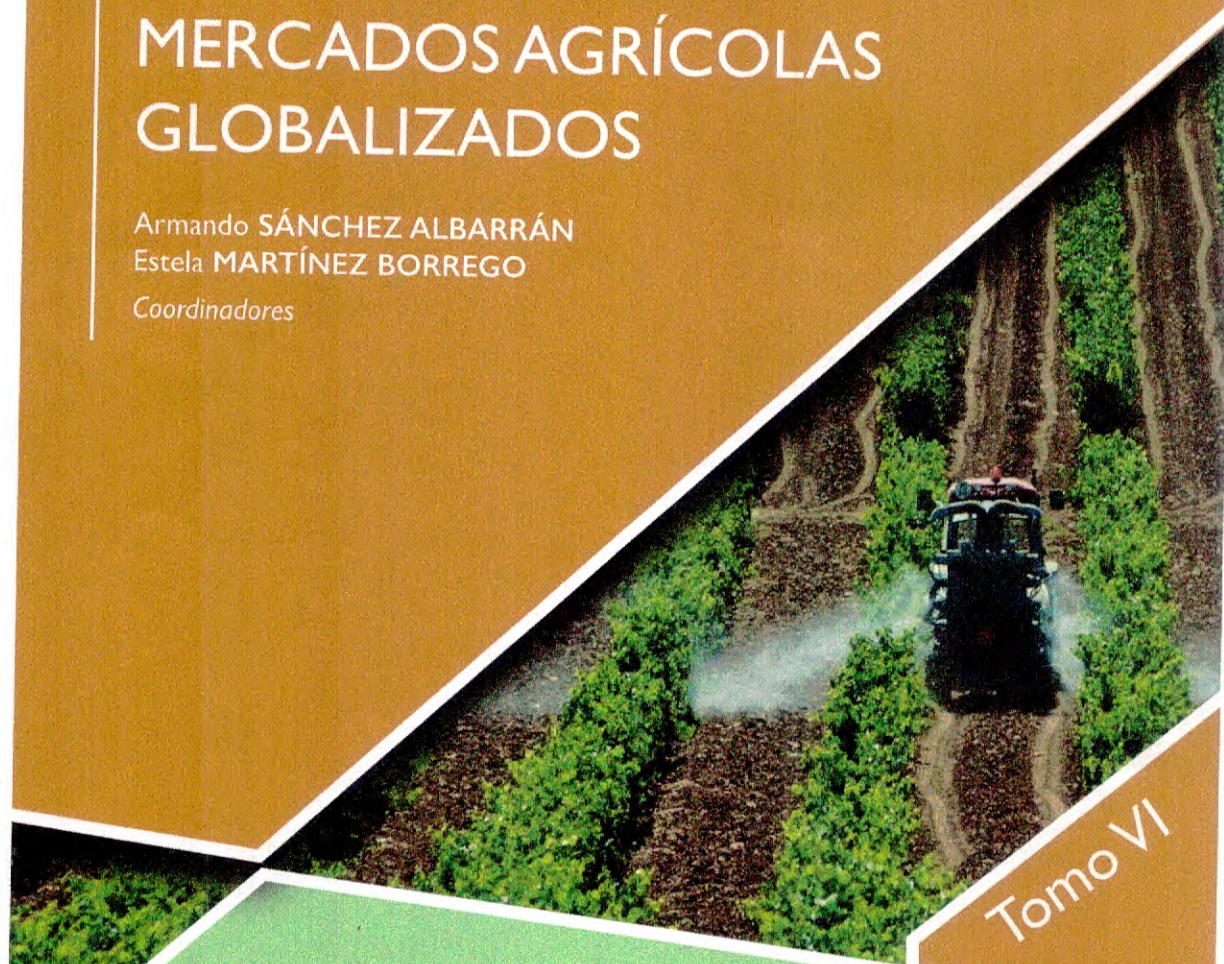


# MÉXICO RURAL ANTE LOS RETOS DEL SIGLO XXI

## MERCADOS AGRÍCOLAS GLOBALIZADOS

Armando SÁNCHEZ ALBARRÁN  
Estela MARTÍNEZ BORREGO  
*Coordinadores*



Tomo VI

Jesús Antonio MADERA PACHECO Nohora GUZMÁN RAMÍREZ  
Olivia María GARRAFA TORRES Hernán SALAS QUINTANAL

*Coordinadores de la colección*

## Presentación

Los retos y desafíos que enfrenta el mundo rural en el siglo XXI son los mismos por los que ha atravesado en al menos los dos siglos anteriores, no obstante que en la actualidad no es posible hacer una separación entre la ciudad y el campo como esferas diferenciadas; sin embargo, las contradicciones sociales y los desafíos que ahora se discuten fueron señalados en el pasado siglo XX e incluso en el XIX, entre ellos: a) la ausencia de una reforma agraria y reparto de tierras en varios países –Brasil, por ejemplo-, y un retroceso en algunos otros –México, entre ellos-; b) el abuso de insumos químicos en la producción, los cuales aumentan la degradación y consecuentemente la salud y calidad de los alimentos; c) el envejecimiento de la población; d) la inequidad de género; y e) la desigualdad social. A estos del pasado y todavía del presente, se suman: f) la precarización y fragmentación de los mercados de trabajo, g) las nuevas disputas territoriales y por los recursos naturales, h) la fragmentación social en las comunidades y la ampliación a las zonas rurales de la violencia e inseguridad social otrora de las ciudades, sólo por mencionar algunos.

Así, sin pretender que sea un fenómeno limitado a esta época, desde finales del siglo XX se ha incrementado hasta el límite la explotación de los recursos como tierra, agua y fuerza de trabajo con la acción fortalecida de grandes empresas que no sólo controlan la distribución de los insumos y los procesos productivos, además de los recursos naturales, excluyendo a la mayoría de los actores rurales involucrados en la cadena productiva. Bajo la acción decidida y protectora del Estado, estas empresas se presentan como innovadoras, bajo un discurso modernizador que trata de esconder un proceso monopolista.

Pero tales procesos de modernización, no sólo aparecen ante seres humanos pasivos y en tiempos recientes, también en los siglos pasados se han encontrado

---

# MÉXICO RURAL ANTE LOS RETOS DEL SIGLO XXI

Jesús Antonio **MADERA PACHECO** Nohora **GUZMÁN RAMÍREZ**  
Olivia María **GARRAFA TORRES** Hernán **SALAS QUINTANAL**

*Coordinadores de la colección*



con diferentes formas de reacción, principalmente a través de movimientos campesinos, en acciones articuladas con movimientos de las ciudades donde ha sido posible observar formas diversas y creativas de apoyo mutuo, tales como grupos de consumidores que acuden a los mercados agroecológicos, personas que exigen y disputan mayores espacios verdes en la ciudad en lucha por mejorar la calidad de vida y volver a aproximarse a la naturaleza.

