



UNIVERSITAT_{DE}
BARCELONA

Mercado del café, Comercio Justo y desarrollo de la cafeticultura orgánica en el estado mexicano de Chiapas (1980-2020)

Albert Folch Flores



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència **Reconeixement 4.0. Espanya de Creative Commons.**

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia **Reconocimiento 4.0. España de Creative Commons.**

This doctoral thesis is licensed under the **Creative Commons Attribution 4.0. Spain License.**

RSITAT_{DE}
ELONA

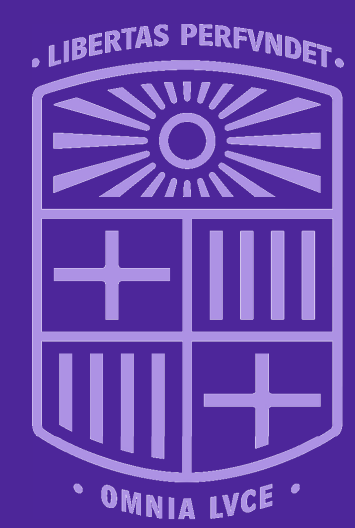


PhD in Economic History | Mercado del café, Comercio Justo y desarrollo de la cafeticultura orgánica en el estado mexicano de Chiapas (1980-2020) | Albert Folch Flores 2024

PhD in Economic History

Mercado del café, Comercio Justo y desarrollo de la cafeticultura orgánica en el estado mexicano de Chiapas (1980-2020)

Albert Folch Flores



UNIVERSITAT
DE BARCELONA

Doctorado en Historia Económica

Título:

**MERCADO DEL CAFÉ, COMERCIO JUSTO Y
DESARROLLO DE LA CAFETICULTURA ORGÁNICA
EN EL ESTADO MEXICANO DE CHIAPAS (1980-2020)**

Autor:

Albert Folch Flores

Director:

Jordi Planas Maresma

Barcelona, febrero del 2024



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
ÍNDICE DE MAPAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
 AGRADECIMIENTOS	 XV
 INTRODUCCIÓN GENERAL	 1
 CAPÍTULO 1: LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ DESDE 1980	 9
1.1 Introducción	9
1.2 La evolución del mercado internacional de café hasta 1989	14
1.3 La producción y el consumo mundial de café desde 1990	30
1.4 Los precios del café y su evolución entre 1990 y 2020	41
1.4.1 La tendencia en el largo plazo	41
1.4.2 Inelasticidades de oferta y demanda	45
1.4.3 La importancia creciente de la producción de Robusta	50
1.4.4 Financiarización de la economía, mercados especulativos y mayor volatilidad de los precios	52
1.5 La cadena de valor y los problemas de los productores	65
1.5.1 Asimetrías en la cadena de valor	65
1.5.2 Concentración oligopsónica y oligopólica	77
1.5.3 Los activos intangibles y la creación de valor añadido	85
1.5.4 Consecuencias sobre las economías campesinas	92
1.6 Intentos de regulación de la oferta desde finales del siglo XX	98
1.7 Conclusiones	105
 CAPÍTULO 2: EL COMERCIO JUSTO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO	 109
2.1 Introducción	109
2.2 La aproximación al Comercio Justo desde el ámbito académico	110
2.2.1 El Comercio Justo frente al libre comercio	110
2.2.2 ¿Un movimiento social contemporáneo?	116
2.2.3 Comercio Justo y Soberanía Alimentaria	120
2.3 Los orígenes del Comercio Justo	125
2.3.1 Las primeras experiencias de comercio alternativo tras la Segunda Guerra Mundial	125
2.3.2 El contexto histórico: una reacción ante los problemas del subdesarrollo y la dependencia	127
2.3.3 La organización del Comercio Justo y sus actores: grupos religiosos y activistas de la izquierda política	131
2.3.4 La institucionalización del Comercio Justo y su coordinación supranacional	141

2.4 La evolución del Comercio Justo desde finales de los años 1980	152
2.4.1 Cambios en los regímenes alimentarios y nuevos paradigmas de consumo	152
2.4.2 Transformación comercial y aumento de escala: la certificación mediante los sellos de garantía	158
2.4.3 La evolución reciente: reequilibrio entre activismo y comercialización	169
2.4.4 La aparición de divergencias en el seno del Comercio Justo	187
2.5 La comercialización de café orgánico a través del Comercio Justo	201
2.5.1 Caracterización de la agricultura y la cafecultura orgánicas	201
2.5.2 La génesis del café certificado: la conexión entre UCIRI y Solidaridad	215
2.5.3 La primera experiencia de café certificado en Europa	222
2.5.4 La extensión de la certificación a otros países	231
2.5.5 El crecimiento comercial desde los años 1990 y el desarrollo de las certificaciones	234
2.5.6 Síntomas de crisis	255
2.6 Conclusiones	261

CAPÍTULO 3: EL DESARROLLO DE LA CAFECULTURA ORGÁNICA EN EL ESTADO MEXICANO DE CHIAPAS

3.1 Introducción	265
3.2 La producción y el consumo de café en México (1980-2020)	266
3.2.1 La evolución de la producción desde 1980	266
3.2.2 Las exportaciones y el consumo interno	275
3.2.3 La cadena de procesamiento y comercialización	282
3.3 Las políticas públicas hacia el sector cafetalero desde finales del siglo XX	290
3.4 La movilización campesina en Chiapas en la segunda mitad del siglo XX	307
3.4.1 La influencia de la Iglesia Católica	308
3.4.2 El activismo de extrema izquierda	319
3.4.3 La contribución del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)	326
3.4.4 La agroecología como substrato ideológico	335
3.5 El desarrollo de la cafecultura orgánica y el cooperativismo	341
3.5.1 La influencia de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) de Oaxaca	347
3.5.2 La expansión del movimiento cooperativo en Chiapas	358
3.5.3 La coordinación del movimiento cooperativo: la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) de México y la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE)	374
3.5.4 Caracterización genérica de las cooperativas cafetaleras de Chiapas	385
3.5.5 Los ejemplos de la Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut y la Unión de Ejidos de la Selva	392
3.5.6 La comercialización de las cooperativas a través del Comercio Justo	410
3.6 Conclusiones	426

CONCLUSIONES GENERALES

REFERENCIAS

ANEXO 1 CRONOLOGÍA DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ A TRAVÉS DEL COMERCIO JUSTO, 1985-2017

ANEXO 2	PRINCIPIOS RECTORES DEL COMERCIO JUSTO	493
ANEXO 3	ESTÁNDARES DE FAIRTRADE INTERNATIONAL	497
ANEXO 4	MAPA DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO DE CHIAPAS	501
ANEXO 5	COOPERATIVAS DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE CHIAPAS, 1979-2022	503
ANEXO 6	EJEMPLOS DE CADENA DE VALOR DEL CAFÉ DE ALGUNAS COOPERATIVAS DE CHIAPAS	511

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Países productores de café desglosados por grupos de calidad de la OIC	11
Tabla 1.2. Rangos de precios del café en 1967 en céntimos de US\$ por libra	22
Tabla 1.3a. Principales países productores de café 1990-2020 (en miles de sacos de 60 kg de café verde)	32
Tabla 1.3b. Principales países productores 1990-2020, en porcentaje sobre el total mundial	32
Tabla 1.4. Principales consumidores de café 1990-2019 (en miles de sacos de 60 kg de café verde)	34
Tabla 1.5. Consumo anual per cápita de café, 1965-2003 (en kilogramos equivalentes de café verde por habitante)	36
Tabla 1.6. Participación porcentual de las diferentes categorías de café en el consumo total en una selección de países, 1990-1993 y 2000-2003	38
Tabla 1.7. Principales países importadores de café verde, 1990-2019 (en miles de sacos de 60 kg)	39
Tabla 1.8. Producción y exportación mundiales de café verde, 1990-2020 (en miles de sacos de 60 kg)	40
Tabla 1.9. Porcentaje de las exportaciones de café sobre el total de exportaciones, 1985-1992	40
Tabla 1.10. Producción mundial de cafés Arábica y Robusta, 2016-2021 (en miles de sacos de café verde y en porcentaje sobre el total)	50
Tabla 1.11. Diferenciales respecto a la cotización en Bolsa de los países incluidos en el Contrato C, 2020	65
Tabla 1.12. Precios al consumo en Alemania, Estados Unidos y Bélgica, y precios pagados al productor en México, 1990-2008 (en dólares por cien libras de café verde)	71
Tabla 1.13. Ratio de los precios al consumo en Alemania, Estados Unidos y Bélgica en relación a los precios pagados al productor en México, 1990-2008	73
Tabla 1.14. Principales países exportadores de café tostado, 1990-2018 (en miles de dólares estadounidenses)	76
Tabla 1.15. Exportación de café verde de las principales empresas comercializadoras y cuota de mercado, 1996	78
Tabla 1.16. Cuota de mercado de las principales empresas comercializadoras de café verde, 2012	80
Tabla 1.17. Distribución de la comercialización mundial de café tostado e instantáneo por empresas, 1996	81
Tabla 1.18. Compras de café verde de las principales empresas procesadoras y porcentaje sobre el total mundial de exportaciones, 2012	82
Tabla 1.19. Exportaciones medias anuales de café soluble 1990-2011, en millones de dólares estadounidenses	86
Tabla 1.20. Exportaciones medias anuales de café soluble 1990-2011, en volumen, valor y valor unitario, diferenciadas entre países productores y países importadores	86

Tabla 1.21. Reexportaciones de café verde y exportaciones de café soluble, tostado y descafeinado, 2015	88
Tabla 1.22. Migrantes con residencia en Chiapas con destino a Estados Unidos y a los estados del norte de México, 1995-2008	96
Tabla 2.1. Iniciativas nacionales de FLO-Fairtrade International creadas desde la década de 1980	160
Tabla 2.2. Introducción de la certificación de los principales productos de Comercio Justo en Europa hasta el año 2000	163
Tabla 2.3. Composición de la Junta Directiva de FLO (2002-2014)	174
Tabla 2.4. Ventas retail certificadas por FLO, años 2006 y 2007 (en millones de euros)	178
Tabla 2.5. Organizaciones de productores certificadas por FLO, 2007	180
Tabla 2.6. Organizaciones de productores, número de miembros de las organizaciones y países con organizaciones productoras de FLO, 2009	181
Tabla 2.7 Gasto medio por habitante en productos certificados por Fairtrade International en países europeos, 2013 y 2017 (en euros)	184
Tabla 2.8. Clasificación de los agroquímicos utilizados en agricultura, ganadería y silvicultura	210
Tabla 2.9. Sobreprecio pagado a los productores por las ventas de café Max Havelaar en Países Bajos, 1990-2000 (en millones de euros), y evolución de los precios mundiales (*) y de Comercio Justo (en US\$ por cien libras)	225
Tabla 2.10. Ventas de café tostado certificado de Comercio Justo (en toneladas) en los principales países europeos y cuota de mercado, 1994-1997	235
Tabla 2.11. Principales países importadores de café certificado por FLO en el año 2000 (en miles de toneladas de café tostado)	236
Tabla 2.12. Principales países exportadores de café certificado por FLO en el año 2000 (en toneladas de café tostado)	236
Tabla 2.13. Exportaciones (en toneladas) y porcentaje sobre el total de café verde certificado por FLO por países, 2009/10	238
Tabla 2.14. Distribución por regiones de cooperativas productoras de café certificado por Fairtrade International, productores asociados y tamaño medio, 2011	240
Tabla 2.15. Área de cultivo de café certificada por Fairtrade International, en hectáreas, por países, 2015	242
Tabla 2.16. Área de cultivo de café certificada orgánica por países, 2016 (en hectáreas)	243
Tabla 2.17. Compras de Comercio Justo y compras totales de los diez principales torrefactores, 2008 (en millones de libras de café verde)	250
Tabla 2.18. Precio café Arábica, lavado y orgánico de Fairtrade International, 1988-2022 (en US dólares por cien libras)	258
Tabla 2.19. Precios mínimos, prima Comercio Justo y prima orgánico de Fairtrade International, 1/4/2011 – 31/7/2023 (en US\$ por cien libras)	259

