

EL COMERCIO JUSTO Y LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES EN EL DESARROLLO REGIONAL. LA EXPERIENCIA DE LOS CAFETALEROS DE LA COSTA GRANDE DE GUERRERO.

*Artemio López Ríos
Ramiro Morales
Gabriela Barroso¹*

Introducción

Recientemente, pequeños productores cafetaleros de la Sierra de Guerrero han optado producir y comercializar café orgánico en perspectiva de acceder a un mercado de consumidores con cierta capacidad monetaria. Tal circunstancia les permite colocar sus cosechas en un mercado de consumo de productos elaborados bajo criterios de sustentabilidad, por lo que éstos productores de café orgánico están en posibilidades de incursionar en los denominados mercados alternativos de Europa.

En la perspectiva de los pequeños productores de café se intenta trascender los límites impuestos desde el entorno productivo, articulando prácticas productivas con adecuados ejercicios de distribución de bienes y recursos. Éstos sectores, tradicionalmente desplazados del esquema convencional de producción y comercialización, tienen la capacidad de articular procesos enmarcados en los ámbitos de la producción con prácticas de oferta y distribución de bienes y servicios, siempre que estén a tono con la filosofía y los intereses defendidos por el planteamiento de la sustentabilidad productiva.

Los cafetaleros organizados de la sierra de Atoyac de Álvarez Guerrero, han dado señales de estar dotados de instrumentos y de experiencia para producir y comercializar en ámbitos sustentables, ello a través del establecimiento de redes de apoyo y colaboración con instancias y mecanismos internacionales que trabajan por reducir los desequilibrios y desfases existentes entre economías locales y regionales, y los niveles de bienestar alcanzados en otras latitudes.

¹ Unidad de Ciencias de Desarrollo Regional de la Universidad Autónoma de Guerrero. Tel. 01 744 4 88 29 57, correo: artelora@hotmail.com

En este concierto de relaciones e intercambios establecidos entre grupos de productores ubicados en el sur del hemisferio y agentes y organismos internacionales vinculados a la defensa de los derechos humanos, la soberanía y el respeto al ambiente, es de destacarse la práctica de intercambio comercial denominado Comercio Justo, que ha devenido en una suerte de cobija protectora favoreciendo a sectores considerables del medio rural, particularmente de países y regiones sensiblemente afectadas por el desigual acceso a los beneficios del progreso económico y social, como es el caso de los pequeños productores que cultivan café en la Costa Grande de Guerrero.

En éste trabajo, se reflexiona respecto de las particularidades que representa para un sector de pequeños productores el ejercicio de prácticas productivas y de comercialización en los linderos del denominado Comercio Justo, actividad que ha cobrado relevancia debido a los impactos positivos en la economía de las familias insertas en el esquema de trabajo que su aplicación requiere. Se analizan las implicancias en el proceso de incorporación de los pequeños productores a la práctica de tal actividad, bajo el considerando de que sólo a través del Comercio Justo son reconocidos derechos de pequeños productores negados por el esquema convencional de intercambio mercantil.

Antecedentes del Comercio Justo

Es preciso reconocer que la idea del comercio justo no es del todo nueva. Sus precedentes han evolucionado paralelamente al despliegue de la globalización. Desde los años 70, las organizaciones de ayuda al Tercer Mundo y las organizaciones asociadas han trabajado incentivando los intercambios en un ambiente de colaboración y ayuda desde segmentos de países avanzados, demandantes de productos y artesanías diversas. (Ransom,2002). En principio el factor determinante del Comercio Justo se asocia al rescate de las tradiciones culturales de zonas marginadas de países en desarrollo, posteriormente se incorpora la valoración económica de cierto tipo de bienes y servicios económicos ofertados en condiciones desventajosas para los pequeños productores.

Recientemente, se reconoce que el comercio justo..."es una herramienta que quiere establecer condiciones de trabajo dignas para los pequeños productores y favorecer el desarrollo sostenible de las comunidades del Sur, a la vez que promover una nueva sensibilidad en los consumidores del Norte a favor de un comercio más justo y de un

consumo más responsable"(Martínez –Orozco,2000:10). En éste esfuerzo confluyen diversas instancias como ONGs y organizaciones humanitarias de corte religioso, que empujan en el diseño de mecanismos adecuados para el fomento productivo y de prácticas comerciales favorables a los pequeños productores del Sur.