Hablar del campo mexicano y de las poblaciones rurales es, pues, referirse a diversidad, heterogeneidad, lucha, desigualdad, procesos productivos y un sinnúmero de otros temas que ponen en evidencia su complejidad actual, a la cual nos acercamos desde distintos horizontes y fronteras. En ese tenor, y en el entendido en que no agotamos el análisis, pese al gran número de enfoques teórico-metodológicos con los que actualmente se abordan los estudios del México rural en sus imbricaciones con otros ámbitos, la colección *México Rural ante los retos del siglo XXI*; ha reunido en seis tomos una selección de textos que son producto de investigaciones que, de manera preliminar, fueron presentados en el marco del 10° Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Estudios Rurales (AMER), realizado en la ciudad de Toluca, Edo. de México, en el año 2015, los cuales fueron sometidos a un riguroso proceso de dictaminación académica, bajo el criterio de doble par ciego que la AMER utiliza para la publicación de sus obras.

El Tomo I, titulado *Estrategias e identidades productivas campesinas* es coordinado por Elsa Guzmán Gómez y Jesús Antonio Madera Pacheco. Contiene siete trabajos cuyo eje articulador es el análisis de realidades rurales contemporáneas que buscan mostrar las diversidades existentes en cuanto a maneras de enfrentar y resolver la vida, en un marco complejo de estrategias que incluyen tanto los propios modos en que se perciben a sí mismos los habitantes rurales, como la construcción de redes de relaciones intra e intercomunitarias. En este proceso, los sujetos han creado espacios que desdibujan sus fronteras para dar lugar a nuevas interacciones y redefinir los procesos productivos, dando lugar a nuevas complejidades, las que representan retos no sólo para aquellos que están involucrados en estas dinámicas, sino también para los académicos que buscan entender y explicar realidades cada vez más cambiantes. En este contexto, los conocimientos locales juegan un papel determinante, constituyéndose en el soporte para repensar y adaptarse a nuevas necesidades, las que son fruto de los cambios socioeconómicos, las políticas públicas y sus propias dinámicas.

El Tomo II, lleva por título *Actores, diversidad colectiva y resistencias* es coordinado por Verónica Rodríguez Cabrera y José Javier Maisterrena Zubirán.



AMERICAN UNIVERSITY  
WASHINGTON, D. C.

Reúne nueve trabajos que, reconociendo y partiendo de la diversidad, muestran las múltiples transformaciones del medio rural, así como de sus actores, sus proyectos, sus objetivos y sus identidades. Los retos planteados no son menores; por un lado responden al rompimiento de las relaciones tradicionales entre hombres y mujeres al interior de las comunidades, en términos de derechos no reconocidos y de los múltiples roles de la mujer como sujeto; y por otro, los temas que colocan el acento en las formas resultantes de la relación, no siempre tersa, de los grupos comunitarios con actores externos tales como empresarios, instituciones, las ONG y grupos de académicos.

En un contexto de disputa por los espacios, territorios y recursos, los campesinos constituyen una voz que se levanta frente a su presente y a su devenir, con la capacidad de repensar su quehacer frente a los nuevos retos socioeconómicos y ecológicos. Sus mejores herramientas y estrategias autónomas, han sido sus propias experiencias organizativas y saberes colectivos, adquiridos en el día a día, articuladas y compartidas con otros actores.

En el Tomo III, intitulado *Seguridad alimentaria*, coordinado por Beatriz A. Cavallotti Vázquez y Nicola María Keilbach Baer, se integran seis estudios que presentan experiencias cuyo común denominador es la capacidad adaptativa de las poblaciones, mediante el uso de complejas y diversas estrategias que les permiten continuar siendo campesinos, y al mismo tiempo garantizar el acceso a la alimentación de poblaciones urbanas. Frente a la presión sobre los recursos y la constante amenaza de la escasez de alimentos, los académicos se han dado a la tarea de documentar algunas alternativas propuestas por las comunidades, que se han desarrollado en el campo mexicano, adaptadas a las necesidades y condiciones locales. Dichas alternativas se abordan desde diferentes perspectivas teórico-metodológicas, para dar cuenta de la diversidad de procesos y relaciones que se articulan alrededor de la seguridad alimentaria.

El Tomo IV, *Política pública y territorialidades*, es coordinado por Olivia María Garrafa Torres, Carlos Rodríguez Wallenius, Susana Edith Rappo Míguez y Rodolfo García Zamora. Integra catorce textos organizados en dos apartados; *Políticas públicas: consecuencias productivas y demandas sociales* y, *Territorialidades: expresiones, transformaciones y resistencias*. Si algo ha caracterizado la gestión pública del país es su verticalidad, es decir, la formulación de políticas públicas sin la participación de los actores afectados por ellas. De ahí que los estudios presentados dan cuenta de la exclusión y marginación de los productores rurales a partir de una política de Estado en la que el mundo campesino es un lastre; no solamente desde la mirada productiva, sino también social.

Tomo VI

# MERCADOS AGRÍCOLAS GLOBALIZADOS

Armando SÁNCHEZ ALBARRÁN

Estela MARTÍNEZ BORREGO

*Coordinadores*



Universidad  
Autónoma  
Metropolitana  
Casa abierta al tiempo **Azacapatzalco**





THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
LIBRARY

1960

1960

1960

México rural ante los retos del siglo XXI

Jesús Antonio **Madera Pacheco**

Nohora **Guzmán Ramírez**

Olivia María **Garrafa Torres**

Hernán **Salas Quintanal**

*Coordinadores de la colección*

TOMO VI **MERCADOS AGRÍCOLAS GLOBALIZADOS**

Armando **Sánchez Albarrán**

Estela **Martínez Borrego**

*Coordinadores*

Primera edición, 2017

ISBN de la colección: 978-607-9293-24-6

ISBN del Tomo I: 978-607-9293-28-4

D.R. © 2017, Asociación Mexicana de Estudios Rurales, A.C.  
Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM  
Circuito Mario de la Cueva s/n, Zona Cultural  
Ciudad Universitaria, 04510, CDMX.

D.R. © 2017, Universidad Autónoma de Nayarit  
Ciudad de la Cultura "Amado Nervo", 63155, Tepic, Nay.