Tabla 3.1. Número de productores por estado y extensión total cultivada de café en México (2011)	267
Tabla 3.2. Distribución de los productores de café en México por superficie de las explotaciones y por estados (1992)	269
Tabla 3.3. Producción de café en México desglosada por estados, en toneladas de café pergamino (1980-2020)	270
Tabla 3.4. Rendimientos por hectárea en los cinco principales estados productores de café en México, en quintales de café pergamino (1980-2020)	272
Tabla 3.5. Distribución de productores y hectáreas por altitud de las parcelas en metros sobre el nivel del mar en el estado de Chiapas (2004)	273
Tabla 3.6. Evolución del consumo interno de café en México, 1995-2020 (kilogramos de café verde equivalente)	276
Tabla 3.7. Número de predios y superficie invadida por campesinos en las regiones de Chiapas (1994-1997)	332
Tabla 3.8. Principales compradores del café de UCIRI (2000-2005)	356
Tabla 3.9. Tamaño de las cooperativas cafetaleras de Chiapas por número de socios (2005, 2010 y 2020)	389
Tabla 3.10. Diferencia de rendimiento entre café orgánico y tradicional en la Unión Majomut (1995-1997)	399
Tabla 3.11. Diferencia de imperfecciones en los granos de café entre café orgánico y tradicional en la Unión Majomut (1995-1997)	399
Tabla 3.12. Ingresos, costes, beneficios y Valor Actual Neto de la producción de café orgánico y tradicional en la Unión Majomut (1995-1997)	400
Tabla 3.13. Precios pagados por la Unión de Ejidos de la Selva a sus socios por 1kg de café pergamino, en función del canal de comercialización, cosecha 2018/19 (en pesos mexicanos/kg)	408
Tabla 3.14. Principales compradores de café de ISMAM (2001)	414
Tabla 3.15. Volumen de la producción vendida en el mercado del Comercio Justo, 1993-2002 (en % sobre el total)	416
Tabla 3.16. Cafeterías y barras de café gestionadas por cooperativas de pequeños productores de Chiapas	421
Tabla 3.17. Comparación entre los resultados de las diferentes cadenas de valor reconstruidas de cooperativas de Chiapas (2018-2023)	424
Tabla A.6.1. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. convencional comercializado en grandes superficies, 2018	511
Tabla A.6.2. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la Unión de Cooperativas ACPCU de Uganda comercializado por Oxfam Intermón, 2018	512
Tabla A.6.3. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión Ramal Santa Cruz de Chiapas comercializado por Alternativa 3, 2019	513
Tabla A.6.4. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión San Fernando de Chiapas comercializado por la importadora alemana GEPA, 2019	514

Tabla A.6.5. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yachil Xojobal Chulchan de Chiapas comercializado por la importadora alemana Aroma Zapatista, 2019	515
Tabla A.6.6. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yochin Tayel Kinal de Chiapas comercializado por la importadora alemana Café Libertad, 2019.....	516
Tabla A.6.7. Cadena de Valor de un paquete de café de 454 grs. de la cooperativa Ts'umbal Xitalha de Chiapas comercializado por la cooperativa española Come Sano Come Justo, 2021	517
Tabla A.6.8. Cadena de Valor de un paquete de café liofilizado de 400 grs. de la cooperativa Majomut de Chiapas comercializado por la empresa española Eticambio, 2023	518

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1. Producción y consumo mundiales de café verde, 1990-2020 (en miles de sacos de 60 kg de café verde)	31
Gráfico 1.2. Consumo mundial de café por regiones, 1990-2019 (en miles de sacos equivalentes de 60 kg de café verde)	35
Gráfico 1.3. Exportaciones de café en porcentaje sobre el total de exportaciones, 2000-2010	41
Gráfico 1.4. Precios nominales de los cuatro grupos de café en promedio anual, 1990-2019 (en centavos de dólar estadounidense por libra de café verde, promedio anual)	42
Gráfico 1.5. Precios de exportación del café colombiano en términos corrientes, 1970-2020 (en centavos de dólar estadounidense por libra de café verde, promedio anual)	43
Gráfico 1.6. Precios de exportación del café colombiano en términos constantes, 1970-2020 (en centavos de dólar estadounidense por libra de café verde, promedio anual)	45
Gráfico 1.7. Superficie sembrada y cosechada de café en México, 1980-2020 (en hectáreas)	46
Gráfico 1.8. Precios al consumo en Alemania, Estados Unidos y Bélgica, y precios pagados al productor en México, 1990-2008 (en dólares por cien libras de café verde)	73
Gráfico 2.1. Gasto anual por habitante en productos de Comercio Justo, 1994 (en euros)	164
Gráfico 2.2. Evolución de las ventas mundiales certificadas por FLO, 1997-2003 (en toneladas)	170
Gráfico 2.3. Evolución de las ventas mundiales certificadas por FLO, 2004-2019 (en millones de euros)	186
Gráfico 2.4. Superficie cultivada mundial de café orgánico, 2004-2019 (en hectáreas)	209
Gráfico 2.5. Cooperativas cafetaleras productoras de café certificado por Fairtrade International, 2011 (en porcentaje sobre el total mundial)	239
Gráfico 2.6. Área mundial de cultivo de café por estándar social o ambiental, 2008-2019 (en millones de hectáreas)	253
Gráfico 2.7. Precios del café Arábica, orgánico y lavado, certificado por Fairtrade International, en términos constantes, 1988-2020	260
Gráfico 3.1. Producción, exportaciones y consumo interno de café verde en México, en miles de sacos de 60 kg (1990-2020)	277
Gráfico 3.2. Importaciones de café de México en todas sus modalidades, en toneladas métricas (1990-2020)	279
Gráfico 3.3. Participación de las diferentes tipologías del café en el consumo final en México (1990-2015)	282
Gráfico 3.4a. Participación de la superficie cultivada orgánica de los estados mexicanos en el total de México, 2007/08	346
Gráfico 3.4b. Participación de la superficie cultivada de café en el total de superficie orgánica de México, 2007/08	346
Gráfico 3.5. Evolución de la creación de cooperativas de pequeños productores de café en Chiapas (1979-2022)	359

Gráfico 3.6. Evolución comparada del precio de mercado y del precio mínimo de FLO para el café Arábica lavado (1979-2019)	411
Gráfico A.6.1. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. convencional comercializado en grandes superficies, 2018	511
Gráfico A.6.2. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la Unión de Cooperativas ACPCU de Uganda comercializado por Oxfam Intermón, 2018	512
Gráfico A.6.3. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión Ramal Santa Cruz de Chiapas comercializado por Alternativa 3, 2019	513
Gráfico A.6.4. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión San Fernando de Chiapas comercializado por la importadora alemana GEPA, 2019	514
Gráfico A.6.5. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yachil Xojobal Chulchan de Chiapas comercializado por la importadora alemana Aroma Zapatista, 2019	515
Gráfico A.6.6. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yochin Tayel Kinal de Chiapas comercializado por la importadora alemana Café Libertad, 2019.....	516
Gráfico A.6.7. Cadena de Valor de un paquete de café de 454 grs. de la cooperativa Ts'umbal Xitalha de Chiapas comercializado por la cooperativa española Come Sano Come Justo, 2021	517
Gráfico A.6.8. Cadena de Valor de un paquete de café liofilizado de 400 grs. de la cooperativa Majomut de Chiapas comercializado por la empresa española Eticambio, 2023	518

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 3.1. Porcentaje de productores de café de cada estado productor de México sobre el total del país (2011)	268
Mapa 3.2. Regiones económicas del estado de Chiapas	274
Mapa 3.3. Área geográfica cubierta por las tres diócesis de Chiapas (1965)	309
Mapa 3.4. Población indígena por estados y localización de las regiones bioculturales prioritarias para la conservación en México (Chiapas destacado con un círculo)	342
Mapa 3.5. Distribución geográfica de las cooperativas cafetaleras en Chiapas (1990)	361
Mapa 3.6. Distribución geográfica de las cooperativas cafetaleras en Chiapas (2017)	362
Mapa 3.7. Relieve orográfico de Chiapas	362
Mapa 3.8. Municipios de Chiapas con socios de Majomut	398

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Trayectorias de las corporaciones Sara Lee y Philip Morris hasta su fusión (1975-2020)	83
Figura 2.1. Logos de los sellos de certificación de Comercio Justo existentes hasta el año 2002	167
Figura 2.2. Evolución del logo del sello Max Havelaar en Suiza, 1992-2022	168
Figura 2.3. Logo actual de Fairtrade International	168
Figura 2.4. Saco de café de la cooperativa ISMAM, de Chiapas, certificado por las agencias OCIA y Naturland	204
Figura 2.5. Explotación cafetalera bajo sombra en el municipio de San Juan Cancuc, en Chiapas (México)	211
Figura 2.6a. Cafetal bajo sombra en el ejido Guadalupe Victoria, municipio de Amatenango de la Frontera, en Chiapas (México)	212
Figura 2.6b. Cafetal bajo sombra en el ejido Guadalupe Victoria, municipio de Amatenango de la Frontera, en Chiapas (México)	213
Figura 3.1. Protesta de productores de organizaciones afiliadas a la CNOC ante las oficinas de Nestlé en Ciudad de México (octubre del 2004)	304
Figura 3.2. Protesta de productores de cuatro estados en Xalapa, Veracruz, contra la apertura de una planta procesadora de Nestlé (15/1/2019)	304
Figura 3.3. Paquete de café de la marca Yambo, compuesto por café de las cooperativas UCIRI e ISMAM y comercializado en Bélgica por Oxfam	351
Figura 3.4. Manifestación del movimiento “El Campo No Aguanta Más” en Ciudad de México (31/1/2003)	380
Figura 3.5a. Máquina tostadora Azteca-5K-AR	390
Figura 3.5b. Máquina tostadora RL-Radyak-5	391
Figura 3.6. Inauguración del Centro de Capacitación Campesina de la Unión Majomut en la comunidad de Polhó (enero del 2002)	396

AGRADECIMIENTOS

Durante el proceso de elaboración de esta tesis, muchas personas me han brindado su apoyo. Quiero empezar agradeciendo el enorme apoyo que he tenido de mi director, Jordi Planas Maresma, sus consejos académicos, que con frecuencia han ido más allá de la tesis, sus agudas reflexiones, críticas constructivas y su análisis minucioso del trabajo que yo iba desarrollando. En todo momento me ha ofrecido un seguimiento incondicional y ha mostrado una gran responsabilidad. Ha sido una gran suerte haberlo tenido como director por su indiscutible compromiso.