Las estrategias que se desprenden del Comercio Justo vienen a cuestionar la nueva dinámica de producción de mercancías en el ámbito de la economía global; ésta invariablemente se ha caracterizado por el desplazamiento paulatino de las materias e insumos producidos por los países del mundo subdesarrollado, situación que ha generado una suerte de economía sustitutiva de los bienes ofertados por los países pobres. Ello ha redundado en mayor deterioro de los términos de intercambio, donde la menor desventaja se inclina hacia los países desarrollados.

Ante un panorama de desigualdad existente, el Comercio Justo es una forma práctica y eficaz de apoyar la autonomía y el desarrollo de las comunidades del sur y de reivindicar un orden mundial más equitativo, propiciando los intercambios directos y colaboración entre los productores del Sur y consumidores del Norte. Con el impulso del Comercio Justo, consumidores y empresas demandantes de bienes y servicios estarán en condiciones de incidir favorablemente para mejorar el balance global del poder y de la riqueza (Bowen,2001)

En suma, el Comercio Justo nace con la finalidad de fomentar un comercio alternativo, más humano, donde los precios o la calidad del producto no sean los únicos motivos al momento de adquirirlos. Con estrategias de la naturaleza del Comercio Justo se incentiva la adquisición de productos fabricados bajo condiciones dignas a cambio de un precio que incorpore el valor del esfuerzo realizado; se considera una retribución que asegure al productor un margen mínimo de beneficio de tal forma que se de pauta a nuevas relaciones en el medio rural, donde el empleo y el ingreso de las familias contribuye a un mayor dinamismo de los espacios regionales.

En el caso de los cafetaleros de la Sierra de Guerrero, éstos han optado por producir y cosechar café orgánico en perspectiva de acceder a un mercado de consumidores con la capacidad monetaria para adquirir el grano verde en sus variadas presentaciones. Ésta circunstancia les permite colocar sus cosechas en un mercado de consumo demandante de productos elaborados bajo criterios de sustentabilidad, por lo que los productores están en

posibilidades de incursionar en los denominados mercados alternativos de Europa y con ello generar condiciones para acceder al mercado de productos orgánicos en otras latitudes.

El criterio central que inclina a productores de café a incursionar en prácticas insertas en el comercio alternativo, se define por el establecimiento de un precio base para asegurar seguir produciendo en un ámbito de sustentabilidad productiva; adicionalmente, los productores deben asegurar un plus, que se concreta a través de un contrato comercial establecido ante instancias que trabajan en el fomento de prácticas productivas desplegadas por pequeños productores de países en desarrollo, donde instancias vinculadas al Comercio Justo desarrollan prácticas ejemplares tanto en el terreno económico como en el sociocultural.

En el ámbito de la producción y la comercialización, además del establecimiento de contratos comerciales, fundamentalmente con instancias internacionales vinculadas a Organizaciones No Gubernamentales, ONGs, es de vital importancia que los pequeños productores organizados, como es el caso de POP de la Coalición de Ejidos, establezcan esquemas de verificación internas y externas para validar las prácticas agrícolas a través de agencias certificadoras que tengan el reconocimiento de la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica, IFOAM, organismo que capacitado para autorizar el uso de un sello o etiqueta (label) validando con ello que la producción de café es realizada en condiciones favorables a la preservación ambiental.

La certificación es un procedimiento fundamental para que los pequeños productores puedan acceder a los exigentes mercados de consumo de Europa. Con el etiquetado de sus cosechas, los productores cafetaleros están en condiciones de dar confianza a los países demandantes respecto a la calidad del grano y los procesos inherentes en su producción, por ello es que aceptan realizar el pago correspondiente de las labores de inspección que las certificadoras realizaran para, finalmente, dictaminar favorablemente o, si es el caso, señalar las recomendaciones pertinentes que los productores deben cumplir para acceder a la certificación de sus cultivos.

Lo importante hasta éste momento es que con la búsqueda de mercados alternos al esquema convencional de mercadeo no se pretende invertir el orden social y económico, tampoco supone la edificación de planteamientos 'transgresores' del marco institucional y legal de las prácticas comerciales establecidas, pero si tiene por finalidad transformar la

sociedad hacia un modelo diferente, donde las relaciones comerciales se inscriban en ámbitos de relación delimitados por la equidad y la justicia distributiva, y a partir de ese cambio en el ámbito comercial transformar indirectamente el status vigente de sociedad (Martínez-Orozco, 2000).

