

Una experiencia de comercio justo en México

by Francisco Aguirre S. - lunes, mayo 23, 2005

<https://vinculando.org/comerciojusto/mexico.html>

Documento basado en la ponencia presentada en el coloquio "Commerce équitable, coopératives et développement durable"; 26 y 27 de septiembre, 2002; UQAM, Montreal.

Introducción

La crisis por la que atraviesa actualmente nuestro país, como decenas de otras naciones en desarrollo, ha afectado a la gran mayoría de la población.

Entre otros indicadores de esta situación, encontramos que su poder adquisitivo ha disminuido enormemente a lo largo de los últimos 30 años, lo cual ha causado que las familias mexicanas hayan reducido su nivel de consumo y calidad de vida sistemáticamente.

Como es bien conocido, los pequeños productores, artesanos, etcétera, se ven obligados a vender sus productos a los intermediarios locales con precios castigados por que no pueden transformar y transportar sus productos de manera que satisfagan ellos mismos las demandas de los consumidores de los grandes centros de consumo.

Una de las principales causas de esta situación se relaciona con el funcionamiento del mercado mundial, donde millones de pequeños productores dependen en buena medida de la exportación de materias primas como café o madera para obtener los ingresos que les permitan sobrevivir. En los casos del café y el cacao por ejemplo, sus precios en el mercado mundial han llegado a los niveles más bajos de la historia en términos reales, lo que no permite cubrir siquiera sus costos de producción.

Para ejemplificar esta situación a nivel mundial, baste recordar que en más de 50 países en desarrollo, más de la mitad de sus ingresos por exportaciones dependen de tres o menos materias primas^[1] y, en lo que respecta a México, que las ventas en conjunto de Wal-Mart, IBM y Nestlé son equivalentes al PIB del país^[2].

Frente a esto, muchos pequeños productores organizados han optado por diferentes caminos para sortear mejor los problemas que se les presentan. Entre dichos caminos, el comercio justo representa uno de los que han ganado más interés por parte de diversos grupos en la sociedad civil.

Comercio justo en México.

El sistema de comercio justo tiene como uno de sus fundamentos más importantes a la relación de confianza entre productores, comercializadores y consumidores, que se materializa cuando estos actores están dispuestos a colaborar entre sí sobre la base de relaciones mutuamente benéficas y de largo plazo, donde al pequeño productor se le compran sus productos con un precio mínimo de garantía que, en el caso del café, va desde 121 hasta 141 USD por 100 libras*.

Así, el comercio justo se refiere a aquellas relaciones comerciales entre organizaciones de pequeños productores y organizaciones o empresas que permitan a los primeros obtener un ingreso mayor al que recibirían en el mercado convencional, lo que les empezaría a permitir impulsar sus propios procesos e instrumentos de desarrollo sostenible.

De esta manera, uno de los elementos que se encuentran en la base de las actividades de comercio justo realizadas en México, está relacionada con la identificación de espacios comunes donde los intereses de los sectores involucrados puedan complementarse satisfactoriamente, pues el mecanismo de comercio justo es aún poco conocido dentro de la sociedad mexicana, y por ende no se han clarificado completamente los beneficios que esta práctica puede representar para cada uno de los participantes del mismo.

También es importante enfatizar que si bien el comercio justo tiene un origen que busca la adecuada distribución de ganancias y la socialización de las relaciones comerciales, actualmente está poniendo un mayor énfasis en complementar su práctica tanto con el cuidado ecológico de las áreas productoras en los países en desarrollo como con la salud de los consumidores de países desarrollados.

Paralelamente a lo anterior, diversas iniciativas de comercio justo en México buscan aprovechar el enorme potencial del mercado local, donde hay mayores posibilidades de potenciar las ancestrales formas de solidaridad y cooperación comunitarias como el trueque y el tequio*. Así, la práctica del comercio justo entre productores y consumidores mexicanos busca promover y reforzar los lazos de corresponsabilidad entre productores y consumidores que comparten un mismo territorio y numerosas costumbres.

Límites del mercado de comercio justo.

Al observar que el acceso de nuevas organizaciones al registro de productores de Fair-Trade Labelling Organizations International (FLO[3]) ha sido condicionado esgrimiendo el argumento de que la demanda de los productos de comercio justo no es suficiente para absorber toda la oferta actual de los mismos, fácilmente se podría pensar en aplicar mecanismos del mercado convencional que estimulen dicha demanda.