Deseo agradecer especialmente a Domingo Gallego, de la Universidad de Zaragoza, con quien entablé relación académica y amistad personal en el Máster de Historia Económica (UB-UZ-UAB) que precedió al Doctorado, su seguimiento y sus siempre lúcidos comentarios. Mi participación en el proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades RTI2018-093970-B-C33 y después PID2021-123129NB-C41, me dio la posibilidad de participar en varios congresos donde pude establecer contactos enormemente enriquecedores en el ámbito de la Historia Agraria y la Historia Ambiental, de quienes recibí comentarios muy valiosos sobre los avances de mi investigación. Agradezco a Enric Tello el haberme acogido en el proyecto de investigación del que es investigador principal junto con Jordi Planas. Algunas de sus reflexiones en los inicios de la tesis las he tenido muy presentes durante estos años y han sido una guía muy valiosa.

Durante mis estancias en Chiapas para efectuar trabajo de campo fui recibido con hospitalidad y afecto por varias organizaciones cafetaleras y conservo un precioso recuerdo de todas ellas. He tenido la inestimable fortuna de continuar o retomar contactos, o establecer otros nuevos, con personas de las organizaciones de pequeños productores de café de Chiapas. Sin su ayuda y el vasto caudal de información que me han suministrado, esta tesis no hubiera sido posible. He podido retomar el contacto con Víctor Perezgrovas, ex asesor de la Unión de Ejidos Majomut, de la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas y de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo. En el año 2002 tuve la inmensa suerte de pertenecer a su equipo de trabajo y de colaborar con la entrañable familia que era en aquella etapa la Unión de Ejidos Majomut. Siento una especial gratitud hacia Walter Anzueto, técnico de la Unión Majomut durante catorce años, por tanta información brindada y por su precisa perspectiva histórica, con una mirada del mundo del café siempre desde la óptica de quienes hacen lo más importante, cultivarlo. Aquel equipo técnico de la Unión Majomut no ha tenido el reconocimiento que merecería la extraordinaria labor que llevó a cabo. Quiero expresar mi agradecimiento a Gerardo Tenorio, fundador de Sch'Litesel Ka'Teltik y posteriormente distribuidor en Aguascalientes del café de Paluch'en, por tantas entrevistas y tantas conversaciones informales tan enriquecedoras. El altruismo del proyecto que lidera y la generosa entrega personal con

la que lo ha impulsado son poco usuales. Asimismo expreso mi gratitud hacia José Manuel Águila, técnico durante más de una década de la organización Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla y actual asesor de Movimiento Campesino de Belisario, por tantos datos históricos tan exactos y fiables que me ha suministrado desinteresadamente. Agradezco también a Alfonso Carreón la información sobre los activistas de extrema izquierda que fueron a Chiapas para realizar sus ideales e impulsaron los movimientos campesinos y posteriormente las cooperativas cafetaleras.

Igualmente me siento en deuda con José Juárez, coordinador de la Unión de Ejidos de la Selva, por introducirme en la lógica económica de una organización cafetalera de pequeños productores; con Rod Barrera, coordinador de Cafeticultor Arcaju, por permitirme conocer un proyecto cafetalero novedoso; con Janette González, de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, por tantos contactos e información suministrados de las cooperativas de la zona de la Reserva de la Biosfera El Triunfo; con Fernando Celis, director de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras, fuente inagotable de información sobre los movimientos campesinos mexicanos e incondicional defensor de los intereses de los pequeños productores; y con Carlos Pinto, ingeniero agrónomo, por los cuantiosos datos facilitados de las cooperativas de la región norte de la selva.

No puedo dejar de mencionar a otras organizaciones que con su amabilidad me ofrecieron la posibilidad de ampliar la casuística contemplada. Mi sincero agradecimiento a Yomol A'tel y a las personas de su equipo con las que pude entrevistarme: Alberto Irezábal, José Aquino (in memoriam), Miguel Ángel Torres y José Andrés Fuentes. Igualmente toda mi gratitud hacia el equipo directivo de Tzotzilotic Tzobolotic, especialmente a Francisco Ruiz Núñez por haberme acompañado en las visitas a las parcelas cafetaleras del municipio de El Bosque. También mi gratitud a los equipos directivo y técnico de Tiemelonlá Nich Klum, particularmente a Dolores María di Costanzo por su generosa ayuda y por compartirme su muy dilatada trayectoria acompañando a los pequeños productores. Muchas gracias asimismo a Xun Vázquez, coordinador de Slekil, por las interesantísimas visitas a los cafetales del municipio de San Juan Cancuc y por haber podido vivir presencialmente la cotidianidad en la comunidad El Pozo del mismo municipio. Quisiera manifestar mi admiración y respeto a tantas personas que han dedicado, o todavía dedican, una parte muy importante de su vida a colaborar para que salgan adelante las organizaciones de pequeños productores de café. Haber interactuado con todos ellos y ellas dio sentido a la tesis y a los esfuerzos realizados.

Expreso mi agradecimiento a investigadores e investigadoras de instituciones académicas y centros de investigación, de Chiapas y del resto de México, que con tanta gentileza me ayudaron: Celia Ruiz de Oña, del Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur; Yair Merlín, de El Colegio de la Frontera Sur; Ángeles Tepox, de la Universidad Autónoma de Chiapas; Teresa González, de la Universidad Veracruzana; y Juan Luis Delgado, de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Desde el otro lado del Atlántico, he tenido la fortuna de poder entrevistar a personas de las organizaciones que realizan una labor indispensable, importar el café orgánico de los pequeños productores y elaborarlo para que los consumidores lo podamos disfrutar diariamente. Tengo una gran deuda con: José Antonio Otero, director de Ecolectia; Francisco Baile, project manager de Alternativa 3; y Miguel Rodríguez de Vera, socio fundador de Eticambio. Quitaron tiempo de su apretada agenda para ayudarme a entender los intrincados mecanismos del Comercio Justo y del complejo mundo de la importación, transformación y distribución del café. Asimismo deseo mencionar a Iñaki García y Carina García, impulsor y continuadora respectivamente del proyecto de importación en el Estado Español del café de las cooperativas zapatistas. Desde hace muchos años, todos ellos y ellas han demostrado constantemente que es posible compatibilizar la rentabilidad económica, la sostenibilidad ambiental y la justicia social. Ahora que existe una creciente preocupación por cómo redirigir el sistema económico para hacer un mundo más justo y sostenible, sería oportuno prestar atención a los proyectos empresariales y solidarios que han demostrado su solvencia durante tanto tiempo. Igualmente, un afectuoso recuerdo y agradecimiento a Luis Begara, fundador en Córdoba de la cooperativa Sandino, por ayudarme a recordar y documentar la etapa de las experiencias pioneras del Comercio Justo en Europa y en España, que pude vivir personalmente a partir del año 1996.

Quiero acabar agradeciendo a mi familia su infinita paciencia. Anna y el pequeño Roger, que vino al mundo en los inicios de esta investigación, han asumido el principal sacrificio de tanto tiempo que la tesis me ha sustraído para poder estar con ellos. A partir de ahora les compensaré por mis continuos y prolongados encierros en mi despacho. En estos momentos recuerdo a mis padres Albert y María José y a mis tíos Pepe y Manuela, a quienes les hubiera llenado de orgullo poder ver cómo finalizaba una tesis doctoral.

A lo largo de este trabajo hay un actor social que siempre está presente y en quien he focalizado mi perspectiva investigadora, que son los pequeños productores de café, particularmente los de Chiapas. A ellas y a ellos y a su inquebrantable voluntad de seguir apegados a su tierra y su cultura en unas condiciones tan hostiles, va dedicada esta tesis.

INTRODUCCIÓN GENERAL

El café es uno de los productos alimenticios con un mayor consumo mundial. Las más de 3.200 millones de tazas que se consumen diariamente en todo el mundo denotan su importancia social global. Se consume principalmente en países de alta renta per cápita y se produce mayoritariamente en países en vías de desarrollo y en explotaciones de pequeños productores altamente dependientes de la venta del café. Las características de la planta del café hacen que únicamente se pueda cultivar en regiones con un clima tropical o subtropical.

Es un cultivo intensivo en mano de obra, por lo que tiene una importante capacidad para dinamizar las economías locales y regionales. Al adaptarse a regiones con un relieve accidentado, acostumbra a cultivarse en terrenos en los que su producción tiene bajos costes de oportunidad. Cuando se cultiva en áreas con una pendiente pronunciada, la mecanización de las labores agrícolas no es posible.

La elevada dependencia de las exportaciones, destinadas primordialmente a países industrializados, deja a los países productores muy expuestos a variaciones en los precios. Los pequeños productores de los países exportadores, con parcelas cafetaleras de muy reducido tamaño, también son muy vulnerables a estas oscilaciones. Durante la segunda mitad del siglo XX, México estuvo entre los cinco primeros productores mundiales, y actualmente figura entre los diez principales productores. La mayoría de sus productores responden al perfil de pequeños productores.

El Acuerdo Internacional del Café (AIC), cuyas cláusulas económicas estuvieron vigentes entre 1962 y 1989, estabilizó los precios al asignar cuotas de exportación a los países productores signatarios del mismo. La no renovación de dichas cláusulas dio paso a un mercado desregulado y liberalizado, en el que las exportaciones perdieron peso en el total de ventas de la industria del café, mientras que las empresas multinacionales pudieron adquirir el café a precios más bajos. En un mercado del café globalizado, la continuidad de los pequeños productores que seguían produciendo café de calidad pasaba por producir cafés diferenciados que les permitiera acceder a nichos de mercado más rentables.

Desde finales de los años 1980, el denominado Comercio Justo, impulsado en países occidentales por organizaciones de carácter solidario y que tenía el café como producto central, y el desarrollo de la producción y consumo de alimentos orgánicos, ofrecieron alternativas viables para los pequeños productores. Todo ello fue posible gracias al surgimiento, desde mediados de los años 1980, de un nuevo paradigma de consumo en un sector de los consumidores de los países ricos, preocupados por las consecuencias que acarrea el modelo de consumo hegemónico.

México fue un caso paradigmático de las consecuencias que tuvo en las economías campesinas la hegemonía de los postulados neoliberales en la década de 1980, que implicó no

sólo la no renovación de las cláusulas económicas del AIC, sino la supresión de las instituciones públicas con competencias en el sector del café, lo cual sumió al sector en una profunda crisis.

En el estado de Chiapas, principal productor de café de México, en los años 1970 se había iniciado un intenso proceso de movilización campesina. La articulación de los pequeños productores cristalizó en la creación de potentes organizaciones campesinas, que posteriormente derivaron en la fundación de cooperativas cafetaleras. Desde principios del decenio de 1990, sobre todo hasta mediados de la primera década de este siglo, la constitución de nuevas cooperativas registró una extraordinaria expansión. A lo largo de los últimos cuatro decenios, se tiene constancia de la constitución de casi doscientas cooperativas de pequeños productores de café, algunas de ellas con más de un millar de socios.

En el crecimiento del fenómeno cooperativo ejercieron un papel central las coordinadoras estatal y nacional. Muchas de las cooperativas obtuvieron la doble certificación de Comercio Justo y orgánica, requisito indispensable para exportar su café a nichos de mercado que pagaban precios más altos por el café. Tuvieron como un eje central de su estrategia el producir café de alta calidad. No obstante, muchas otras cooperativas siguieron una trayectoria menos exitosa. No es fácil explicar las razones de la diversidad de trayectorias de estas organizaciones cooperativas y los numerosos casos analizados nos ofrecen un panorama muy heterogéneo, pero creemos que una cuestión central en el funcionamiento de las cooperativas fue el modelo de gobernanza más o menos eficaz que consiguieron implantar.