No debemos perder de vista que el origen del comercio justo tuvo sus antecedentes en movimientos sociales y culturales que se expresaron en diversos momentos y espacios; tales sectores, localizados en países en desarrollo, actualmente tienen como propósito central dar respuesta a las injustas y desiguales relaciones económicas y comerciales entre países del sur y países que gozan de pleno desarrollo. Su despliegue se favorece por la presencia de movimientos políticos solidarios que desde la década de los sesentas cobran expresión en buena parte del mundo desarrollado.

A fines del siglo pasado, el auge del comercio justo se vincula al crecimiento de instancias que han proliferado en diversos ámbitos del comercio en países desarrollados. En 1997 varias organizaciones de etiquetado justo decidieron reunirse bajo una organización sombrilla, denominada FLO International (Fair Label Organization -Organización Internacional de Etiquetado Justo). Ello ha permitido homogeneizar criterios para el intercambio equitativo, respaldados en principios que orientan la práctica global del comercio con justicia.

Actualmente, la actividad de Comercio Justo se despliega a través de dos instancias con amplio reconocimiento: 1.- la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT), es una organización democrática global de cerca de 150 organizaciones distribuidos en 47 países, que trabaja bajo el objetivo de mejorar las condiciones de vida de la población en situación de desventaja a través del comercio en base a códigos de ética, 2.- EFTA, European Fair Trade Association, es una asociación de las 12 más grandes organizaciones importadoras europeas que se reunieron para aumentar al máximo posible la eficiencia y efectividad de la actividad comercial y, de esa forma, evitar la duplicación de esfuerzos y costos, (Vizcarra, 2002).

Las instancias en referencia, han desempeñado roles significativos en la articulación de procesos productivos con la comercialización. El resultado ha sido un creciente esfuerzo de pequeñas economías locales y regionales por acceder a espacios negados en otros tiempos

y circunstancias, siendo el comercio justo un eje vertebrador de inquietudes de pequeños productores además de representar un movimiento articulador de la problemática ambiental al ámbito productivo y de comercialización.

Sustentabilidad y redes de mercadeo: relevancia del comercio justo en los mercados alternativos

En opinión de Gallopin (2003), la sustentabilidad es una característica de un sistema abierto a las interacciones con su mundo externo. En un esfuerzo por asegurar que los cambios que afectan a la humanidad son cambios para el mejoramiento, el mundo y la comunidad internacional han comenzado el proceso de redefinir el progreso. Este esfuerzo de redefinir el progreso es conocido como desarrollo sustentable. Ello, debe partir del reconocimiento que la sociedad vive momentos dinámicos de crecimiento demográfico, innovación tecnológica y por ende transformación económica, lo que a su vez implica revisar la pertinencia de conceptos identificados con la sustentabilidad del desarrollo, como la equidad y justicia social en la distribución de los beneficios.

Es factible y deseable ponderar los alcances del planteamiento de la sustentabilidad si acotamos su radio de influencia en función de los intereses y necesidades de ámbitos espaciales específicos; por lo que la vigencia y necesidad del planteamiento del desarrollo, con características cercanas a la sustentabilidad, sólo será posible si se identifica el involucramiento de sujetos que despliegan acciones concretas en perspectiva de incrementar su calidad de vida, además de sentar las bases para el establecimiento de pactos sociales y políticos, que tengan por fin último asegurar bienestar económico en un ámbito de relaciones concertadas cuyo objetivo sea acceder al anhelado desarrollo regional sustentable.

En el caso de los cafetaleros de la Costa Grande de Guerrero, la búsqueda de la sustentabilidad no se construye al establecimiento de acuerdos formales entre los productores rurales y agentes económicos y sociales que tienen una presencia importante en la zona productora de café. Si bien tales relaciones son importantes para el conjunto de los productores cafetaleros, de manera particular para el sector organizado _que propugna por la instauración de una nueva dinámica de desarrollo productivo en el ámbito de la localidades de la región cafetalera_, la incorporación de acuerdos para el fortalecimiento de

las capacidades regionales debe ofrecer las condiciones mínimas requeridas para el ejercicio de la sustentabilidad.