D.R. © 2017, Universidad Autónoma Chapingo  
Km 38.5 carretera México - Texcoco, Chapingo, Estado de México.

D.R. © 2017, Universidad Autónoma Metropolitana -Azcapotzalco-  
Avenida San Pablo 180, Col. Reynosa Tamaulipas, 02200, Delegación  
Azcapotzalco, CDMX.

Este libro fue sometido a un proceso de dictaminación académica, de acuerdo con las normas establecidas por el Consejo Editorial de la Asociación Mexicana de Estudios Rurales, A.C. Los derechos exclusivos de la edición quedan reservados para todos los países de habla hispana. Prohibida la reproducción parcial o total, por cualquier medio, sin el consentimiento por escrito de los legítimos titulares de los derechos.

Impreso en México / *Printed in Mexico*

y los productores buscan participar en los mercados internacionales. Frente a este panorama son varias las alternativas que se han generado y algunas de ellas son abordadas en este tomo.

Esperamos que la lectura de los trabajos seleccionados, sea de utilidad para sensibilizar a quienes tienen en sus manos el poder de decidir una buena parte del destino de las poblaciones rurales y campesinas del país, con el diseño de mecanismos útiles y aplicables en los diversos grupos campesinos; además de que contribuya en la preparación que requieren los investigadores, entidades gubernamentales, instituciones privadas, las ONG, y todos los actores sociales involucrados en enfrentar los retos del México rural del siglo XXI.

Finalmente, queremos reconocer a los autores por su contribución y la profundidad de sus investigaciones cuyos resultados se reúnen en esta colección. Asimismo, a todos los académicos que colaboraron con gran seriedad y profesionalismo en el dictamen al que fueron sometidos los trabajos, para su publicación en esta obra; y a las instituciones académicas que coadyuvaron para la edición de esta nueva Colección AMER.

Jesús Antonio MADERA PACHECO  
Nohora GUZMÁN RAMÍREZ  
Olivia María GARRAFA TORRES  
Hernán SALAS QUINTANAL

*Coordinadores de la colección*

México, febrero de 2017

## Contenido

- 1 | **Presentación**  
Jesús Antonio Madera Pacheco  
Nohora Guzmán Ramírez  
Olivia María Garrafa Torres  
Hernán Salas Quintanal
- 7 | **Introducción**  
Armando Sánchez Albarrán  
Estela Martínez Borrego
- 19 | **¿Mercados alternativos o alternativas al mercado? Los avatares del comercio justo del café y otras iniciativas**  
Silvia Nuria Jurado Celis
- 39 | **Retos y perspectivas de las organizaciones del comercio justo. Una mirada desde el sector cafetalero de México**  
Gladys Karina Sánchez Juárez
- 55 | **La denominación de origen de la miel de Yucatán como impulsor del desarrollo regional**  
Mildred Noemí Córdova Buenfil

## Introducción

ARMANDO SÁNCHEZ ALBARRÁN  
ESTELA MARTÍNEZ BORREGO

La globalización del sistema económico actual ha significado la progresiva reorganización e integración de los sistemas productivos en sus diferentes fases: producción, transformación, distribución-comercialización y consumo. En términos operativos se trata de la constitución de "...una red de procesos productivos intervencionales que podemos denominar cadena(s) de mercancías basada en el principio de acumulación de capital" (Wallerstein, 1989: 56-57).

En el caso de los productos agropecuarios dichos procesos se integran por encima de las fronteras nacionales, lo que da pie a la interconexión global de las cadenas productivas del sector agrícola y pecuario, mediante la intensificación de la especialización en la producción y la integración, tanto de empresas como de regiones y/o naciones en cadenas agroalimentarias mundiales dirigidas actualmente por el creciente poder de las empresas transnacionales, apuntalado por el Estado, todo ello conformando un sistema agroalimentario mundial (Martínez, *et al.*, 2003). De ahí que las agriculturas de los diferentes países se articulen a dicho sistema agroalimentario mundial, lo que supone el cambio en sus prácticas agrícolas; nuevas relaciones entre capital y trabajo; así como la creación y proliferación de las agroindustrias, las más de las veces transnacionales o nacionales, ligadas a estas a través de vínculos comerciales.

Dicho sistema agroalimentario mundial ha evolucionado históricamente, presentando diferentes características. Es regido por diferentes estructuras de producción y consumo de los alimentos en una escala mundial o global y

- 79 | **La gobernanza en la cadena de la denominación de origen del chile habanero de la península de Yucatán**  
José Apolinar Zapata Aguilar  
Pablo Pérez Akaki
- 97 | **Gobernanza territorial e innovación social en las áreas rurales. Dos estudios de caso**  
Gerardo Torres Salcido  
David Aarón Morales Córdova  
Víctor Manuel Velázquez Durán
- 117 | **Indicaciones geográficas y marcas colectivas: el caso de las frutas mexicanas**  
Carlos Morales Troncoso

# Retos y perspectivas de las organizaciones del comercio justo. Una mirada desde el sector cafetalero de México

GLADYS KARINA SÁNCHEZ JUÁREZ<sup>1</sup>

## Resumen

El presente trabajo aborda el origen y desarrollo del comercio justo para analizar los cambios que presenta este sistema de comercio, debido a que sus transformaciones institucionales están dando pie a que los pequeños productores de café organizados pierdan la posibilidad de decidir sobre las reglas de este. Por esta misma razón se observa una disputa entre los diversos actores que están involucrados en los órganos administrativos del sistema, ya que toda decisión o cambio de dirección afecta directamente los intereses de productores y comercializadores principalmente.

No obstante, tratamos de resaltar que pese a las contradicciones y transformaciones que tiene el sistema de comercio justo, éste es una estrategia que resultó fundamental para los cafecultores minifundistas de México, que les permitió mantener sus propias formas de producir y de vivir, del mismo modo la agricultura orgánica fue una tecnología productiva a la cual se adaptaron, ambos elementos los retomaron con el objetivo de obtener mejores ingresos con la venta del aromático.

---

<sup>1</sup> Profesora - Investigadora del Instituto de Investigaciones Sociológicas de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, correo electrónico: glakasj@hotmail.com

Sin embargo, con los cambios que se observan en el sistema de comercio justo, los pequeños cafeticultores enfrentan un gran reto para mantener el sentido ético moral bajo el cual crearon este mecanismo comercial.

## Introducción

A partir de la década de los noventa, diversas organizaciones de cafeticultores se integraron al sistema de comercio justo y a la agricultura orgánica, puesto que ha sido una estrategia fundamental para mantener sus sistemas productivos y de reproducción social, ya que a través de la diferenciación comercial de su producción pueden obtener mejores precios por el grano.