Este trabajo pretende mostrar la respuesta que estas organizaciones campesinas y un sector de los consumidores desarrollaron frente a las deficiencias de los mercados de café, principalmente cuando fueron liberalizados a partir de 1989. Se trata de una temática que ha despertado el interés de un buen número de investigadores, que han analizado la creación de cooperativas cafetaleras, su opción por la producción orgánica y la comercialización en el Comercio Justo como respuesta a un conjunto de factores causantes, siempre con el denominador común de las disfunciones de los mercados de café, tanto los domésticos como los internacionales, y los problemas de los productores en su relación con las instituciones públicas.

Por ejemplo, Vanderhoff (1992) estudió la creación de la cooperativa de Oaxaca que fue pionera a nivel mundial en la exportación de café certificado, Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), en el contexto de unas estructuras económicas, políticas y sociales injustas que mantenían a los campesinos de las zonas montañosas de Oaxaca en una situación de extrema pobreza. Para escapar de esta situación de marginalidad, la comercialización del café en condiciones más equitativas fue identificado como el factor clave. Renard (1999) efectuó una descripción del funcionamiento del mercado internacional del café en el muy largo plazo y del punto de ruptura que significó el año 1989, y señaló las fisuras que los pequeños productores encontraron en el sistema para poder insertarse en ciertos nichos de

mercado, en una etapa ya plenamente dominada por los postulados del neoliberalismo.

Roozen y Vanderhoff (2002) encuadraron la creación de UCIRI y el desarrollo del Comercio Justo en un contexto en el que se buscaban alternativas tanto al sistema capitalista como a la economía planificada, ya que ninguno de los dos modelos habían conseguido eliminar las desigualdades. Examinaron en profundidad el cúmulo de dificultades que tuvo que ser superado para poder comercializar los primeros paquetes de café mexicano certificado como equitativo en los Países Bajos, un mercado fuertemente acaparado por unos pocos grandes consorcios empresariales.

Nolasco (1985) llevó a cabo una rigurosa caracterización de la cafeticultura mexicana y las modalidades de organización productiva y social de las regiones cafetaleras. Su propuesta de ecodesarrollo iba más allá de las tradicionales propuestas del desarrollo económico. Definió estrategias de desarrollo que armonizaran los objetivos del desarrollo social y económico con la preservación de los ecosistemas de las zonas cafetaleras.

A partir de estos trabajos precursores, surgieron interrogantes que conformaron las preguntas que pretende responder el presente trabajo. Por ejemplo, la conexión del movimiento cooperativo con las movilizaciones campesinas mexicanas de los años, que respondían al desgaste del modelo corporativista y autoritario que había regido el campo mexicano durante décadas y, en estados con un importante porcentaje de población indígena como el de Chiapas, a un proceso de reafirmación de las culturas locales.

Posteriores investigaciones pudieron tener una perspectiva más dilatada sobre el rumbo que estaba tomando el Comercio Justo, sobre todo en el siglo XXI, y poner de manifiesto las contradicciones surgidas y las divergencias que se generaron en su interior. Jaffee (2014) analizó la complejidad que supone para el Comercio Justo alterar los términos poco equitativos en que tiene lugar el comercio, que perjudican a los pequeños productores, y hacerlo a través del mercado. Doppler y González Cabañas (2007) evidenciaron que la institucionalización del Comercio Justo condujo al declive de los valores simbólicos que lo habían impulsado en sus inicios. Cuéllar y Reintjes (2009) y Jaffee (2014) plantearon el debate sobre si el principal objetivo del Comercio Justo debe ser incrementar las cuotas de mercado lo más rápidamente posible o bien crear procesos realmente transformadores y que supongan una verdadera alternativa al modelo hegemónico, para lo cual un factor clave sería educar y sensibilizar a los consumidores, algo que el Comercio Justo ha ido abandonando.

Doppler y González Cabañas (2006) también remarcaron la distancia que se estaba generando entre la normativa del Comercio Justo y la realidad social de las organizaciones de pequeños productores, y enfatizaron la necesidad de priorizar el diálogo y no tanto el cumplimiento de la normativa. Renard (2005) y González Cabañas y Nigh (2005b) examinaron la creciente complejidad de la normativa que se aplicaba para certificar la producción de los campesinos del Sur, impuesta con poca o ninguna participación de ellos, y cómo la centra-

lización de los organismos reguladores del Comercio Justo alteró las relaciones de poder en detrimento de los pequeños productores.

De acuerdo con Jaffee y Howard (2010), las dos principales alternativas al sistema agroalimentario dominante, la producción orgánica y el Comercio Justo, sufrieron la progresiva cooptación por parte de grandes consorcios empresariales. Según Daviron y Vagneron (2011), ambas alternativas habían permitido diferenciar los productos de los campesinos y promover relaciones estrechas entre los consumidores y unos productores claramente identificables, no anónimos. A partir de los años 1990, la definición de los estándares en que se concretaban los principios generales y la certificación de su cumplimiento por un tercer actor que no eran ni los productores ni los consumidores, puso fin a la diferenciación e inició una nueva etapa de paulatina comodificación de la producción certificada de los pequeños productores.

Coscione (2012b) señaló los retos que para el Comercio Justo supusieron las escisiones ocurridas en el movimiento, la adulteración de los principios fundacionales, la toma de decisiones excesivamente centralizada en el sello de certificación hegemónico (Fairtrade International) y la respuesta de los pequeños productores mediante la creación de un nuevo sello (Símbolo de Pequeños Productores). Tepox (2019) y Tepox y González Cabañas (2021) analizaron la reconfiguración de los actores participantes en el Comercio Justo, ya que las grandes empresas del sector agroalimentario han ocupado un espacio donde anteriormente sólo participaban organizaciones de pequeños productores y grupos de consumidores organizados. Subrayaron que la necesidad de volver a dotar al Comercio Justo de un sentido ético y social motivó la aparición del sello Símbolo de Pequeños Productores (SPP), gobernado por los productores y organizado sobre unas bases más democráticas.

Renard y Loconto (2013) constataron la bifurcación del Comercio Justo. Por un lado, Fairtrade International (FI) se centró en definir unos estándares cada vez más neutros, meticulosos, sin pretensiones políticas y destinados a construir un sistema estandarizado con independencia de quién participe en él. En el otro extremo, SPP exhibió un fuerte posicionamiento ético y político y reivindicó retomar los objetivos de los primeros sellos, particularmente el sello Max Havelaar. Tepox y González (2021) también advirtieron de la asimetría de poder que generaba en el Comercio Justo la total supeditación a los estándares, ya que quien los establece es quien orienta el rumbo del Comercio Justo.

Todos los trabajos mencionados fueron estimulantes y motivadores. Indujeron una serie de preguntas que atraviesan muchas partes de esta investigación y que cuestionan en qué grado la evolución del Comercio Justo y la producción orgánica se apartaron o no de sus valores constituyentes, y siguieron teniendo (o no) a los pequeños productores como el objetivo central de la planificación y estrategia seguidas y de las decisiones tomadas.

En este trabajo se analiza cómo las cooperativas de pequeños productores y sus clientes se adaptaron a lo largo del tiempo a los retos que les planteaban las alternativas productivas y

comerciales ideadas, así como la contribución que el Comercio Justo y la producción orgánica supusieron para la viabilidad de estas cooperativas y la subsistencia de sus socios productores, centrándose en el caso de México y específicamente en el estado de Chiapas, que como se ha dicho era el mayor productor mexicano de café, así como también de café orgánico y de Comercio Justo. El periodo temporal abarca desde 1980, cuando se fundan las primeras cooperativas cafetaleras no sujetas al poder político, hasta 2020, que es cuando se tiene evidencia de la constitución de las más recientes. No obstante, se indaga en las movilizaciones campesinas ocurridas en Chiapas en los años 1970 como precedente directo e inmediato de la formación de cooperativas independientes.

Para llevar a cabo esta investigación, se ha trabajado con fuentes y metodologías muy diversas. Para describir la evolución de la producción, comercio internacional y consumo de café a nivel mundial, y situar a México dentro de este panorama global, se utilizan las bases de datos de la International Coffee Organization (ICO), la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, el United States Department of Agriculture (USDA), el Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta de México (SIACON-NG) y el Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) de México.

También se efectúa una cuantificación en el muy largo plazo del volumen comercial del conjunto del Comercio Justo, particularmente del café, y de la producción de café orgánico, a partir del análisis de las bases de datos y los informes de FLO-Fairtrade International, Fairtrade Foundation, International Trade Centre (ITC), European Fair Trade Association (EFTA), Coordinadora Estatal de Comercio Justo (de España) y el Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), además de fuentes secundarias. Asimismo, se han llevado a cabo numerosas entrevistas semiestructuradas con personas de diferentes importadoras y entidades supranacionales de Comercio Justo que tuvieron una contribución relevante en la gestación y desarrollo del Comercio Justo y de la comercialización de productos orgánicos.

La escasez de datos estadísticos sobre la creación, evolución y en su caso desaparición de cooperativas productoras de café de Chiapas, y el reducido número de ellas que han plasmado su historia en documentos escritos, han comportado una laboriosa recopilación de datos sobre muchas de ellas consultando fuentes muy diversas, desde entrevistas y comunicaciones con los equipos técnicos y directivos, hasta la consulta de expedientes en el Registro Agrario Nacional, el seguimiento exhaustivo de páginas web y redes sociales de las organizaciones cooperativas en aquellos casos en que existen, y múltiples fuentes indirectas, desde trabajos de investigación hasta noticias de la prensa local, estatal o nacional. La labor de investigación incluyó el trabajo de campo efectuado en los años 2002, 2007, 2016 y 2017, durante el cual se visitaron diversas cooperativas, se mantuvieron entrevistas semiestructuradas con personas que tuvieron o tienen una función relevante en ellas y se llevó a cabo trabajo de recopilación histórica de la prensa local.

En la elaboración de este trabajo se ha intentado conectar el funcionamiento de los mer-

cados de café con la aparición de alternativas productivas y comerciales, esencialmente el café orgánico y el Comercio Justo, como opciones para hacer viable la producción de los pequeños productores. Para ello, la estructura del trabajo se ha organizado en tres capítulos. En el primero se analiza la evolución del mercado internacional del café antes de su desregulación en 1989 y con posterioridad a ese año. Se examina la evolución de los precios para mostrar su tendencia descendiente en el largo plazo, la inelasticidad tanto de la oferta como de la demanda y qué problemas origina esta rigidez, así como la entrada de capitales especulativos en el mercado de café a partir de los años 1990. Asimismo se estudia la gran concentración empresarial que se produjo con la liberalización de los mercados y las asimetrías en la cadena de valor que generó. Se traza una perspectiva global, si bien más centrada en Latinoamérica, de los que efectos que el funcionamiento desregulado del mercado ha tenido en las economías campesinas, y finalmente se abordan los intentos que se han llevado a cabo desde finales del siglo XX para regular la oferta.