Gallopin (2003), señala que en muchas ocasiones, desde los enfoques alternativos para el desarrollo sustentable, se piensa y se actúa bajo la idea de que para acceder al desarrollo sólo es preciso garantizar que una variable sea “sostenida”, por lo que el concepto de desarrollo sustentable ha hecho pensar en una síntesis entre el desarrollo económico y la preservación medioambiental. El asunto, sin embargo, no es tan simple como aparenta ser. Si bien es preciso que en cada proceso productivo hay que asegurar la reposición de las energías y recursos utilizados, de no persistir una visión orientadora que tenga la capacidad de dosificar el uso de recursos e insumos para la producción, la anhelada sustentabilidad se convierte en problema difícil de concretar en plazo perentorio

Se trata, y es preciso trascender lo límites impuestos no sólo desde el propio entorno productivo, de articular también las prácticas de producción con adecuados ejercicios de distribución de los bienes y recursos obtenidos; por lo que es necesario que sectores productivos tradicionalmente desplazados del esquema convencional de producción y comercialización, tengan la capacidad de articular procesos enmarcados en los ámbitos de la producción con una serie de prácticas de oferta y distribución de bienes y servicios, desde luego que estén a tono con la filosofía y los intereses que defiende el planteamiento de la sustentabilidad.

Si partimos de la máxima del capitalismo contemporáneo, que identifica como fuente de su vigencia el producir con los costos más bajos y vender con los mayores dividendos, el núcleo básico orientador de la dinámica capitalista se caracterizará por la maximización de los beneficios, ni más ni menos. Razón fundamental que fin de cuentas determina las condiciones de acumulación y de vigencia capitalista, asumiendo rasgos peculiares en función del arribo a nuevas etapas en su proyección y desenvolvimiento consuetudinario, de ampliación de la base productiva atendiendo necesidades que rebasan el estilo clásico de crecimiento y desarrollo.

Las condiciones actuales que definen la nueva fase de expansión capitalista, caracterizada por ritmos acelerados de producción e intercambio motivados por la creciente tecnificación y por la incorporación de flujos dinámicos de información y conocimiento, dan cuenta de un proceso capitalista centralizador de los beneficios. En este contexto, el esfuerzo productivo

realizado desde los países pobres tiende a ser incorporado a una lógica que deteriora con mayor fuerza los términos de intercambio, al pretender establecer vínculos comerciales y productivos entre entidades y agentes con marcadas desigualdades en términos de acceso a recursos, tecnología, insumos y medios para la producción.

En éste paradigma de la desigualdad, para países como México, la opción estriba en construir espacios para mejores vínculos comerciales que presenten posibilidades de reducir los efectos de prácticas comerciales técnica y socialmente inequitativas. Particularmente para zonas de producción agrícola de mayor atraso económico, las alternativas se asocian al diseño de mecanismos y a prácticas de cultivo insertas en una estrategia conocida como comercio justo o alternativo; propuesta de producción y de comercio que pretende reducir los índices de pobreza en zonas de producción donde la variable medioambiental se introduce proponiendo nuevos escenarios.

“El comercio es un intercambio voluntario entre personas que consienten en llevarlo a cabo, así que es ‘justo’ por definición. Pero, a la vez, decir comercio ‘justo’ es una contradicción porque el comercio se corrige de manera automática él mismo con las fuerzas del mercado.” (Ransom, 2002:7). Siempre y cuando tras la mano invisible del mercado no estén interfiriendo la fuerza y los intereses de las grandes corporaciones, el flujo de bienes y servicios responderá a la satisfacción de necesidades múltiples en un intercambio razonable; intercambio que a fin de cuentas se presenta como resultado de condiciones particulares inherentes al esquema de producción de bienes materiales y de reproducción capitalista.

Los procesos de adaptación de la economía campesina en el contexto global

La dinámica y proyección de la actividad productiva de los cafetaleros de POP, les plantea la necesidad de revisar esquema de trabajo tanto en el ámbito productivo como en la comercialización, pero además, es determinante la disponibilidad de recursos físicos y humanos para intermediar, vía procesos administrativos, en el ámbito de inserción establecido en los mercados internacionales. Razón por la que es fundamental aquilar los niveles y capacidades de adaptación de los cafeticultores ante la competencia interna y externa.

Por lo que respecta a la proyección de la actividad comercial, algunos sectores y organizaciones cafetaleras de la Costa Grande de Guerrero se apoyan en cierta infraestructura para realizar el acopio, procesamiento y comercialización del café. En términos de la capacidad instalada, los productores cafetaleros agrupados en la Coalición de Ejidos, han integrado plataformas de apoyo a la producción y la comercialización como beneficios secos y húmedos, tostadores, molinos, bodegas, máquina para envasar el café, oficinas y terrenos, vehículos y computadoras, entre otros activos que se suman al proceso de producción, transformación y venta del grano.