Así, el tamaño actual de la demanda de productos de comercio justo ha propiciado que en Europa se discuta seriamente si podrían funcionar estrategias del mercado convencional como la disminución del precio mínimo de garantía para retener y atraer consumidores.

Quienes sostienen esta postura olvidan fácilmente cuál fue la razón misma para la creación de un sistema "alternativo" de comercio, que posteriormente se llamaría "justo", que es, en su esfera comercial, el dar al pequeño productor un pago digno que corresponda al trabajo aplicado a la producción y transformación de sus productos, buscando así diferenciarse de los coyotes que buscaban pagar los precios más bajos posibles en aras de maximizar sus ya grandes ganancias.

Frente a esta "opción", proponemos informar más y mejor a los consumidores acerca de los valores, actores y beneficios del comercio justo, pero además, el sugerir estrategias que apoyen la salud y economía de los consumidores, como el que no se compren diario productos de comercio justo u orgánicos si no se tienen los suficientes recursos, pero sí adquirirlos cuando les sea posible, o comprar sólo un producto de este tipo al ir al supermercado. Lo importante es apoyar de manera constante, y en la medida de las posibilidades individuales, a los productores de los países en vías de desarrollo.

Los consumidores.

Actualmente los consumidores de numerosos países han tomado conciencia de la influencia que pueden ejercer frente a las grandes empresas a través de su poder de compra. Los consumidores urbanos también empiezan a observar la estrecha relación que mantienen con la población rural, incluyendo a los pequeños productores de países en vías de desarrollo, y con todo el ecosistema planetario.

En lo que respecta al sistema de comercio justo, es precisamente cada consumidor quien representa su principal

soporte debido a que proporciona los dos elementos básicos para su funcionamiento: a) un interés inicial concreto respecto a una situación o problema (económico, social, ambiental, etcétera) que genera diversas acciones tendientes a solucionarlo y; b) los recursos económicos y humanos, principalmente, con los cuales concluye el ciclo de producción, comercialización y consumo, en donde participan productores, empresas, certificadores, etcétera, y que da paso a un nuevo ciclo.

Así, el comercio justo se ha convertido en una herramienta para que el consumidor comunique a las empresas su postura y preferencias mediante el ejercicio *activo y conciente* de su poder de compra. De esta forma, el consumidor deja de lado el papel de espectador que se le había asignado para empezar a participar económica y socialmente en sus propias comunidades y en la vida de productores de países lejanos, al mismo tiempo que adquiere un producto de alta calidad con un precio razonable.

Si bien el comercio justo nació inicialmente para apoyar a pequeños productores de países en desarrollo a través de mecanismos como el precio mínimo de garantía, en la actualidad también ha participado en la formación o crecimiento de grupos de consumidores, principalmente urbanos, preocupados por mejorar las condiciones bajo las cuales adquieren los bienes que necesitan, ya sea por poder tener precios de compra más bajos, por tener mayor calidad o por no contener elementos dañinos para el ser humano. De esta manera, el comercio justo también ha comenzado a beneficiar a los consumidores de manera tangible.

Hagamos conciencia. Cada pequeña compra que realizamos día con día, para la oficina o el hogar, tienen un impacto directo en cada actor de la cadena comercial de ese producto y dentro de todo el sistema económico. Lo importante es tomar en cuenta que dicho impacto puede ser tanto positivo como negativo; es decir, nuestras compras cotidianas están favoreciendo directa e indirectamente o al sistema actual que explota las necesidades tanto de productores como de consumidores, o a un sistema social y ecológicamente responsable que tiene como principal interés el promover una relación respetuosa y de largo plazo entre todos los actores de la sociedad moderna, pues todos somos productores y consumidores de diversas maneras.

Fuentes.

[1] Oxfam International "Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza"; pág. 11.

[2] *Ibidem.*; pág. 43.

* La diferencia entre los precios del café dentro del mercado convencional y en el mercado de comercio justo pueden observarse en la gráfica 1.

* Práctica solidaria dentro de las comunidades indígenas en México.

[3] Para obtener mayor información, consultar <http://www.fairtrade.net>