El segundo capítulo aborda la historia del Comercio Justo, desde las iniciativas embrionarias y aisladas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, para favorecer a colectivos marginalizados, hasta su institucionalización a partir de 1988 y su crecimiento comercial en el siglo XXI, así como las profundas transformaciones que ha originado su mayor magnitud y las discrepancias que han ocasionado entre las distintas formas de entender el Comercio Justo. Se caracterizan sus actores impulsores en cada una de las etapas para comprobar la mutación del movimiento. Se investiga la irrupción de la producción y consumo de alimentos orgánicos y la convergencia cada vez mayor del mercado del Comercio Justo con el mercado orgánico. Por último, este segundo capítulo centra su atención en el caso del café como producto emblemático del Comercio Justo, su protagonismo en las primeras experiencias de productos certificados mediante un sello de garantía y los factores que están ralentizando los beneficios que inicialmente aportó el Comercio Justo a los pequeños productores de café.

El tercer capítulo trata el caso de México, país pionero en la producción de café de Comercio Justo, y en particular el caso de Chiapas, principal estado productor de café orgánico y de Comercio Justo. Se investiga la evolución de la producción, exportación y consumo de café, las políticas públicas del Estado mexicano hacia el sector del café desde el último cuarto del siglo XX y qué consecuencias tuvo todo ello para el desarrollo de las cooperativas. Para explicar el surgimiento del movimiento cooperativo se describe la movilización campesina en Chiapas desde la década de 1970, auspiciada por la Iglesia Católica y apoyada por activistas de extrema izquierda. También se analizan las causas del alzamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en 1994, uno de los acontecimientos más relevantes de la historia reciente de México, y la influencia de esta insurrección en el movimiento cooperativo.

A continuación, en este capítulo se estudia el desarrollo de la producción orgánica de café, elemento central de las cooperativas cafetaleras de México. Se explica la influencia que tuvo sobre Chiapas la primera cooperativa mexicana, del estado de Oaxaca, que exportó

café certificado a Europa, y los intensos vínculos que se establecieron entre el movimiento cooperativo de Oaxaca y el de Chiapas. Se analiza el desarrollo del cooperativismo cafetalero en Chiapas, el papel de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), en la que las cooperativas de Chiapas y Oaxaca desempeñaron un rol fundamental, y de la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE), y se describen las características generales de estas organizaciones cooperativas, además de aportar algunos estudios de caso. Finalmente, se abordan los factores que determinaron la comercialización de las cooperativas a través de los circuitos del Comercio Justo, las fortalezas y debilidades que ha mostrado el amplio abanico de cooperativas en su inserción en el Comercio Justo a lo largo de las últimas cuatro décadas, y las ventajas e inconvenientes de diferentes certificaciones, relacionadas a su vez con las divergencias en el seno del Comercio Justo y los síntomas de crisis que se advierten, analizados ambos en el segundo capítulo.

A pesar de los escollos enfrentados, y del considerable número de cooperativas que se quedaron a medio camino en relación a las más exitosas en cuanto a crecimiento en la base social, exportación a países occidentales y relaciones estables y duraderas con sus clientes, el cooperativismo cafetalero de México y especialmente el de Chiapas han demostrado su solidez durante esta andadura de más de cuatro décadas. Se han desarrollado en un entorno institucional poco favorable y han coexistido con gobiernos estatales y nacionales de todos los signos políticos, que siempre han tenido en común la escasa sensibilidad hacia este importante sector del agro de mexicano. Todo indica que continuarán teniendo este factor en contra, pero también han demostrado una gran capacidad de supervivencia y de adaptación ante circunstancias cambiantes.

La probada capacidad de resistencia de muchas de estas cooperativas, que en algunos casos ya acumulan más de cuarenta años de funcionamiento, las hace dignas de estudio. Una característica que igualmente las hace relevantes es su contribución a un modelo agrícola más sostenible basado en pequeñas explotaciones familiares. Desde instituciones como la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) se viene alentando este modelo como forma de encarar el futuro de la agricultura, ante la magnitud de los retos sociales y ambientales que se plantean en la actualidad. Si este trabajo aporta nuestro grano de arena a este objetivo nos daremos por satisfechos.

CAPÍTULO 1: LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ DESDE 1980

1.1 Introducción

El café es un producto de amplísimo consumo todo el mundo. Durante el año cafetalero 2019/20¹ cada día se consumieron en todo el mundo unos 3.200 millones de tazas de café², lo que da cuenta de la dimensión social global de una bebida que está presente a diario en la vida de una porción significativa de la población mundial. Hasta los años 1990 fue la segunda materia prima con mayor importe monetario en el comercio internacional tras el petróleo (Bates y Lien, 1985; Daviron y Ponte, 2005). Actualmente continúa figurando entre las materias primas agrícolas más valiosas en términos de comercio mundial (Panhuysen y Pierrot, 2014).

El café es producido en unos 12,5 millones de explotaciones en más de 80 países en vías de desarrollo situados en latitudes tropicales o subtropicales del planeta, incluyendo 22 países con un Índice de Desarrollo Humano Bajo según los baremos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Aproximadamente un 80% de las explotaciones son de pequeños productores cuyos ingresos monetarios dependen altamente de la venta del café. Se estima que, dentro de ese porcentaje, unos 25 millones de personas producen en torno al 70% de todo el café producido globalmente (Panhuysen y Pierrot, 2018; Voora *et al.*, 2019). En su producción y procesamiento participan más de cien millones de personas (Panhuysen y Pierrot, 2014).

Se trata de un cultivo intensivo en mano de obra, se necesitan una media de 250-300 jornadas de trabajo para producir una tonelada métrica de café, de las cuales el 80% se concentra en la época de cosecha (Duris, 2007). Su alto requerimiento en mano de obra hace que tenga más potencial para dinamizar el tejido productivo de las economías regionales y locales, a través del consumo, que otras actividades primarias como la minería (Cano *et al.*, 2012; Montero, 2018; Montero *et al.*, 2021). Gracias a su adaptación a topografías con pendiente pronunciada, se suele cultivar en terrenos donde su producción no presenta costes de oportunidad. Particularmente en alguna especie de café una parte muy importante de las labores no se puede mecanizar, ya que se cultiva en laderas de montañas que presentan grandes dificultades para la introducción de maquinaria. Si bien determinadas regiones productoras de Brasil cuentan con sistemas de riego, la mayoría de productores dependen de la lluvia y de los ciclos climáticos para su producción.

1 El año cafetalero oficial considerado por la práctica totalidad de organismos nacionales y supranacionales relacionados con el sector no coincide con el año natural, sino que abarca parte de un año y parte del siguiente. Para el grupo más numeroso de países productores se inicia el 1 de octubre y finaliza el 30 de septiembre del siguiente año. Este grupo se denomina October Group, y los otros dos grupos son el April Group y el July Group, dependiendo del mes en el que se inicia la cosecha. Para los países no productores el año cafetalero comienza en octubre.

2 Considerando una taza con un contenido en promedio de 100 ml, una utilización de 7 gramos de café tostado por cada taza y las cifras de consumo mundial facilitadas por la International Coffee Organization (ICO).

Han sido identificadas 124 especies de plantas de café encuadradas en el género *Coffea*, todas ellas originarias del África ecuatorial donde crecen de forma silvestre. Sin embargo, la práctica totalidad del café producido y comercializado en el mundo corresponde a las especies Arábica (*Coffea arabica*) y Robusta (*Coffea canephora*), ya que la producción y consumo de la especie Liberica (*Coffea liberica*) es muy reducida y la de otras especies es marginal. La especie Robusta crece en ambientes cálidos y húmedos a menor altitud que la Arábica, tolera mejor el sol y el calor y es más resistente a las plagas y enfermedades. Sus rendimientos por planta de café y por tanto por hectárea son aproximadamente un tercio superiores a los de la Arábica, y los costes de producción son menores ya que requiere menos cuidados. Los cafés de la especie Arábica, al crecer a mayores altitudes que el Robusta, maduran más lentamente por estar expuestos a temperaturas medias menores. La mayor lentitud en la maduración da más tiempo para desarrollar aromas y sabores complejos y genera granos de café más densos y con más aceites esenciales. Esto ocasiona, en cuanto a sus cualidades organolépticas, mayor complejidad en el sabor, más aromas y mayor grado de acidez, en tanto que el café consumido procedente de cafetos³ de Robusta es más amargo y menos aromático, presenta un color más oscuro y tiene un mayor contenido en cafeína⁴.

La producción del Arábica se da principalmente en las laderas de los Andes en Suramérica, en pendientes de tierra volcánica de México y Centroamérica, en regiones montañosas del Caribe, así como en los altiplanos de algunos países del este de África como Etiopía, Kenia, Tanzania, Ruanda y Burundi. Dentro de los países productores de Arábica, Brasil constituye un caso singular, ya que un porcentaje relevante de su producción tiene lugar a menor altitud que el resto de los principales productores. La especie Robusta se produce fundamentalmente en el continente asiático, en Brasil y en llanuras situadas a poca altitud en el centro y oeste de África. Los principales países productores de café Arábica en el ciclo 2016/17 fueron: Brasil, Colombia, Etiopía, Honduras, México, Guatemala e India. En el mismo ciclo, los cinco principales productores de Robusta fueron: Vietnam, Brasil, Indonesia, Uganda e India (Panhuysen y Pierrot, 2018). Brasil, además de ser el primer productor mundial de Arábica, es el segundo en importancia de Robusta, con predominio de cafés producidos en grandes explotaciones altamente mecanizadas. India es el séptimo productor de Arábica y el quinto de Robusta.

Todos los cafés comercializados en el mundo se pueden englobar en cuatro grupos en cuanto a precio y categoría, que se corresponden con los cuatro niveles que estableció la Organización Internacional del Café (OIC) en 1965, por razones de tipo administrativo y estadístico, mediante su sistema de precios indicativos. Son, de mayor a menor calidad y de mayor a menor precio: Arábicas Colombianos Suaves, Otros Arábicas Suaves, Arábicas Bra-

3 El cafeto es la planta del café, un arbusto que pertenece a la orden de las Gentianales, dentro de ellas a la familia de las Rubiáceas, y que conforma el género *Coffea*, perteneciente a dicha familia.

4 Las características organolépticas de la bebida también dependen de la intensidad del tueste, de la cantidad de café utilizada en la preparación de cada taza, de la temperatura del agua y del tiempo de extracción.

sileños y Otros Arábicas Naturales, y Robustas⁵.

Tabla 1.1. Países productores de café desglosados por grupos de calidad de la OIC

ARÁBICAS			ROBUSTAS
SUAVES COLOMBIANOS	OTROS SUAVES	NATURALES BRASILEÑOS	
Colombia	Bolivia	Brasil	Angola
Kenia	Burundi	Etiopía	Benín
Tanzania	Costa Rica	Paraguay	Camerún
	Cuba	Timor-Leste	Congo
	Ecuador	Yemen	Costa de Marfil
	El Salvador		Filipinas
	Guatemala		Gabón
	Haití		Ghana
	Honduras		Guinea
	India		Guinea Ecuatorial
	Jamaica		Guyana
	Malawi		Indonesia
	México		Laos
	Nepal		Liberia
	Nicaragua		Madagascar
	Panamá		Nigeria
	Papua Nueva Guinea		República Cetroafricana
	Perú		Rep.Democrática Congo
	República Dominicana		Sierra Leona
	Ruanda		Sri Lanka
	Venezuela		Tailandia
	Zambia		Togo
	Zimbabue		Trinidad y Tobago
			Uganda
			Vietnam

Fuentes: elaboración propia a partir de ITC (2011a) y web ICO (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf>, consultada el 25/01/2022)

La Tabla 1.1. muestra los países encuadrados en cada grupo según el tipo de café que predomina en la producción de cada país, aunque numerosos países producen ambos tipos⁶. Hasta el año 2000, el indicador de precios compuestos de la OIC era una media aritmética simple de las cuatro categorías. Desde entonces pondera los cuatro grupos según su participación relativa en el comercio internacional. Los coeficientes de ponderación se revisan cada dos años en función de las exportaciones a la Unión Europea y a Estados Unidos que representaron cada uno de ellos en los cuatro años anteriores sobre el total de exportaciones

⁵ La OIC se refiere habitualmente a ellos como: Colombian Milds, Other Milds, Brazilian Naturals y Robustas.