Las características que representa la capacidad instalada y el nivel de actividad desarrollada por los productores cafetaleros agrupados en la figura Productores Orgánicos del Pacífico, podemos ubicarlos en un esquema productivo y de comercialización limitado por el tipo de tecnología incorporada. Los pequeños productores disponen de capacidad instalada y de apoyos tecnológicos básicos, pero no suficientes para detonar procesos de mayor envergadura en el ámbito de la industrialización y, por ende, de comercialización.

Es preciso reconocer las debilidades que enfrentan los cafetaleros agrupados en POP, sin embargo también es pertinente no perder de vista que estos productores tienen posibilidades de repuntar hacia mejores escenarios en el mercado nacional, tanto como incrementar su presencia en los centros de consumo del ámbito internacional, particularmente en los denominados “mercados solidarios” o “alternativos”, demandantes del café orgánico en Europa y por consumidores de café y productos naturales en otros países como Estados Unidos y Japón.

Para la Coalición de Ejidos y POP, resulta determinante incorporar tecnología y conocimiento aplicado al proceso de transformación productiva iniciado en tiempo relativamente corto. De hecho, su inserción comercial en buena parte se explica por el nivel de integración del proceso de la producción a la comercialización, esto es, se centra el énfasis en la articulación de la producción con los requerimientos de grano que el mercado externo demanda ordinariamente; de ahí que la modernización productiva pasa necesariamente por el perfeccionamiento de los instrumentos propios de la comercialización.

El énfasis en la adaptación de técnicas modernas de producción y mercadeo, en buena parte se explica por la necesidad que la empresa campesina detecta para lograr insertarse

favorablemente en el ámbito internacional. Máxime cuando se trata de responder a un mercado que día a día se torna más exigente en términos de las calidades requeridas, usualmente para satisfacer al segmento de demandantes ubicados en los linderos del Comercio Justo regido bajo los principios de justicia y equidad que funciona a través de un complicado sistema de mercadeo determinado por la afinidad entre productores y consumidores.

Es importante destacar que, de las opciones disponibles por los pequeños productores para ofrecer en mejores condiciones el grano verde, por su magnitud y filosofía subyacente destaca el Comercio Justo, favoreciendo prácticas de inserción comercial de productores rurales organizados, tal como lo identifican autores como Ransom (2002) y Martínez Orozco (2000). Con éstos grupos las instancias del comercio justo establecen acuerdos de compra-venta redundando en beneficios tangibles a los pequeños productores, razón que justifica la creciente incorporación de pequeñas economías al floreciente comercio denominado “fair trade”.

En tal sentido, los cafetaleros agrupados en POP, han aquilatado la urgencia de fortalecer las redes que favorecen su inserción comercial en importantes nichos de mercado, como las que representan la oportunidad de establecer relaciones comerciales ante segmentos demandantes en Europa; sectores que, a través de la participación de instancias preocupadas por el ambiente y por las condiciones de pobreza y marginación en que viven los productores de países en desarrollo, han desplegado todo un movimiento de consumidores manejando un código de ética, validando la sustentabilidad de los procesos productivos dirigidos por pequeños productores rurales.

Las alternativas que impulsan los cafetaleros de Atoyac, sin embargo, van más allá del reconocimiento en el ámbito comercial. En los hechos, estos pequeños productores se han involucrado en la definición de estrategias de mayor alcance desde el momento en que pasan a ser parte integrante de un movimiento campesino de mayor envergadura, que reclama derechos productivos tanto como derechos políticos, defendidos a través de instancias internacionales, como “Vía Campesina”, orientada con mayor fuerza a dar cauce a relaciones de justicia y equidad entre los pueblos marginados del sur y las economías modernas del norte.

Relevancia de la comercialización y la certificación

Desde los intereses inmediatos de los cafetaleros de la sierra de Atoyac, en lo inmediato se requiere crear nuevos instrumentos para acceder a mejores condiciones de bienestar en el ámbito regional, por lo que un segmento importante de cafeticultores trabajan en la generación de expectativas para ampliar horizontes en el ámbito productivo y de comercialización. En lo relativo a la comercialización el objeto es reducir, hasta donde sea posible, los obstáculos impuestos por la estructura dominante en los diversos puntos de traslado y oferta del grano, así como avanzar hasta donde sea posible en la industrialización del aromático.