Sin embargo, en la actualidad el cambio en las instituciones creadas por el sistema de comercio justo, y por ende, las reglas del mismo, son factores que están incidiendo sobre las posibilidades de decisión que antes podían tener los pequeños cafeticultores, por lo mismo existe una disputa por participar en las decisiones, en tanto que éstas afectan intereses de los diversos actores de las cadenas agroalimentarias que están dentro del sistema.

Uno de los retos más importantes al que se enfrentan los pequeños cafeticultores es mantener el sentido ético moral con el cual se creó el comercio justo.

El inicio y desarrollo del sistema de comercio justo en México derivó de la propuesta de pequeños productores organizados en coordinación con una organización solidaria europea, y en conjunto lograron instituir el esquema comercial con el objetivo de revalorar el esfuerzo que realizan los campesinos en sus labores de cultivo de productos agroalimentarios, que sobre todo tenía un destino de exportación, en este caso particular fue a partir de una organización de pequeños productores de café orgánico, quienes fueron los fundadores de esta iniciativa (Renard, 1999; Roozen y VanderHoff, 2002; Sánchez, 2007).

### 1. Desarrollo del sello de comercio justo internacional

De esta manera, surgió el planteamiento de crear el sistema de comercio justo, que hoy día se ve fortalecido, tanto en su institucionalización como en su dinámica comercial, debido a que los productos que comercializan con el sello de Fair Trade son reconocidos en algunos países europeos y en Estados Unidos. El sistema de comercio justo ha crecido de manera importante por los volúmenes de venta que se incrementan cada año, en particular, en países

importadores de café, y por su parte, en los países productores se fortaleció el sistema, ya que las organizaciones productivas han permanecido en él durante 22 años.<sup>2</sup>

En el caso de las organizaciones de pequeños productores de café de Oaxaca y Chiapas, además de comercializar con las normas del comercio justo, cumplen también con la normatividad de la agricultura orgánica, esto con el objetivo de mantener una lógica de conservación de la naturaleza y para alcanzar mejores precios en su producción, lo cual en cierta medida les permite elevar los ingresos económicos de las familias campesinas.

Para los pequeños productores de café, incursionar en la agricultura orgánica y el comercio justo, es parte de sus estrategias económico-productivas que les permite continuar con su reproducción social como campesinos en el sur de México, aunque también forma parte de su proyecto político, debido a que a través del comercio justo pretendían que se revalorara el trabajo campesino y como colectivo lograron integrarse al sistema económico global de manera independiente.

Durante cerca de dos décadas el sistema de comercio justo fue una alternativa para los pequeños productores, ya que la crisis del sector cafetalero del año 1989 orilló a los cafeticultores a formar organizaciones para poder comercializar su producción; sin embargo, el problema mayor de ese periodo fue enfrentar los bajos precios del aromático, por lo cual, el comercio justo sentó sus bases a partir de 1992 para reconocer el esfuerzo que realizan los productores minifundistas en sus cultivos, y una forma de reconocer ese esfuerzo fue pagar un sobreprecio por el grano aromático, en función de sus costos de producción, con lo cual se hizo una diferencia en la lógica mercantil que sólo se fundamenta en la ley de la oferta y la demanda.

De esta manera, el comercio justo cumplía el objetivo de pagar un precio más acercado a los costos de producción, revalorar el trabajo campesino de los países pobres, y al mismo tiempo, se abrió la posibilidad de centrarse en esquemas organizativos democráticos y participativos. Por esta razón, cuando se creó Fair Trade Labelling Organizations International (FLO) en 1997,<sup>3</sup> que

<sup>2</sup> Desde la creación del sello de Max Havellar en 1988 una organización de café (Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI) constituyó el sistema de comercio justo en coordinación con la organización Solidaridad de Holanda (VanderHoff, 2005; Renard, 1999).

<sup>3</sup> En el año 1997, 17 iniciativas de sellos nacionales de diferentes países: Holanda, Suiza, Bélgica, Dinamarca, Francia y Noruega que era integrantes del sello Max Havellar, y por otro lado, Alemania, Italia, Austria, Canadá, Estados Unidos de Norte América y Japón que estaban en Transfair; constituyeron una sola institución de certificación de comercio justo que denominaron Fair Trade Labelling Organizations International.

es la institución principal del comercio justo, se constituyó sobre la base de que todos los actores involucrados en el ciclo productivo y comercial, debían integrarse para participar en la toma de decisiones con el objetivo de mantener los principios éticos y comerciales bajo los cuales se creó este sistema.

Por otra parte, desde el inicio también se pensó en la necesidad de hacer crecer este segmento del mercado, ya que, en la medida en que aumentarían las ventas de estos productos, esto podría ser un factor que permitiría incluir a más productores que se pudieran beneficiar del esquema.

Por las razones anteriores, las instituciones de comercio justo son un espacio de discusión, reflexión y negociación para los pequeños productores de café y otros productos, ya que se asumen como actores importantes de esta red de comercio. Hoy día FLO es el órgano administrativo fundamental del sistema de comercio justo y en ese núcleo organizativo existen 3 redes de productores que son miembros de dicha estructura, éstos productores son de África, Asia y de América Latina, en éste último caso, es la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (Clac), la cual a su vez se integra por 6 redes de productos: Red Café, Banano, Cacao, Miel, Azúcar, Jugos y Frutas Frescas (Coscione, 2012).

Sin embargo, además de Clac que es la red latinoamericana, también existen iniciativas nacionales, como en el caso de México, en donde está la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo que se constituyó en el año 2001 por la iniciativa de las organizaciones de café y miel principalmente<sup>4</sup>, por tanto, más que funcionar como redes de productos, esta es la instancia a través de la cual los productores de miel y café principalmente, participan en las asambleas de comercio justo.

En la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo (en adelante Coordinadora Mexicana), son los cafecultores quienes destacan en las reuniones, por su participación activa y porque son una mayoría en México. Es a través de esta instancia que los pequeños productores organizados realizan análisis, reflexiones y planteamientos en torno al rumbo que sigue el sistema de comercio justo, por tanto, es una figura que cobra relevancia para definir la postura de los productores frente a las estrategias comerciales, normas que se definen y la administración que se desarrolla en FLO.

---

<sup>4</sup> La Coordinadora Mexicana se constituyó en el año 2001, actualmente cuenta con cerca de 40 organizaciones asociadas, su formación fue por el impulso de Comercio Justo México y por el apoyo financiero de la Fundación Solidaridad de Holanda (La misma organización que impulsó la constitución del sistema de comercio justo internacional).