⁶ La tabla no incluye productores que no son miembros de la OIC como China, Camboya, Myanmar, Hawái o Puerto Rico.

a ambos destinos. El 1 de octubre de 2021 fueron fijados los que están vigentes sobre la base de los datos disponibles entre los años 2017 y 2020: 12% para los Suaves Colombianos, 21% para Otros Suaves, 31% para Naturales Brasileños y 36% para Robustas. El 1 de octubre del 2023 se publicarán en la página web de la OIC los nuevos porcentajes calculados con arreglo a los datos disponibles entre el 2019 y el 2022.

Las cuatro categorías se dividen a su vez en numerosas subcategorías según la altitud y la región en la que el café ha sido cultivado, el tipo de procesamiento, el tamaño, forma, densidad y color del grano, el número de defectos, la apariencia del tostado y la calidad en taza. Se han establecido normas para estandarizar y normalizar las transacciones de mercado, aceptadas y legitimadas por los actores involucrados en la cadena de transformación y comercialización.

Tanto los Suaves Colombianos como los Otros Suaves pertenecen a la categoría de Arábicas Lavados, ya que han sido sometidos al procesamiento húmedo, que a los frutos recogidos del árbol, denominados café cereza o café uva, les extrae la pulpa y el mucílago y deja los granos secarse al sol con el pergamino, antes de pasar por el procesamiento en seco que transforma el café pergamino en café verde, que es el formato en el que está disponible para ser exportado y/o tostado⁷. En cambio, los Arábicas no Lavados, que se corresponden con los Arábicas Brasileños, son secados al sol con la pulpa por lo que no pasan por el procesamiento húmedo, y en la taza tienden a tener menor acidez y un cuerpo menos equilibrado que los Suaves.

La historiografía ha destacado la vulnerabilidad de los países productores de café, sujetos a los vaivenes de los precios en los mercados internacionales y sus dificultades para la obtención de divisas durante las crisis de precios, y la particular debilidad de las economías campesinas de dichos países, mayoritariamente pequeños productores con explotaciones cafetaleras de pocas hectáreas o incluso a menudo de menos de una hectárea (Ponte, 2001a; Gresser y Tickell, 2002; Intermón Oxfam, 2002; Hernández Navarro, 2004). El nuevo paradigma económico neoliberal que se ha hecho hegemónico desde los años 1980, con la consiguiente menor intervención de los estados en la economía, ha acentuado esta fragilidad.

A principios de los años 1990, todavía 56 países en vías de desarrollo dependían en más de un 50% de sus ingresos de exportación de uno o más productos primarios (Setem, 1999). La elevada dependencia de los países en vías de desarrollo de las exportaciones de productos primarios les genera vulnerabilidad debido a dos fenómenos que presionan los precios a la baja: la rápida expansión de la producción agropecuaria y los crecientes ahorros de la industria transformadora en el uso de materias primas (Kaldor, 1964). Sylos Labini (1982a y 1982b) y Kaldor (1983) han señalado la tendencia al deterioro en los términos de intercambio que sufren los países productores de productos básicos, cuyos mercados se acercan a las

⁷ Al café verde se le denomina asimismo café oro y, en algunos países, café base pilado.

condiciones de competencia perfecta y los productores son precio-aceptantes, frente a unos mercados de productos industriales en los que prevalecen estructuras monopólicas u oligopólicas. La inestabilidad en la producción, particularmente en las materias primas agrícolas, genera una gran inestabilidad en los precios. Frente a estas problemáticas, Keynes (1938) y Kaldor (1976 y 1983) proponían la intervención gubernamental en los mercados para frenar la amplitud de las oscilaciones de precios.

Akiyama y Varangis (1989 y 1990), Daviron y Ponte (2005) y Montero (2018) han analizado qué efectos tuvo el Acuerdo Internacional del Café (AIC) durante su vigencia (1962-1989) sobre los ingresos de los productores, la estabilidad de los precios y el ajuste entre oferta y demanda. Brandt (1991), Hallam (2004), Lewin *et al.* (2004) y Giovannucci y Juárez (2006) han descrito el funcionamiento del mercado tras la no renovación del Acuerdo, y la incidencia que las características de la oferta y la demanda, ambas muy inelásticas en relación al precio, han tenido sobre el comportamiento de los precios.

Subyace asimismo la cuestión de la tendencias de los precios en amplios periodos de tiempo. Gilbert (1998) y Gresser y Tickell (2002) han analizado la tendencia a largo plazo de los precios reales del café, y Hallam (2004) y Panhuysen y Pierrot (2018) la incidencia que ha tenido en la evolución de los precios la mayor producción y demanda de la especie Robusta, por el grado de sustituibilidad que existe entre ambas especies en los cafés de consumo masivo.

Talbot (1996 y 2002), van Dijk *et al.* (1998) y Pelupessy (2007) han señalado el nuevo paradigma instalado en los mercados de café propiciado por la ingente entrada de capitales especulativos en la negociación del café y la nueva hegemonía de los mercados de futuros en la determinación de los precios. Perezgrovas (s/f), Marlin (1993), Gilbert (2010), Giovannucci (2010) y Oxfam Intermón (2018) han examinado la relación entre estos mercados más volubles y los fundamentos del mercado físico, determinado por la oferta, la demanda y los stocks existentes en cada momento. Las disfunciones observadas han originado propuestas para una mayor regulación de los mercados financieros en los que se negocian materias primas (Poitras, 2009; De Schutter, 2010).

En una economía más financiarizada a partir de la década de 1980 y con más intensidad desde los años 1990, en la que se da un gran crecimiento de la dimensión de las empresas multinacionales a través de continuas fusiones y adquisiciones, Morisset (1997 y 1998), Perezgrovas *et al.* (2001), Varangis *et al.* (2003), Hallam (2004) y Bargawi y Newman (2009) han estudiado cómo ha afectado todo ello a la cadena de valor del café. Vargas Vencis (2006) y Silveira *et al.* (2017) han apuntado las consecuencias de ello en las relaciones de poder dentro de la cadena de valor.

Frente un mercado de café globalizado y fuertemente competitivo, donde países como Brasil y Vietnam compiten con costes de producción muy reducidos, Renard (1999), Reina *et*

al. (2007) y Samper Gartner *et al.* (2017) han evaluado qué vías pueden seguir los pequeños productores para hacer competitivo su café, las cuales deben pasar por diferenciarlo de alguna manera dentro del mercado de consumo final y sustraerle sus características de commodity.

El propósito de este capítulo es complementar estas contribuciones de la historiografía con un exhaustivo análisis y cuantificación de la evolución de los mercados internacionales de café desde finales de los años 1980, cuando se produjo la suspensión de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional del Café. Para ello, se han utilizado las bases de datos de la OIC, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, el United States Department of Agriculture (USDA), el Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta de México (SIACON-NG) y el Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) de México, vinculando las disfunciones en su funcionamiento y los desequilibrios en la cadena de valor con los efectos padecidos por las economías campesinas. Siempre que ha sido posible, se ha dado preferencia a las estadísticas de la OIC por dos motivos. Su sistema de recopilación de datos basado en los certificados de origen ofrece una mayor precisión y fiabilidad estadística. En segundo lugar, al estar la mayoría de sus series temporales adaptadas al año cafetalero, que no coincide con el año natural, no presentan el inconveniente de reunir en un mismo dato cosechas de café que con frecuencia son de signo muy diverso.

Tras este apartado introductorio, se describe la instauración del Acuerdo Internacional del Café en 1962 y su funcionamiento hasta el año 1989, cuando no se renovaron las cláusulas económicas del mismo. Posteriormente se trazan con detalle la evolución de los mercados globales de café entre 1990 y 2020, desde la producción hasta el consumo final, y las tendencias de los precios, enlazándolas con la caracterización de la oferta y la demanda de café. Asimismo se apuntan los efectos de una economía más financiarizada en la operativa de los mercados y en el comportamiento de los precios.

A continuación se esbozan los fundamentos teóricos de la cadena de valor y cómo ha evolucionado la cadena de valor del café, considerando cómo se han redefinido las relaciones de poder dentro de ella y las consecuencias que todo ello ha tenido para las economías campesinas productoras de café. Ante los problemas que se observan en los mercados de café, descritos a lo largo del capítulo, se revisan las tentativas para volver a regular su oferta posteriores a 1989. El capítulo finaliza con unas breves conclusiones.

1.2 La evolución del mercado internacional de café hasta 1989

En 1944 se celebró la Conferencia Monetaria y Financiera de las Naciones Unidas, a la que se le acostumbra a denominar Conferencia de Bretton Woods. En ella se estableció el marco institucional para la cooperación internacional en asuntos económicos, que resultó en instituciones como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo, al que suele hacerse referencia como Banco Mundial (BM)

(Bordo, 1993). El proceso tuvo continuidad en lo concerniente al comercio, y el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, en resolución de 18 de febrero de 1946, decidió organizar una Conferencia Internacional sobre Comercio y Empleo. La Conferencia, que se inauguró en La Habana el 21 de noviembre de 1947 y finalizó el 24 de marzo de 1948, redactó la Carta de La Habana para una Organización Internacional de Comercio que debía ser sometida a los gobiernos representados en ella (ICO, 2013a).

La Organización proyectada tenía que ser la tercera estructura institucional del sistema económico mundial. En el texto se incorporó una salvedad al principio del libre comercio al plantear la intervención gubernamental en la regulación de los mercados mediante la firma de convenios sobre productos básicos. El artículo 62 estipulaba que los países miembros convienen en firmar acuerdos reguladores cuando así haya sido determinado por una conferencia sobre productos básicos o por la Organización, si se ha acumulado o se teme que se acumule un excedente gravoso que, en ausencia de medidas gubernamentales específicas, podría causar graves perjuicios a los productores, entre quienes se encuentran los pequeños productores, los cuales representan una parte substancial del total de la producción; y que se trate de una situación que no pueda ser corregida a tiempo por las fuerzas normales del mercado para evitar tales perjuicios, precisamente porque, en el producto básico de que se trate, un descenso importante de los precios no conduce rápidamente a un descenso notable en la producción ni a un alza relevante en el consumo⁸. El proyecto de la Organización Internacional de Comercio fue rechazado por el Congreso de los Estados Unidos y sólo sobrevivieron las disposiciones relativas a los aranceles, que derivaron en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés), acordado en Ginebra en 1947 como una institución interina hasta que entrara en vigor la Organización Internacional de Comercio. El GATT se convirtió en una herramienta que determinaba el funcionamiento del comercio mundial, así como de negociación de aranceles.