La situación anterior ha generado una importante dinámica de redefinición de escenarios, donde los productores de la zona cafetalera se insertan generando estrategias orientadas a fortalecer los instrumentos requeridos para mejorar procesos de comercialización agrícola. De hecho, se asume que es en la esfera de la comercialización donde los productores cafetaleros pueden recuperar importantes espacios, negados por la organización económica tradicional en los ámbitos regional y nacional, y agudizados con mayor fuerza por los influjos del comercio internacional.

Un criterio dominante consiste en que, para dinamizar la economía campesina, ya no es suficiente incrementar los rendimientos productivos; es preciso afinar propuestas de trabajo que incidan sustancialmente en los procesos de operación tradicional, condición fundamental para acceder a nuevas etapas y esquemas de funcionamiento del sector rural, particularmente de organismos económicos y sociales que activan las condiciones asociadas a la denominada nueva ruralidad. Se reclama con ello, activar nuevas estrategias de inserción comercial para asegurar colocar las cosechas en condiciones menos desfavorables.

Para Productores Orgánicos del Pacífico, la etapa de oferta y distribución de los productos del campo representa la necesidad de extender las actividades productivas hasta los diversos consumidores dentro y fuera del país. También representa la oportunidad de acceder a circuitos del comercio donde los productores agrícolas tienen mejores posibilidades para incrementar el flujo de ingresos, por lo que la colocación de sus cosechas en condiciones mas ventajosas, representa la oportunidad de reducir los impactos negativos de la estrategia de crecimiento nacional.

La dinámica y condiciones que definen los mercados internacionales y el propio esquema del Comercio Justo, se traduce en influencias externas y es precisamente a través de ellas que los productores reconocen en la agricultura orgánica a un sistema de producción que incorpora acciones orientadoras respecto al mejoramiento sustancial de la parcela. El asunto se explica por que, para lograr colocar el grano en condición de orgánico, los productores y la propia Coalición a través POP, se involucran en una dinámica de evaluación permanente de las huertas para acceder a la certificación y a los beneficios que ésta representa.

La inspección que anualmente debe efectuarse previo a la certificación la realiza personal contratado por las certificadoras internacionales, y tiene por objeto asegurar que el esquema de producción orgánica declarado y establecido entre productores y certificadoras se cumple en un cien por ciento. Ello significa constatar que cada productor cumpla con las normas y especificaciones que las certificadoras hacen llegar a través de formatos o tablas de puntaje para orientar el estado que guarda tanto el sistema de producción como el almacenaje y traslado del grano.

La tarea de inspectores externos se circumscribe a constatar que en cada parcela se aplican abonos naturales, que se realicen curvas de nivel o guardarayas cuando algún productor tiene colindancia con productores que persisten en aplicar insumos industriales, que en el hogar de cada productor no existan indicios de uso de agroquímicos, que la cosecha se deposite en un espacio libre de cualquier contaminante, entre otros requerimientos definidos por las certificadoras en los manuales de producción, almacenaje y etiquetado.

Referente a la evaluación interna, ésta implica la vigilancia permanente que realizan los productores entre si; en opinión de Rangel Chávez, inspector interno de POP, “cada cual debe estar pendiente de su propia parcela y de la huerta vecina para asegurar se adopten las normas y procedimientos establecidos por las certificadoras internacionales”. Además, previo a la inspección anual que realizan las agencias certificadoras, las parcelas se someten a una revisión interna de expedientes y prácticas agrícolas que realiza personal capacitado de POP; el objeto es preparar a los productores para la evaluación final que tiene por objetivo la entrega o refrendo del certificado de producción orgánica.

En el caso de POP, la certificación la realizan dos agencias certificadoras que operan en México: una empresa está vinculada con OCIA Internacional que tiene reconocimiento en el

mercado estadounidense y otra, CERTIMEX, vinculada con NATURLAND que trabaja bajo reglas establecidas por el mercado europeo; todas ellas regidas por la normatividad aprobada por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, IFOAM. Para el caso del Comercio Justo, la vía reconocida es Comercio Justo de México, organismo integrado a Fair Trade Labelling Organisation, FLO.

