

Introducción al comercio justo

by **Francisco Aguirre S.** - martes, noviembre 29, 2005

https://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/introduccion_4.html

El café es un producto que cada vez experimenta una mayor demanda tanto en México como en numerosos países de todo el mundo.

Con su consumo en restaurantes, cafés, hogares y oficinas, termina una larga cadena agroindustrial que incluye a todos los continentes y a millones de personas, entre productores, jornaleros, acopiadores, tostadores, industrializadores, empacadores, exportadores, distribuidores, minoristas, etcétera.

El camino que recorren los granos de café desde su campo de cultivo hasta los mercados de consumo ha sido transitado desde la segunda mitad del siglo XVIII y mantiene desde entonces un sistema con mano de obra intensiva, una cadena de intermediación claramente establecida y un procesamiento relativamente sencillo, además de que su comercialización es cada vez más lucrativa.

En la producción del café a nivel mundial participan aproximadamente 25 millones de productores que se encuentran en América Latina, Asia y África.^[1] En la gran mayoría de los casos encontramos que son pequeños productores con menos de cinco hectáreas, y cuyas condiciones generales de vida son económicamente limitadas por la propia situación en la que se desarrolla desde sus inicios el cultivo, pero también la comercialización de este producto.

Por otro lado, encontramos a diversos intermediarios locales fuertemente relacionados con capitales extranjeros, quienes adquieren el café para procesarlo y venderlo en mercados con un mayor poder adquisitivo.

La comercialización mundial de este producto es sólo superada por el comercio del petróleo, dentro del rubro de productos básicos,^[2] lo cual nos da una clara idea de su importancia para numerosas economías de todo el mundo.

Los dos centros financieros mundiales donde se establecen los precios para dicha comercialización son Nueva York y Londres, en estas ciudades se fijan las cotizaciones para el café arábico y robusta^[3] respectivamente. Es a partir de estas cotizaciones que todo el comercio internacional del grano toma lugar.

Junto a la determinación del precio internacional del aromático, la Organización Internacional del Café (OIC) es la instancia que agrupa a todos los gobiernos de países productores y a los consumidores más importantes. En esta organización fue que entre 1962 y 1989^[4] se reguló el comercio del grano, a partir de cláusulas económicas que daban a cada país productor una cuota de mercado preestablecida por año.

El mercado del café fue liberado en 1989 influido por los cambios en la geografía mundial de finales de la década de los ochentas, como la caída del muro de Berlín y la posterior desaparición de la URSS, de manera que desde ese momento cada país sería libre de comprar y vender su café en el mercado

internacional sin ningún tipo de restricciones políticas, sino sólo aquellas acordadas respecto del precio y la calidad del grano.

En un primer momento, el exceso de oferta causó una clara baja en los precios del aromático, si bien algunos países como México compensaron esta situación aumentando sus exportaciones en el corto plazo. No obstante, poco tiempo después esta caída en los precios fue resentida en toda la cadena agroindustrial, lo que por un lado redujo el número de empresas que participaban de este ramo y por el otro aumentó la situación de pobreza en la que viven los pequeños productores, jornaleros y sus familias.

Esta nueva situación de libre mercado ha fortalecido, en el mediano y largo plazos, una tendencia sostenida de precios a la baja, la cual sólo es interrumpida momentáneamente por caídas coyunturales en la producción, como la causada por las condiciones climáticas adversas que hubo en Brasil durante el ciclo 1993/94 que tiene como consecuencia un repunte en los precios de este producto.

La situación internacional de la cafecultura también es reflejada dentro de nuestro país, que entre 1989 y 1999 contaba con aproximadamente 283,000^[5] cafecultores produjeron el aromático en doce Estados de la República. La gran mayoría de ellos son pequeños propietarios con un promedio de 2 hectáreas por productor.

La producción de café en México comenzó alrededor de 1790,^[6] y como en otras latitudes, adoptó desde sus inicios las características de un cultivo dedicado a la exportación, donde los excedentes de calidades inferiores eran consumidas internamente. Así, el café ocupó amplias zonas de clima cálido húmedo, mayoritariamente en las montañas de varios estados del país, donde coincidía con una fuerte presencia de población indígena.