La Carta de la Habana introdujo una salvedad al principio de libre comercio al recomendar la intervención de los gobiernos en el mercado mediante la firma de Acuerdos Internacionales de Productos Básicos (Montero, 2022). Las propuestas que formuló la Carta de La Habana recibieron apoyo desde el mundo académico antes y después de la celebración de la conferencia. Keynes (1938) se significó como un enérgico defensor de la estabilización de los precios de los productos básicos por la vía de la intervención gubernamental en los mercados de estos productos y en la gestión de sus stocks. Además, desde finales de 1941 trabajó en el proyecto de un plan internacional de existencias de estabilización de los precios de los productos básicos, Commodity Control, del que elaboró nueve versiones entre enero de 1942 y febrero de 1943, que contemplaban crear organismos internacionales que se ocuparían de los distintos productos. Estos organismos estarían formados por representantes de los principales países consumidores y productores, y administrados por especialistas independientes. Cada

8 Ver el texto de la Carta de la Habana en la página web de la Organización Mundial del Comercio (https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/havana_s.pdf, consultado el 06/04/2022)

organismo de control debería fijar el precio inicial de cada producto en un nivel que reflejara la situación de la oferta y la demanda, y posteriormente compraría o vendería stocks para asegurar que los precios fluctuaran en un rango del 10% por encima o por debajo del precio inicialmente establecido (Marcuzzo, 2013). Al mismo tiempo, los países del Tercer Mundo estaban comprometidos con el objetivo de mejorar sus términos de intercambio, lo que creó una base propicia para impulsar acuerdos internacionales que regularan el comercio de productos básicos.

Nicholas Kaldor, que en 1952 actuó de consultor de la FAO en el análisis del contenido del Convenio Internacional del Trigo ratificado en 1949, en la década de 1970 recomendó la creación de existencias de amortiguamiento (buffer stocks), retomando el proyecto Commodity Control que había planteado Keynes décadas antes, sobre la base de que las variaciones incontroladas de los precios de los productos primarios eran una fuente de inestabilidad de la economía mundial y que era necesaria una intervención para regular sus oscilaciones. En su análisis de los mercados de productos primarios (agricultura, minería y energía) observó que las alteraciones en los precios desencadenan mecanismos autoacumulativos de inestabilidad, ya que alteran la percepción del riesgo asociada a poseer stocks de los comerciantes y especuladores, que requerirán una mayor ganancia por cualquier desviación observada en su ratio habitual entre nivel de existencias y rotación de las mismas. Las variaciones en el traspaso de existencias de un periodo a otro estarán asociadas, por tanto, a variaciones porcentuales de los precios aún mayores, lo que a su vez generará repercusiones aún mayores en la disposición de los comerciantes y especuladores a asumir riesgos. Concluía que los mercados de productos básicos no regulados representan un instrumento primitivo y altamente derrochador para equilibrar la oferta y la demanda (Kaldor, 1976 y 1983).

A finales de los años 1950, la coyuntura en los mercados de café era propicia para plantear un convenio regulatorio, ya que la creciente producción mundial estaba presionando intensamente los precios a la baja (Montero, 2022). El aumento provenía fundamentalmente de la expansión de la frontera cafetalera en el estado brasileño de Paraná, del importante crecimiento en África, donde las potencias coloniales habían implantado el cultivo de café en los años treinta, y en menor medida del incremento de la producción en el resto de países de Latinoamérica. En tales circunstancias, en 1957 siete países latinoamericanos firmaron el Acuerdo de México: Brasil, Colombia, Guatemala, México, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. En virtud del Acuerdo se comprometieron a reducir sus exportaciones en una cantidad equivalente al 20% de sus exportaciones de años anteriores. En la reunión de México también se lanzó la propuesta de realizar un encuentro entre países productores y consumidores que encontrara una solución de equilibrio para estabilizar los precios. El Acuerdo no consiguió detener la caída de las cotizaciones del café, por el aumento de la cosecha brasileña y de la producción en los países africanos. Al mismo tiempo se llevaron a cabo negociaciones con los países africanos, que en ese momento ya competían con los latinoamericanos no solo por los mercados de las metrópolis, sino por el mercado estadounidense (Portillo, 1993). En 1958

se renovó el Acuerdo de México bajo el nombre de Acuerdo Latinoamericano, que incluyó a dieciséis países latinoamericanos, y se volvió a insistir en la propuesta de celebrar una reunión entre países productores y consumidores (Mwandha *et al.*, 1985; Palazuelos y Granda, 1985).

A partir de ese momento se dio un giro en la posición de Estados Unidos, que hasta entonces se había opuesto con rotundidad a cualquier tipo de acuerdo sobre el café. El triunfo de la revolución cubana en 1959, el enérgico movimiento antiimperialista en diversos países latinoamericanos y la importancia estratégica que para Estados Unidos tenía Latinoamérica convencieron a Estados Unidos de la necesidad de revisar su posición. En el caso de Brasil, el Departamento de Estado de los Estados Unidos contemplaba con inquietud el fortalecimiento del Partido Comunista y el Partido de los Trabajadores. La llegada de João Goulart, del Partido de los Trabajadores, a la presidencia del país, fue visto como un hecho que amenazaba los intereses de Estados Unidos en Latinoamérica. Los intereses de seguridad, que tenían como una prioridad frenar la expansión del comunismo en América Latina, progresivamente relegaron a un segundo plano los intereses económicos que, bajo la batuta del Departamento del Tesoro, habían fijado el libre comercio como la prioridad diplomática en Latinoamérica (Bates, 1997).

Europa, por su parte, albergaba preocupaciones similares respecto a los movimientos revolucionarios en África (Akiyama y Varangis, 1990). Además de las motivaciones de política exterior, en el cambio de actitud del gobierno de Estados Unidos influyeron de forma decisiva las empresas tostadoras de ese país. En los países importadores, las empresas importadoras se estaban viendo desplazadas por las grandes multinacionales del tueste que, mediante sus centrales de compra, ya trataban directamente con los exportadores. En Estados Unidos estas empresas estaban agrupadas en la National Coffee Association (NCA), un lobby con capacidad para ejercer una notable presión ante el gobierno de los Estados Unidos. El temor a que el ejemplo de Cuba y las revoluciones comunistas dificultaran el abastecimiento de café a sus fábricas procesadoras, como había ocurrido con el azúcar, empujó a la NCA a sumarse a la idea del acuerdo (Renard, 1999). Análogamente, un considerable número de empresas tostadoras de Europa y Estados Unidos manifestó su preferencia por unos precios estables aunque en promedio pudieran resultar algo más elevados (Akiyama y Varangis, 1990). Todo ello ocurría en un contexto en que las tesis desarrollistas estaban en pleno apogeo y gozaban de amplia aceptación, por lo que la gestión nacional del sector del café por parte de los países productores en defensa de los intereses de su desarrollo era vista como legítima internacionalmente (Talbot, 2004).

En 1958, a iniciativa del gobierno de Estados Unidos, se constituyó en Washington un Grupo de Estudios sobre el Café, que hizo un amplio uso de los mecanismos que en la década anterior habían sido propuestos en la Carta de La Habana. Reunió a países productores y consumidores con objeto de promover la negociación. En él se integró el Comité de Relacio-

nes Exteriores de la NCA, dirigido por las principales empresas tostadoras. Asimismo estas empresas se infiltraron en las organizaciones de los importadores, que se oponían a la idea de un acuerdo internacional porque limitaría su facultad de especular con las fluctuaciones de los precios. A las empresas tostadoras, por el contrario, les interesaba un suministro regular en calidad y cantidad y a un precio que no variara excesivamente (Leibovich, 1989). Además, tenían interés en tener relaciones comerciales con un número de interlocutores no muy extenso, las instituciones estatales que les proveían el café⁹, para no depender de una oferta muy atomizada. Posteriormente se firmaron convenios de corta duración en los que estaban incluidos países productores africanos y latinoamericanos que abarcaron los periodos 1959/60, 1960/61 y 1961/62. Las potencias coloniales firmaron el Acuerdo en nombre de sus colonias. Las colonias francesas, agrupadas en la Organisation Africaine et Malgache du Café (OAM-CAF) fundada en 1960, se fueron adhiriendo al Acuerdo conforme obtenían su independencia. De este modo, el Acuerdo de 1961/62 incluía a 28 países productores cuya producción conjunta suponía el 94% de la producción mundial (Mwandha *et al.*, 1985). Mientras tanto, el Grupo de Estudios llevaba a cabo la preparación de un convenio de más larga duración. En un discurso pronunciado el 13 de marzo de 1961, el presidente estadounidense J.F. Kennedy anunció el lanzamiento del programa Alianza para el Progreso, y manifestó que los Estados Unidos estaban dispuestos a contribuir a un serio examen sobre los problemas de los mercados de productos básicos. Tras haber preparado el borrador de un Convenio, el Grupo de Estudios solicitó al Secretario General de Naciones Unidas la convocatoria de una conferencia de negociación a gran escala. La conferencia se celebró en la sede de Naciones Unidas en Nueva York del 9 de julio al 25 de agosto de 1962, periodo durante el que se aprobaron las disposiciones del nuevo convenio de larga duración, el AIC, que oficialmente entró en vigor el 28 de septiembre de 1962. La coyuntura para los países productores era crítica, ya que las existencias mundiales habían llegado a 72 millones de sacos, presionando de nuevo los precios a la baja (Palazuelos y Granda, 1985).

El Acuerdo fue firmado por 44 países exportadores que representaban el 99,8% de las exportaciones mundiales y 26 países importadores que englobaban el 96,2% de las importaciones mundiales. Era la primera vez que un acuerdo de alcance global en el comercio del café incluía a países importadores, ya que los anteriores acuerdos obedecían primordialmente a iniciativas de los países productores (Montero, 2018). De entre los cuatro acuerdos de control del comercio de productos básicos negociados con éxito tras la Segunda Guerra Mundial, el del café era el único en el que los países desarrollados participantes se encontraban únicamente en la posición de importadores y consumidores. En los demás casos (azúcar, trigo y estaño) también tenían importantes intereses productivos y financieros (Kravis, 1968).

El Acuerdo del café tenía las características de un cártel: cuotas de mercado para los diferentes productores y fijación no competitiva de los precios. Esto lo diferenciaba de otros

9 Estas instituciones se denominaban institutos en Latinoamérica y Marketing Boards o Caisses de stabilisation en África.

acuerdos sobre materias primas, en los que se optó por la creación de un stock internacional como instrumento de regulación del mercado (Marlin, 1993). La presencia de los países importadores le confería una legitimidad internacional mucho mayor que la que tenían las acciones unilaterales de los países productores y garantizaba que los países importadores no emprenderían políticas de fomento de la producción de café ni buscarían sucedáneos al mismo. Entre los países importadores con un volumen de compras superior a los 500.000 sacos anuales y no firmantes del Acuerdo figuraron Argentina, los países de Europa del Este y Argelia. Con unos volúmenes de importación menores, tampoco lo suscribieron el resto de países del Magreb, los países del Próximo Oriente, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Chile, Hong Kong, Corea del Sur y Corea del Norte (Portillo, 1993). Es su mayoría eran países con bajos niveles de consumo de café per cápita y, por tanto, presentaban un considerable potencial para el crecimiento del consumo.