Previo a los contratos de compraventa, la empresa que demanda el grano se asegura de recibir el resultado de la certificación otorgado por certificadoras internacionales debidamente registradas ante el IFOAM. Posteriormente, la empresa certificadora triangula la información que recibe POP donde se valida tal certificación y la hace llegar a la empresa comercializadora, en éste caso la “Hamburgo Company”, con quien POP tiene convenios de comercialización tanto para atender el mercado tradicional como para el segmento del Mercado Justo.

El grano de exportación normalmente se comercializa por dos vías: una es el mercado tradicional, donde los productores reciben una cotización menor por su cosecha debido a que se enfrentan a la competencia que establecen los comercializadores del café orgánico convencional, la otra se vincula con las actividades de Comercio Justo, donde se aseguran mayores precios y mejores condiciones de operación siendo determinante el papel desempeñado por las organizaciones de voluntarios para la difusión y mercadeo del café orgánico.

Si el contrato se hace bajo los criterios del Comercio Justo, que en buena parte depende de la demanda nacional del mercado Alemán, los rendimientos se incrementan considerablemente ya que se paga un sobreprecio por encima, incluso, de los márgenes de utilidad obtenidos en la comercialización de café orgánico. Por ejemplo, de acuerdo con información proporcionada por el área administrativa de POP _donde se realizan importantes tareas de apoyo a la comercialización_, en la cosecha 2003-2004 se vendieron cuatro contenedores al Mercado Justo con un pago de 145 dólares las 100 libras, más dos contenedores que se vendieron al mercado orgánico tradicional a un precio de 110 dólares las 100 libras.

En suma, el despliegue del Comercio Justo por cuenta de organizaciones de pequeños productores, representa la oportunidad de persistir en el esfuerzo por preservar economías

campesinas en el marco de la sustentabilidad productiva. Lo cual implica un doble esfuerzo por cuenta de los cafetaleros organizados: primero, implica dinamizar las condiciones locales y regionales existentes ajustándolas a la nueva realidad que plantean los mercados internacionales; segundo, implica fortalecer la conciencia ecológica por cuenta de los cafetaleros para mantener los niveles y calidades del grano ofertado.

A manera de conclusión

El principal objetivo del comercio justo es promover el acceso directo de los pequeños productores a los mercados garantizando estándares comerciales y laborales mínimos. Se trata de mejorar las condiciones económicas y sociales de áreas rurales desfavorecidas, que tienen la oportunidad de recuperar niveles de bienestar con la integración a mercados definidos por patrones de consumo ligados a la sustentabilidad.

En el ámbito de las redes del Comercio Justo, la participación de organismos denominados no gubernamentales juegan un papel determinante en la orientación de los mercados de consumo; esto es, tales instancias se caracterizan por trabajar en las distintas etapas de la comercialización: Desde la promoción de contratos comerciales pasando por la recepción de mercancías, hasta la integración de puntos de venta adoptando esquemas de operación similares a los que trabajan en el mercado convencional de productos agrícolas.

La relevancia de estrategias como el Comercio Justo, en suma estriba en que da las facilidades a pequeños productores de extender su producción al ámbito de la comercialización; garantiza colocar el café sin la presencia de intermediarios para lo cual han de utilizarse las vías establecidas asegurando el objetivo propuesto. Lo único que deben cubrir con suficiencia los pequeños productores, es estar agrupados en figuras que operen bajo reglas de funcionamiento democrático y ofrecer productos elaborados bajo criterios de sustentabilidad productiva.

Bibliografía

Anuario EFTA (2001), **El desafío del Comercio justo 2001-2003**, Editado por European Fair Trade Association.

Bowen, Bríd (2001), **‘Let’s go fair’**, en Anuario EFTA, El desafío del comercio justo 2001-2003, Editorial EFTA, Bélgica.

Gallopín Gilberto (2003), **A systems approach to sustainability and sustainable development**, Editorial CEPAL.

Martínez-Orozco Santiago (2000), **Comercio justo, consumo responsable**, Editorial Intermón- Oxfam, Barcelona, España.

Ransom, David (2002), **Comercio justo: doble comercio**, Editorial Intermón-Oxfam, Madrid, España.

Renkema, David (2001), **“Café: El juguete de los especuladores”**, en EFTA: El desafío del comercio justo 2001-2003, Editorial European Fair Trade Association, Bélgica.

Vizcarra Gastón K. (2002), **El Comercio Justo: Una Alternativa para la Agroindustria Rural de América Latina**, Editorial FAO, Santiago de Chile.