Desde las apartadas poblaciones rurales, el grano llegaba a las manos de diversos acopiadores que abarcaban regiones cada vez más extensas, hasta llegar a ciudades importantes como Córdoba, Puebla, el puerto de Veracruz o la Ciudad de México, donde eran tostados para el consumo interno o exportados para su posterior transformación en mercados como Estados Unidos y Europa, pues además el consumo de café dentro de nuestro país ha sido tradicionalmente bajo con respecto al de otros países.

En México la instancia encargada de regular al sector cafetalero a partir de 1958 fue el Instituto Mexicano del Café (Inmecafé), el cual tuvo diversas funciones a lo largo de su historia y en las distintas zonas cafetaleras. No obstante, una de sus acciones más importantes fue la de influir, en algunas regiones cafetaleras, en los precios del café; organizar a los pequeños productores independientes en Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC); dar apoyos de diversa índole, como asistencia técnica y fertilizantes, etcétera.

Siguiendo la tendencia de disminución de las actividades gubernamentales en actividades económicas que se presentaba en todo el mundo, el Inmecafé dejó de realizar la mayor parte de sus actividades, hasta su desaparición en 1993, siendo reemplazado por el Consejo Mexicano del Café, el cual realizó, sobre todo, actividades de promoción y recopilación de información.

Desde una perspectiva reciente, el cultivo del café tanto en México como en otros países productores ha sido, para los campesinos y jornaleros, una actividad que cada vez les genera menos utilidades, dado el

mecanismo de fijación de sus precios y las ocasionales eventualidades climáticas, políticas y sociales que le acompañan.

Al mismo tiempo, grandes empresas comercializadoras y expendedoras reportan ganancias record, dado que las fluctuaciones de los precios de la materia prima nunca se reflejan con la misma intensidad en el precio que paga el consumidor final. En otras palabras, los beneficios generados por toda la cadena productiva del café permanecen sólo en los últimos escalones de la misma, como ocurre con otros productos básicos.

De esta manera, los pequeños productores viven en una situación precaria, que en muchos casos implica la falta de los servicios básicos, como agua potable, drenaje, electricidad, caminos accesibles, escuelas cercanas, etcétera, mientras que en otras latitudes, unas pocas empresas se benefician de esta situación.

Frente a lo anterior, diversos movimientos han nacido dentro de la sociedad para intentar revertir los efectos negativos del actual sistema de comercio internacional. Entre dichas iniciativas, la de comercio justo es una de las que mayor expansión ha experimentado entre los consumidores, principalmente en el ámbito europeo, pero también en América del Norte, Japón y más recientemente en México.

El comercio justo en sus orígenes era llamado "comercio alternativo", al intentar desarrollar un canal de comercialización que fuese paralelo al del comercio convencional. De este comercio alternativo participaban pequeños grupos de personas políticamente comprometidas con causas sociales desde 1967 en Europa. La idea central era excluir a los intermediarios que se beneficiaban excesivamente de la comercialización del aromático y realizar un comercio directo que dejara una mayor ganancia para los productores y sus familias.

Si bien este es un antecedente importante, también debemos reconocer que su expansión, para el caso del café, fue muy lenta, y después de 15 años ese tipo de comercio alcanzaba sólo un 0.2% del mercado holandés,^[7] limitándose además a productos muy específicos como el café, miel y algunas artesanías hechas con madera.

Fue en la segunda mitad de los años ochenta que el concepto de comercio justo empezó a ponerse en práctica, a partir de la colaboración entre cafecultores mexicanos y organizaciones de cooperación internacional holandesas. El nuevo enfoque consiste también en adquirir los alimentos directamente de los pequeños productores, pero ahora participa un mayor número de agentes, como importadores, tostadores, grandes cadenas de supermercados e incluso empresas reconocidas mundialmente, tanto por sus ventas de café al menudeo como en taza.