Desde que se constituyó FLO, su estructura administrativa y de organización ha tenido, en cierta medida, algunos cambios, en tanto que, cuando inició el sistema, no contaban con instituciones consolidadas, sólo se trataba de establecer relaciones entre los importadores y los productores bajo algunas consideraciones para establecer sus convenios comerciales, por lo mismo, los productores sólo tomaban decisiones en el momento de firmar un contrato; sin embargo, con el paso del tiempo el sistema se institucionalizó, y como consecuencia, se formaron núcleos de dirección; por tanto, se hizo necesario la definición de los actores que debían tomar decisiones dentro de la institución. En este segundo momento, es cuando los productores comenzaron a participar en el núcleo que toma decisiones para definir las estrategias comerciales y la actualización normativa, por lo cual, durante este periodo las decisiones trataban de incorporar la visión de los diferentes actores participantes.

Sin embargo, debido a las transformaciones recientes, en la actualidad, nuevamente los productores sienten que están siendo aislados de la toma de decisiones, debido a que la Asamblea General Anual se integra por redes de productores, iniciativas nacionales del sello y organizaciones comerciales. Un órgano directivo de segundo nivel es la Junta Directiva, a través de la cual se toman las decisiones especializadas y de alto impacto en las estrategias comerciales, esta se integra por cinco representantes de las iniciativas nacionales, cuatro representantes de las redes de productores, tres miembros “expertos” externos y dos representantes de comerciantes Fairtrade (Coscione, 2012). En un tercer nivel está el equipo de liderazgo, que se integra por el personal operativo de FLO y son los encargados de tomar las decisiones inmediatas en la dinámica cotidiana.

Los cambios realizados en la estructura administrativa durante los últimos cinco años, generó una reconfiguración en la forma en cómo se toman las decisiones, y por lo mismo, en diversos momentos los actores enfrentan cambios en ello, los que muchas veces aminoran su posibilidad de incidir en decisiones que afectan directamente sus intereses. En la etapa actual de FLO, son los productores quienes se sienten excluidos de las decisiones porque en gran medida son las organizaciones comerciales quienes logran incidir con mayor fuerza, con el argumento de que son los más cercanos a los consumidores, y por tanto, son éstas instancias las que pueden orientar el rumbo de FLO, ya que el comercio justo se sostiene gracias a la demanda de los consumidores.

Lo que se observa en esta etapa, de acuerdo con la percepción de los productores, es que además de las organizaciones comerciales, también el

personal operativo toma decisiones importantes sin consultar a las instancias de mayor rango de autoridad, motivo por el cual los productores han perdido las posibilidades de decidir y sólo reciben la información de los acuerdos que definen los actores antes mencionados.

De tal forma que, las transformaciones en la estructura organizativa han tenido efectos en la forma de tomar decisiones, porque incluso comienzan a reflejarse sólo los intereses de particulares, o bien, en concreto, parece que los objetivos actuales de FLO sólo persiguen fines de comercio, debido a que por ejemplo los “expertos” que tienen injerencia en un nivel directivo, tienen un perfil de especialistas en desarrollos comerciales porque su experiencia es de trabajo en empresas trasnacionales como Nestlé, por la misma razón, sólo se centran en los cambios necesarios para mantener o aumentar los niveles del negocio, tanto en términos financieros como en función del impacto en la mercadotecnia, y abandonan o hacen a un lado los criterios de sentido ético-moral con los cuales fue creado el sistema de comercio justo.

En ese sentido, hoy podemos ver que una de las decisiones que refleja esta situación es la entrada de la gigantesca empresa trasnacional Nestlé en el sistema, misma que se está certificando con el sello de FLO. Desde la versión y discusión de los productores de México, a través de las reuniones de la Coordinadora Mexicana, esta fue una decisión prácticamente unilateral por el personal operativo de FLO, y en cierta medida, avalada por las organizaciones comerciales y por los expertos.

Si bien es cierto, que esta decisión tendría un impacto positivo en las finanzas de FLO, y aunque el grupo de personas que tomó la decisión pensó que además tendría beneficios de mercadotecnia porque llegaría a más consumidores con los diversos productos del comercio justo; también es cierto que esta decisión causó diversas posiciones en los consumidores, sobre todo, porque les generó algunas confusiones, al grado de cuestionar el verdadero objetivo y alcance de beneficios del comercio justo hacia los productores.

En un primer momento, esta situación nunca se visualizó y tampoco se consideraron los efectos en el comercio justo, por ejemplo, el hecho de que los consumidores cuestionen al sistema, genera la pérdida de credibilidad del mismo, esto a su vez tiene implicaciones en la disminución de ventas.

Otro efecto es que algunos iniciadores de este movimiento, como lo es el caso concreto de la empresa Gepa de Alemania que es un importador histórico, impulsó un sello propio para superar la confusión entre los consumidores. Esta situación está redundando en la fragmentación del movimiento, porque ahora

entre la empresa Gepa y los productores, se generó una postura divergente respecto al sello nuevo que creó la empresa, ya que los productores desde el año 2006 iniciaron su proceso de construcción del símbolo de pequeños productores; sin embargo, la empresa Gepa no se sumó a esta iniciativa, la cual surgió porque los productores argumentaron que se estaban elevando los costos de certificación para comercializar en el sistema, con ello se perdía el principio básico acerca de que los costos de ninguna manera debían representar un obstáculo para los productores, debido a estar dentro del comercio justo.

El símbolo de pequeños productores de comercio justo pretende también posicionarse como sello comercial, precisamente porque ya se estaban generando diferencias de visión entre los productores y el personal de FLO, con este símbolo, los productores buscan posicionarse como sello de venta en mercados nacionales e internacionales, también han desarrollado normas para cada producto, tal como las tienen en FLO, el enorme contraste es que con el símbolo de pequeños productores única y exclusivamente se pueden certificar a las organizaciones de pequeños productores y queda absolutamente claro que no está permitida la aceptación de grandes fincas o empresas privadas en este esquema.

El sello comercial del símbolo de pequeños productores de comercio justo es la identificación de su sistema y realizaron el lanzamiento público en el mes de marzo del año 2006, se presenta enseguida:



Fuente: <http://spp.coop>

Los productores obviamente se sienten más identificados con su símbolo, porque históricamente han tenido grandes controversias con las grandes empresas agroalimentarias, debido a que son estas quienes imponen lógicas de extrema explotación, controlan los precios en el mercado local, nacional e

internacional por los grandes capitales financieros con los que cuentan y son una competencia insuperable por el nivel de recursos financieros que pueden invertir en tecnología, difusión e innovación de productos. De este modo, el símbolo de pequeños productores pretende retomar principios exclusivos de productores minifundistas organizados, quienes intentan mantenerse en la economía del mercado internacional.

