidores; la recuperación de los valores y de las técnicas antiguas de las comunidades indígenas; el valor agregado que este tipo de agricultura ofrece al producto y el consiguiente precio más elevado. Según Agromercados, México es el principal productor de café orgánico. De hecho, todas las cooperativas de café que forman parte de esta organización cuentan con la certificación orgánica.

Por otro lado, el sistema de comercio justo tiene varios principios. Agromercados considera que los más importantes son la agricultura orgánica, la organización, la confianza, el respeto de los derechos y la democracia. Para esta organización, el sello no es más que un instrumento para lograr estas metas. Comercio Justo México acentúa la organización de los pequeños productores y añade a la lista la no-discriminación, el precio justo y la supresión del trabajo infantil.

Aún cuando el café es el único producto certificado en el ámbito nacional, existen otros productos que responden a los mismos criterios y que se encuentran en un mercado paralelo al comercio justo. En este caso, Vinculación y Comunicación Social retoma los mismos criterios que se manejan en el mercado de café y los aplica a un sin fin de bienes. La recuperación de la dignidad de los pequeños productores en general forma parte de su agenda.