De esta manera, en poco tiempo se llegó a un 2% del mercado que compraba café de los pequeños productores (café limpio o café alternativo). Si bien esta cifra es todavía modesta, también abrió un espacio para que esta iniciativa se multiplicara en nuevos espacios, abarcando hasta 1999 a Estados Unidos, Japón, México, Canadá y a 14 países europeos, entre los que destacan Holanda y Suiza.

El mecanismo de comercio justo busca establecer relaciones directas y de largo plazo entre grupos de pequeños productores organizados e importadores - compradores para eliminar en lo posible la intermediación del sistema convencional. En esta relación se establece un precio mínimo de garantía, de manera que las fluctuaciones de las cotizaciones internacionales no afecten a los productores; ese precio

es de \$121 dólares estadounidenses por cada 100 libras de café verde (45.35 kg.), además de que se incluye una prima social de \$5 dólares, la cual debe ser destinada a proyectos locales.

Las organizaciones campesinas que venden su café dentro del esquema de comercio justo alcanzan precios de \$126 dólares, mientras que en el mercado convencional los precios llegaron a \$58.0 USD por las mismas 100 libras de café con calidades equivalentes en la cosecha 1992/93.^[8] Paralelo a los precios de garantía, se establecieron programas de créditos en condiciones favorables, asistencia técnica, proyectos de promoción y se amplió el espectro de productos comprados en condiciones de comercio justo, como en el caso del jugo de naranja, cacao, plátanos, etcétera.

En los hechos, son extremadamente pocas las organizaciones cafetaleras que consiguen vender el 100% de su producción en condiciones de comercio justo, y menos aún aquellas que obtienen algún tipo de créditos de los compradores.

En México, los beneficios del comercio justo para los pequeños productores se hicieron sentir desde 1988, lo cual ha beneficiado en distintos grados, a cooperativas de pequeños productores indígenas de Chiapas y Oaxaca principalmente.

Por su parte, los productores han sido sensibilizados respecto de los intereses y gustos de los consumidores de mercados distantes, y poco a poco han adecuado la calidad de su grano, además de empezar proyectos que disminuyan su dependencia de un solo cultivo. Por otro lado, las organizaciones cafetaleras han entablado un mayor diálogo entre ellas, e incluso han llegado a presentar posturas conjuntas frente a problemas e intereses comunes.

Consideramos que en 1999 el movimiento de comercio justo en México empezó una nueva etapa, pues se creó la primera asociación que promueve esta iniciativa en el mercado local y cuyos orígenes están directamente relacionados con las organizaciones cafetaleras que ya participaban en el mercado justo internacional. Este hecho ha marcado fuertemente el desarrollo de esta iniciativa a nivel nacional.

En el caso de México los retos también son numerosos, en tanto que la mayoría de las organizaciones que participan del mercado justo internacional no tienen la posibilidad de vender toda su producción en condiciones favorables, e incluso aquellas que sí lo han logrado tienen pocos beneficios derivados exclusivamente de la comercialización del grano, pues tales organizaciones son formadas por cientos y miles de agremiados, lo cual diluye las ganancias generadas.

Hasta ahora podemos ver cómo el comercio justo es una iniciativa que intenta aliviar las condiciones de explotación y pobreza en las que viven numerosas familias de pequeños cafecultores en México y el mundo. Pretende ofrecer una alternativa para que las organizaciones de productores que cumplan con ciertos requisitos, enfrenten por sus propios medios la situación económica heredada desde hace siglos, si bien siguen existiendo numerosos retos y limitaciones que deben ser analizadas.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito evaluar si el comercio justo ha sido una alternativa real para el desarrollo de los pequeños cafecultores en México entre 1989 y 1999 debido a que dicho periodo marca claramente el término de las prácticas de intervención del Estado y el inicio del libre mercado tanto en el mundo como dentro de nuestro país.