Debido a que esta iniciativa nació en el año 2006, fue una razón para que los productores cuestionaran a Gepa, en tanto que teniendo ya una historia de creación no quisieron sumarse al símbolo; sin embargo, prefirieron crear un sello nuevo propio, lo cual puede ser válido para ambos grupos de actores; sin embargo, lo que se trata de dar cuenta, es la fragmentación que se observa a raíz de los cambios operados desde FLO.

Ahora bien, los diversos actores están en una etapa de construir nuevos caminos similares entre ellos, aunque de forma separada, porque hay un cambio de visión al interior del sistema de comercio justo, ya que comienza a predominar el sentido comercial, porque la idea principal de algunos importadores es centrarse en el éxito de los negocios, dejando de lado el sentido de solidaridad; a pesar de que los productores aún tienen grandes complicaciones de carácter financiero, productivo y organizativo; es decir, lejos de solucionar problemáticas de manera conjunta, cada grupo vela por sus intereses, de tal forma que se gestó un distanciamiento entre importadores y productores.

Por otra parte, otro aspecto que está propiciando la fragmentación al interior del comercio justo, es que en las diversas localidades donde se produce café, los productores enfrentan las fluctuaciones del precio, ya que en los últimos años los precios que se alcanzaron de acuerdo con la bolsa de valores de Nueva York, estuvieron por arriba de los precios mínimos del comercio justo, una razón que permite a los intermediarios locales poder ofrecer igual o mejores precios a los productores locales, por tanto, al interior de las organizaciones comienzan a cuestionar los “beneficios” del comercio justo que exige un pago de certificación, cumplir con una normatividad específica y mantener altos estándares de calidad.

Además de las complicaciones que enfrentan los pequeños productores de café para superar los retos comerciales, también están atravesando una crisis productiva, debido a que la plaga de la roya afectó las plantaciones, por lo mismo, sus rendimientos disminuyeron considerablemente. Esta crisis propició también que cuestionaran el funcionamiento del comercio justo porque no encuentran algún respaldo a través del sistema, poniendo en evidencia que a

pesar de tener tantos años de experiencia comercial en un esquema solidario, esto no fue suficiente para impulsar la tecnificación y la investigación que les permitiera mejorar su proceso productivo.

Nuevamente, lo que se observa es un periodo de crisis en el sector cafetalero y ahora también en la creación de alternativas de comercio que parece haber llegado a su límite, porque se presenta una especie de cooptación en términos de Jaffe (2010), o bien, son los límites naturales de lo que una alternativa puede tener dentro de un sistema económico que funciona única y exclusivamente en las lógicas de mercado. Es decir, seguimos el argumento de que la lógica de mercado incide en las relaciones sociales, en los diversos ámbitos de la vida, en las estructuras políticas principales como son los Estados Nacionales, y en la sociedad, tal como se observa en los colectivos que se crearon con un sentido de solidaridad, en concreto en este último caso me refiero a las organizaciones de pequeños productores de café que fueron los iniciadores e impulsores del sistema de comercio justo internacional.

Con las situaciones que observamos en la dinámica del comercio justo internacional, sobre la tensión o la posible ruptura entre productores, FLO y algunos importadores del grano aromático, las complicaciones productivas que enfrentan los pequeños productores por la afectación de la roya, los precios bajos que obtienen a pesar de que no hay producción en este momento, todo ello da cuenta de una perspectiva desalentadora, no sólo para mantener el sentido ético moral del comercio justo, sino sobre todo, para mantener la propia reproducción social de los campesinos, ya que más allá del comercio justo como alternativa, las que importan son las familias que dependen de este grano, además por la cantidad de trabajo que invierten para mantener este cultivo como una estrategia económico-productiva, por ello, se propusieron generar una alternativa de participación en el mercado internacional que hoy parece desvanecerse.

## 2. El comercio justo como movimiento social

Por otra parte, si bien, el comercio justo es un movimiento social de carácter internacional (Jaffe, 2007; 2010), debido a que se definió una acción colectiva, misma que se entiende como:

Una acción colectiva es el producto de orientaciones intencionales desarrolladas dentro de un campo de oportunidades y restricciones, y su significado se construye en la interacción social; es decir “son los actores sociales quienes

producen el sentido de sus actos a través de las relaciones que entablan entre ellos” (Melucci, 1994: 127), construyen constantemente el sentido de estar juntos, existe solidaridad entendida como el reconocerse y ser reconocidos como parte de un mismo sistema de relaciones sociales (ibíd.); sin embargo, la realidad no es lineal y existen tensiones tanto para dar sentido continuo al colectivo como para sostener la solidaridad, porque al mismo tiempo son grupos de individuos con necesidades particulares que precisamente hace que se conjugue una pluralidad de intereses (Sánchez, 2014).

En este sentido, además de que el colectivo se reconfigura constantemente y se une por el principio de solidaridad, considero que el comercio justo es un movimiento social porque en su origen pretendía generar acciones para modificar la estructura del mercado predominante; en términos de Giménez (1994), intentó propiciar una ruptura en los límites de compatibilidad de los sistemas de referencia.

Los diversos actores sociales que participan: productores, importadores, consumidores, etc.; son un colectivo que también son grupos de individuos que tienen intereses particulares, por tanto, en ciertas ocasiones, la diversidad de necesidades puede generar tensiones que hace que se reconfigure el colectivo y que la solidaridad se evalúe constantemente.

Muchas veces esa reconfiguración puede suponer también la pérdida de sentido de la acción colectiva, porque también entra en juego el ambiente externo, que en este caso tratándose de una estrategia comercial, está constantemente enfrentando la posible cooptación de la lógica exclusiva de mercado.

De esta manera, observamos que en el comercio justo se está presentando un momento que puede significar su fase terminal, debido a los mecanismos de control que está enfrentando, tales como la institucionalización excesiva, es decir, la creación y ampliación de figuras institucionales a través de FLO, por ejemplo, las propias redes de productores, las iniciativas nacionales y demás figuras asociativas que se requieren para sostener este sistema. Todo el entramado administrativo está propiciando la terminación del movimiento del comercio justo; en términos de Alberoni (1984) al momento que el movimiento se convierte en institución éste ha sido derrotado.