Cabe señalar que además de la investigación biblio-hemerográfica, se tuvo la oportunidad de realizar visitas de campo a comunidades de la Sierra de Zongolica en Veracruz realizadas cada diciembre entre 1995 y 2000; a comunidades del municipio de Cuetzalan del Progreso, Puebla entre 1997 y 2000 y; a la ciudad de Tapachula, Chiapas en 1998. En estas visitas se entrevistó a campesinos, amas de casa y dirigentes locales sobre diversas situaciones acaecidas en las regiones visitadas, y de ello se recogen aquí algunos testimonios. Adicionalmente se realizó otra visita a las ciudades de Toronto (julio - agosto de 2001) y Montreal (septiembre - noviembre de 2001), Canadá, en las que se tuvo contacto con la tienda y la tostadora del *Café Santropol*, como un ejemplo del funcionamiento del comercio justo desde la perspectiva de una empresa importadora.

La composición de este trabajo de tesis es el siguiente: En el *primer apartado* se describirán algunos datos básicos acerca de la planta del café y se hará un análisis de la situación de la cafecultura mundial dada la importancia económica y social de este cultivo. Para ello se analizarán algunas tendencias de la oferta y demanda del grano dentro del periodo de estudio, además de señalar datos específicos sobre los principales países consumidores de café. Posteriormente se tratará la situación de la cafecultura en México, incluyendo sus principales rasgos económicos, políticos y sociales.

En el *segundo capítulo* se estudiará a las empresas sociales de pequeños productores, su origen y algunas ventajas y problemas que ellas mismas conllevan, pues tienen una vida interna muy intensa que en última instancia les facilita o dificulta el dirigir sus esfuerzos hacia un objetivo u otro. De estas organizaciones describiremos características organizativas, algunos problemas y ventajas para el agricultor individual, lo que ha permitirá determinar su importancia como alternativa para mejorar el nivel de vida de los cafetaleros mexicanos.

En el *tercer capítulo* describiremos las principales características del comercio justo internacional, sus antecedentes como comercio alternativo, su nacimiento formal y sus actores más representativos; también se describirá su funcionamiento y los mecanismos que utiliza. Posteriormente se enunciarán algunas de sus limitaciones para finalmente hacer un primer balance de esta iniciativa.

Para terminar este apartado se abordará brevemente una variante del sistema ortodoxo de comercio justo, que es la primera iniciativa de comercio justo en un país productor de café, México. Aquí se tratarán algunas herramientas de promoción utilizadas y se incluirán a ciertos actores destacados en el ramo. También se hará un breve balance de la actuación de la iniciativa mexicana.

Cabe mencionar que este tipo de análisis pretende abrir nuevas líneas de investigación posteriores a 1999 en proyectos futuros.

[1] Oxfam Internacional; *Pobreza en tu taza. La verdad sobre el negocio del café*; s/l; Oxfam Internacional, 2002; Pág. 6.

[2] Producto agrícola, forestal, pesquero, de caza o cualquier mineral, a cuyo valor la elaboración sólo haya contribuido en pequeña medida. Tomado de UNCTAD, documento TD/b/c/2/3/,2 de julio de 1965. Los productos tropicales básicos son: café, té, cacao y plátano. Citado por Aurora C. Martínez Morales; *El proceso cafetalero mexicano*; México, IIE-UNAM; 1996; Pág. 20

[3] Existen dos especies de café, el robusta (*Coffea canephora*) y el arábico (*Coffea arabica* L.),

igualmente conocido como arábigo. Aproximadamente el 98% de los cafetos en México son variedades arábicas como la Bourbon, Garnica o Typica, entre otras. Cada variedad posee diferencias de calidad, volumen producido, rendimiento, resistencia a las plagas y a las enfermedades, aroma, acidez, etcétera.

[4] Sitio consultado enero de 2003.

[5] Mario Monroy; ¿Qué hay detrás de una taza de café? Datos básicos del café; en https://vinculando.org/mercado/datos_cafe.htm

[6] *Ibidem.*

[7] Nico Roozen y Frans VanderHoff; *La aventura del comercio justo*; Mexico; Impretei, 2000; Pág. 80. Este ejemplo es ilustrativo en tanto Holanda es uno de los países más interesados en esta iniciativa.

[8] Cifras tomadas de