Por otra parte, también esa institucionalización excesiva genera elevados costos sociales para las organizaciones de productores, a su vez, esta situación provoca el debilitamiento del comercio justo porque los productores dejan de ver los beneficios económicos que en algún momento pudieron alcanzar con

este sistema comercial, ya que los costos de organización y de administración absorben las posibles bondades económicas que les ofrece esta forma de comercialización.

Por último, un tema fundamental que se está cuestionando es la injerencia de grandes empresas multinacionales al interior de FLO, porque la empresa Nestlé ahora tiene productos que oferta en el mercado internacional con el sello de Fairtrade, esta es una situación que ha creado gran confusión entre los consumidores finales porque pone en duda la credibilidad del comercio justo.

Por otra parte, Nestlé es, en efecto, una empresa mundial que cuenta con el capital financiero suficiente para realizar campañas publicitarias, y por supuesto, el nivel de aportación financiera a Fairtrade es superior a lo que las propias organizaciones pueden realizar, razón por la cual el personal operativo de FLO considera que es una empresa importante para impulsar el comercio justo, en tanto que tiene una visión fundamentada en el éxito de los negocios y no tiene suficiente acercamiento con los principios básicos por los que se creó esta dinámica comercial.

Por lo anterior, Jaffee, (2009) se refiere a un proceso de cooptación, porque la lógica del mercado convencional está absorbiendo esta iniciativa, puesto que una empresa convencional global está incidiendo fuertemente dentro del comercio justo y la posible vía alternativa a la lógica de mercado global se está desvaneciendo.

En términos teóricos, Melucci (1999) considera que movimiento e institución constituye el primer intento de construir una teoría sistemática de la eclosión de los movimientos y de la formación de las instituciones. En este sentido, movimiento e institución se contraponen dialécticamente, pero tienen una sustancia profunda en común.<sup>5</sup>

Por ello, Alberoni (1984) argumenta que el movimiento se termina cuando se institucionaliza y se vuelve una forma cotidiana, debido a que el movimiento se crea a partir de un proyecto y esta situación hace que

---

<sup>5</sup> Aunque existen diversas perspectivas teóricas para el estudio de los movimientos sociales, como la “movilización de los recursos” (Tilly, Mc Adam, Mc Carthy y Zald) que busca identificar cómo y con qué se moviliza la sociedad, la “estructural-funcionalista” en dónde se puede encontrar el análisis de Neil Smelsser, y la de “teoría racional” en dónde se ubica a Marcus Olson, estas tres antes mencionadas son los principales enfoques teóricos para el análisis de los movimientos sociales, sin embargo, en este trabajo se recurre a la perspectiva de los “nuevos movimientos sociales” porque se analiza la acción colectiva de una forma más amplia, apelando principalmente a la identidad, y no sólo acotada a la cantidad de los recursos por los cuales se movilizan las organizaciones agrupadas en el comercio justo.

el destino del movimiento se convierta en institución, pero en ese caso el movimiento declina.

Desde esta perspectiva, los movimientos deben analizarse en términos de intereses y de acuerdo a la utilidad que los sujetos sociales buscan en el movimiento; sin embargo, este planteamiento conlleva a pensar que existen intereses individuales en una acción colectiva, y por lo mismo, se reconfigura constantemente.

Por otra parte, dado que un movimiento social amenaza al sistema social porque busca ganar espacios de poder en una correlación de fuerzas, y por tanto, trata de modificar las estructuras establecidas (Giménez, 1994), por lo mismo, el sistema amenazado puede generar mecanismos de control para lograr que los movimientos se rompan.

En este sentido, los sistemas sociales instrumentan mecanismos para controlar a los movimientos, por ejemplo, se puede obstaculizar el movimiento, desaparecerlo, se obligan a ser interpretados de acuerdo con esquemas predefinidos, referirlos a esquemas del pasado, incluso se impide su reconocimiento como movimiento, y por tanto, se limita su impacto general; también se logra desmovilizar a los actores para que desaparezca el movimiento o que se desvanezca, se utilizan métodos de infiltración, cooptación de liderazgos, se interrumpe el movimiento al dirigirlos al camino de su institucionalización y puede aplicarse la represión violenta; finalmente también el utilitarismo puede ser considerado un mecanismo de control (Alberoni, 1984).

Para el caso del comercio justo, consideramos que el movimiento enfrenta diversos mecanismos de control como la cooptación del movimiento por las lógicas del mercado, a través de la injerencia de Nestlé, ya que logra imponer de manera sutil la flexibilización de reglas que favorecen sus intereses como empresa transformadora y comercializadora de alimentos procesados que contienen productos del comercio justo. La cooptación se observa de manera concreta a través de la lógica que sigue el personal operativo de FLO, quienes comienzan a volcarse por el éxito del negocio, independientemente de los principios del sistema comercial, para ello ejemplificamos con el nuevo esquema de negocios que se modificó recientemente en FLO.

El esquema de “Nuevas Opciones de Negocios” (por sus siglas en inglés NBO), cambió por la denominación “Fairtrade Sourcing Partnership” (FST), el cual plantea cambios sustanciales sumamente importantes, en tanto que sustituir el modelo en el que al menos el 20% de cada uno de los ingredientes

de un producto final o compuesto debe estar certificado por el comercio justo para poder usar el sello de Fairtrade, para pasar a un planteamiento en el que al menos un ingrediente debe estar certificado en los productos finales, es un cambio radical en las formas de hacer negocio dentro del esquema de comercio justo, se menciona que su objetivo principal es aumentar las ventas de cacao y azúcar.

Es radical el giro que se plantea, porque el interés principal parece inclinarse hacia la inclusión de grandes corporaciones agroalimentarias con el uso del sello Fairtrade, que por un lado se sustenta en la posibilidad (que no certeza) de que estas empresas compren cada vez mayores volúmenes de azúcar y cacao bajo condiciones de comercio justo.

Sin embargo, debe considerarse que el beneficio de los productores no radica primordialmente en el número de importadores que están dispuestos a comprar sus productos, más bien depende de los compromisos solidarios que establecen a través de los negocios que se pactan, las relaciones comerciales a largo plazo y la responsabilidad compartida de los riesgos entre compradores y productores, ya que “el Mercado Justo es [...] una estrategia poderosa de productores y consumidores para tomar la responsabilidad y el poder real para crear alternativas en el mercado” (VanderHoff, 2005: 26).

Por otra parte, es importante considerar que los productos agroalimentarios desafortunadamente también están sujetos a las fluctuaciones del mercado, lo que significa que a mayor volumen de producción (oferta) corresponde menor precio (desvalorización), por lo tanto, en caso de que se lograra aumentar el volumen de las ventas (demanda) de cacao o azúcar, bajo condiciones de comercio justo a través de grandes corporaciones, el beneficio en primer término seguirá siendo para las grandes comercializadoras, y en segundo término quedará el productor.

El beneficio mayor es para la corporación empresarial, porque en esta se encargan de transformar y dar valor agregado a los productos, en esencia este proceso no cambia, ya que en la actualidad el precio elevado que pagan los consumidores finales por un alimento procesado se compone principalmente por los costos de producción, de transformación, de servicios que se utilizan en el mismo, por tanto, al igual que en el comercio convencional, un producto procesado del comercio justo se paga más por su transformación que por la producción misma. Además, el beneficio que pueden obtener los productores será coyuntural, puesto que en cuanto aumente el volumen de la producción, el precio tenderá a bajar, y por tanto, las corporaciones se inclinarán hacia

los productos que ofrezcan mayores márgenes de rentabilidad, de hecho esto sucedió con el café de Perú porque los productores bajaron sus precios en el ciclo 2010 – 2011 (Sánchez, 2014) y frente a los precios del café de otros países.

También este argumento se fundamenta en la dinámica histórica que siguen las grandes corporaciones, porque se observa que en general se posicionan en función de espacios nacionales (países) en donde pagan menos impuestos, en donde la materia prima se adquiere al menor costo posible, en donde la mano de obra es barata, además de una serie de condiciones que favorecen los más elevados márgenes de rentabilidad (Altvater, 2003; Hirsch, 2001). Entonces, bajo esta lógica, se tiene la referencia de que por ejemplo la empresa Nestlé realiza publicidad para difundir que compra café de comercio justo cuando sólo representa 1% de sus volúmenes de compra totales (Coscione, 2012); es decir, da cuenta más bien de una forma de hacer mercadotecnia para ampliar su gama de consumidores, más no necesariamente tiene la intención real de hacer negocios de manera diferente.

Por otro lado, el comercio justo por sí mismo se volvió un nicho de mercado altamente atractivo para las empresas multinacionales, aunque es un aseveración atrevida, lo cierto es que cuando inició el esquema nunca mostraron interés de participar; sin embargo, en el momento en que los productos del comercio justo mostraron un aumento continuo en el volumen de sus ventas<sup>6</sup>, por la conciencia y demanda de los consumidores finales, misma que se impulsó por la promoción tanto de los importadores iniciales como de los productores que también invirtieron en esa promoción, en ese momento de crecimiento es cuando la grandes empresas muestran interés por integrarse en el esquema.

## Conclusiones

Sin duda, observamos que los caminos forjados por los productores minifundistas de café que están organizados, lograron en ciertas épocas crear alternativas importantes que les permitió mantener su reproducción social como campesinos; sin embargo, ante el panorama que caracterizamos en las páginas anteriores, podemos pensar que nuevamente están en una etapa de crisis, que a diferencia de otros momentos, ahora es la alternativa del comercio justo la que parece estar llegando a su límite.

Por otra parte, está claro que una alternativa que funciona durante algún tiempo se reconfigura constantemente, lo cual hace necesario que constantemente los sujetos sociales imaginen nuevas rutas y se vuelvan creativos para lograr

<sup>6</sup> De acuerdo a los informes anuales de FLO, el aumento de las ventas de productos del comercio justo ha ido en aumento, prácticamente ningún año reporta una depresión en el volumen.

la formación de algo diferente, es decir, definir un cambio de rumbo en la estrategia que configuraron, en la que llegaron a tener capacidad de incidencia en las decisiones, porque hoy en día los están excluyendo de los espacios de decisión.

Por otra parte, para mantener la lógica del beneficio a los productores, primero, se debería tomar en cuenta su participación en el mejoramiento del propio sistema, porque el principio de la *participación equitativa* es fundamental en el comercio justo, por lo menos para seguir denominándolo de esa forma. Segundo, se debe recordar que el esquema de comercio justo se planteó para revalorar los productos agrícolas que se producen sustentablemente y para que los consumidores pudieran adquirir productos sanos; es decir, recordar de manera constante que no sólo se trata de hacer “negocios”.

## Bibliografía

- Alberoni, F., (1984), *Movimiento e institución*, Editora Nacional, Madrid, España, Cultura y sociedad teoría y método.
- Altwater, E., (2003), “El lugar y el tiempo de lo político bajo las condiciones de la globalización económica”, en Monedero, Juan Carlos (editor). *Cansancio de Leviatán, Problemas políticos en la mundialización*, editorial Trotta, Madrid, España, Pp. 39-81.
- Coscione, M., (2012), *La CLAC y la defensa del pequeño productor*, Editorial Funglode, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), Fundación Global Democracia y Desarrollo, República Dominicana.
- Giménez, G., (1994), “Los movimientos sociales. Problemas teórico-metodológicos”, en *Revista Mexicana de Sociología*, Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, Pp. 3-14.
- Hirsch, J., (2001), *El Estado Nacional de Competencia. Estado, democracia y política en el capitalismo global*, Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco.
- Jaffee, Daniel y Howard, P. H., (2009), “Corporate cooptation of organic and fair trade standards”, en *Springer Science + Business Media B.V.*
- Jaffee, Daniel (2007), *Brewing Justice, Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*, University of California Press, Estados Unidos de América.

- Jaffee, Daniel (2012), “Weak Coffe: Certification and Co-optation in the Fair Trade Movement”, en *Social Problems*, Vol. 59, Número 1, Pp. 94-116, website at [www.ucpressjournals.com/reprintinfo/asp](http://www.ucpressjournals.com/reprintinfo/asp).
- Melucci, A., (1999), *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, El Colegio de México, primera edición.
- Renard, M., (1999), *Los intersticios de la globalización, Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*, Programa de Investigación y Desarrollo en Regiones Cafetaleras de la Universidad Autónoma de Chapingo (PIDRCAFE), México.
- Roozen, N. y F. VanderHoff, (2002). *La aventura del comercio justo, una alternativa de globalización, por los fundadores de Max Havelaar*, Ediciones El Atajo, México.
- Sánchez Juárez, G., (2007), *k’ omonj’amtel. Intelectuales indígenas como protagonistas de un proceso de autogestión*. Tesis de maestría, Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Xochimilco.
- Sánchez Juárez, G., (2014), *Sociedad, mercado y Estado. Las organizaciones de cafecultores de comercio justo y orgánico en Chiapas*. Tesis de doctorado, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Vander Hoff Boersma, F., (2005). *Excluidos Hoy, Protagonistas Mañana*, Edición en especial para los socios de UCIRI, México.