En el preámbulo del Acuerdo se reconocía la importancia excepcional del café para las economías de los países productores, que dependen de él en buena medida para obtener divisas y financiar programas de desarrollo. Los países signatarios señalaron la necesidad de intensificar la cooperación internacional en la comercialización del café, fortalecer los vínculos económicos y políticos entre productores y consumidores, y estimular la diversificación de las economías productoras. Adicionalmente se advertía la tendencia permanente al desequilibrio entre producción y consumo, las excesivas fluctuaciones de los precios y la acumulación de costosos excedentes, y se admitió que sólo las fuerzas del mercado, sin una acción concertada internacional, no corregirían estos desequilibrios. Sobre la base de estos principios, el artículo 1 del Acuerdo incorporó los siguientes objetivos:

- Establecer un equilibrio razonable entre oferta y demanda para lograr un ajuste a largo plazo entre producción y consumo, garantizando mercados para los productores y un adecuado suministro a los consumidores a precios equitativos
- Paliar las dificultades originadas por costosos excedentes y las bruscas oscilaciones de los precios
- Contribuir al fomento del empleo y la mejora de los ingresos de los países miembros
- Mejorar la capacidad adquisitiva de los países productores, mediante el aumento del consumo de café y la estabilización de los precios en niveles justos
- Incentivar el consumo de café
- Animar la colaboración internacional en relación a los problemas mundiales del café, desde el reconocimiento de la relación entre su comercio y la estabilidad de los mercados para los productos industriales

El Acuerdo se ratificó un año más tarde, en 1963, al mismo tiempo que se creaba la OIC, con sede en Londres, con la misión esencial administrar el Acuerdo, además de las funciones de confeccionar estudios técnicos y servir de foro de negociación entre los países miembros en el marco del Consejo Internacional del Café, máxima autoridad de la OIC en la que participaban representantes de los gobiernos de todos los países miembros. El total de votos de los países exportadores era el mismo que el de los países importadores, mil votos para cada grupo, por lo que el voto de los países productores estaba más fragmentado al ser más numerosos. Dentro de cada grupo, los votos se distribuyeron con arreglo al volumen de exportaciones o importaciones. Los acuerdos se tomaban mediante una mayoría distribuida de dos tercios, es decir, la mayoría se debía dar de forma separada en cada grupo (Bates y Lien, 1985). Dentro de los países exportadores, Brasil tenía un porcentaje de votos del 33,2%, y entre los países importadores, Estados Unidos del 40% (Palazuelos y Granda, 1985).

El Consejo de la OIC fijaba cada año el volumen total de exportación de los países miembros, que se calculaba a partir del nivel de existencias y de las estimaciones del consumo. El mecanismo para estabilizar los precios consistió en asignar cuotas de exportación a los países productores signatarios, que se componían de una parte fija en función de las exportaciones de los cuatro ciclos precedentes, y una parte variable con arreglo al nivel de existencias de cada momento. La fijación de cuotas constituyó un avance notable respecto a anteriores acuerdos, que se centraban más en el control de las existencias. El fundamento del sistema de cuotas es que, gracias a la baja elasticidad precio de la demanda, el incremento de los precios es proporcionalmente mayor que el descenso de las ventas en términos físicos, lo que conlleva un aumento de los ingresos (Kravis, 1968). La cuota de cada país se dividía a su vez en cuotas trimestrales iguales para garantizar la regularidad en el abasto. Los países productores, cuando ya habían satisfecho la cuota asignada, tenían la opción de almacenar los excedentes o bien de exportarlos a países importadores no signatarios del Acuerdo (Montero, 2022). Aunque en la negociación sobre la banda de precios que tenía que regir y la cuota global de exportaciones participaban tanto los países exportadores como los importadores, estos últimos rechazaban implicarse en las discusiones sobre la subdivisión de la cuota global, ya que el aumento de la cuota de uno o más países necesariamente tenía que ir en detrimento de otro(s), por lo que era una negociación que les suponía más inconvenientes que ventajas (Bates y Lien, 1985).

Para verificar el cumplimiento de las cuotas fue establecido un sistema de certificados de origen expedidos por el país productor, de los cuales se entregaba una copia a la OIC. Análogamente las autoridades aduaneras de los países importadores debían remitir documentación de cada entrada de café a la sede de la OIC. En caso de que algún país exportador incumpliera los niveles de exportación que tenía asignados, se le penalizaba con una reducción de la cuota para la siguiente cosecha. Los países productores, una vez satisfecha su cuota, podían almacenar los excedentes o venderlos a los países importadores no signatarios del Acuerdo (Portillo, 1993; Montero, 2018).

El Acuerdo comportó unos precios del café favorables en relación a otros cultivos en la mayoría de los países productores, lo que entrañó excesos de producción en relación a las exportaciones asignadas y el consumo doméstico, en cantidades y países variables en cada cosecha. Esto propició la acumulación de stocks que en particular a los países de África y Centroamérica les resultaba costoso financiar, e incluso en algunos casos carecían de la infraestructura física para el almacenamiento. En este contexto hubo una gran presión para exportar por encima de la cuota, aprovechando vacíos en las disposiciones del Acuerdo o simplemente incumpliendo la cuota asignada. Otro cauce que se abrió para los excesos de producción fue el ya mencionado de la exportación a los países de África, Asia, Oceanía y el Bloque Soviético no integrados en el Acuerdo. Esta práctica derivó en otros problemas. Partidas de café supuestamente destinadas a países no miembros, con precios inferiores a los del Acuerdo, eran desviadas en ruta o reexportadas a países miembros. También se dio el contrabando de café a países no miembros que era reembarcado a países miembros importadores y se hacía constar como producido en el país no miembro. A mediados de los años sesenta se estimaba en 3 millones de sacos la cantidad que anualmente llegaba a los países importadores miembros fuera de la cuota. Como los resquicios legales y el fraude se hicieron evidentes, la OIC tomó medidas para mejorar su sistema de vigilancia. Los certificados de origen se hicieron exigibles para todo el café proveniente de países miembros, tanto si era fletado directamente a los países miembros exportadores como si llegaba indirectamente a través de países no miembros. A los países importadores miembros se les requirió para imponer cuotas a las importaciones desde países no miembros. Adicionalmente, en abril de 1967 entró en vigor un sistema de sellos para frenar los sobreenvíos. Con el nuevo sistema, los certificados de origen sólo eran válidos si estaban vinculados a una cantidad de sellos emitidos por la OIC equivalentes a la cantidad de café amparada por los certificados de origen (Kravis, 1968).

La primera versión del Acuerdo indicaba que los precios no debían situarse por debajo de los precios medios de aquel año 1962. Tampoco contemplaba mecanismos automáticos de reajuste de las cuotas una vez que estuvieron establecidas, ni tampoco para la reestructuración entre los diferentes tipos de café según sus respectivas calidades. En 1965 se dio un paso importante en la evolución del Acuerdo con la adopción de un esquema para aumentar o disminuir la cuota cada vez que el precio indicativo subirá por encima o cayera por debajo de un rango de precios especificado. Este esquema no sólo constituyó un esfuerzo más explícito para estabilizar los precios, sino que también requirió llegar a un cierto consenso sobre qué se consideraban precios ‘equitativos’, que no se había podido alcanzar durante la negociación del Acuerdo. Otro aspecto significativo de la medida fue que cada país tenía garantizados unos ingresos equivalentes al producto de su cuota por el precio del tipo de café que producía, siempre que no tuviera graves afectaciones en la cosecha. Se establecieron los cuatro grupos de café que la OIC sigue considerando actualmente y el Acuerdo fue modificado para definir las cuotas para cada una de las cuatro categorías de conformidad con su propio precio indicador. Tal como quedó estipulado a mediados de 1967, las disposiciones preveían un ajuste

al alza o a la baja de un 2,5% del total de autorizaciones de exportación, para un determinado tipo de café, siempre que su precio indicativo rebasara los límites de precios fijados durante 15 días. La Tabla 1.2. refleja las bandas de precios que quedaron establecidas hasta la nueva renovación del Acuerdo en 1968, en céntimos de dólar estadounidense por libra de café verde.

Tabla 1.2. Rangos de precios del café en 1967 en céntimos de US\$ por libra

	Céntimos US\$ por libra
Suaves Colombianos	43,5 - 47,5
Otros Suaves	40,5 - 44,5
Arábicas no Lavados	37,5 - 41,5
Robustas	30,5 - 34,5

Fuente: Kravis (1968)

Los límites inferiores de las cuatro categorías de café eran superiores a los precios que prevalecían en 1962, año de referencia que marcaba los precios mínimos del Acuerdo. Los precios de 1962 para los cuatro grupos fueron, aproximadamente¹⁰: 41, 36, 34 y 21 céntimos. Este sistema de precios múltiples era más propicio para la estabilidad de los precios y estaba más conectado con la evolución de las preferencias de los consumidores. En el anterior sistema, en el que las cuotas para todos los tipos de cafés se ajustaban a partir de las variaciones de un único precio promedio, un exceso de demanda para uno de los tipos de café no activaba los mecanismos de ajuste hasta que el precio de ese café subía lo suficiente como para arrastrar al precio promedio indicador por encima del límite fijado (Kravis, 1968).

Una dificultad recurrente en esta fase fueron las reclamaciones de países miembros que se consideraban injustamente tratados por las cuotas que se les habían adjudicado. El Convenio preveía una renegociación de las cuotas individuales antes del 30 de septiembre de 1965, pero para sacar adelante la redistribución se requería una mayoría de dos tercios que no pudo conseguirse. En su lugar se introdujo un sistema de exención que permitía a algunos países exportar cantidades acordadas por encima de su cuota. Estas exportaciones ascendieron a 1,4 millones de sacos en 1965-66 y a 1,7 millones en 1966-67, y en esos dos ciclos fueron realizadas por 15 y 16 países miembros respectivamente. En 1966 se decidió condicionar estas exenciones a la adopción de medidas encaminadas a reducir la producción, por lo que se exigió a los países que recibían la exención un depósito equivalente al 20% de la exención, destinado a financiar programas de desarrollo y diversificación en esos mismos países. La necesidad de contar con más información condujo a la introducción, en octubre de 1966, de un sistema de supervisión de existencias que suponía hacer recuentos físicos para mejorar la capacidad de analizar la oferta existente en cada momento (ICO, 2013a).

En 1968 el Acuerdo fue renovado por cinco años adicionales hasta 1973. Se incrementaron las cuotas de exportación (volumen de exportaciones en relación al total de producción

¹⁰ Se trata de un cálculo estimativo ya que en 1962 la ICO todavía no había establecido los cuatro grupos con sus respectivos precios.

exportable) para cada país, y a aquellos países miembros cuya exportación no superaba los cien mil sacos anuales no se les asignó cuota. Respecto a la participación de cada país en el total de las exportaciones, se inició una fuerte reducción de la cuota de Brasil, la cual se prolongó hasta la ruptura del Acuerdo en 1989, momento en el que Brasil había perdido diez puntos porcentuales. Se intensificaron los esfuerzos para tener un mayor control sobre el mercado fuera de cuota: a partir de 1969 todas las exportaciones debían ir acompañadas de certificados de origen trimestrales, esto es, sellos de exportación cuyos peso y valor fueran acordes con la cuota asignada. Asimismo se implantó un sistema de marcado de sacos para controlar mejor el movimiento físico del café. Se estableció un Fondo de Diversificación Productiva que rigió hasta 1973 con el propósito de contener el incremento de la producción mundial, implantado allí donde se identificó que podía haber alternativas viables de otros cultivos agrícolas, generalmente donde se producían los cafés de inferior calidad o menores rendimientos. Fueron los países exportadores los que financiaron el Fondo, que recibió la aportación de 0,60 US\$ por cada saco exportado. Pocos países se acogieron a las políticas de diversificación, por lo que el área cultivada global siguió incrementándose (Montero, 2018).

El precedente más inmediato del Fondo de Diversificación Productiva había tenido lugar en Brasil a partir de 1962. A finales de 1965 se había cambiado el cultivo del café por otros cultivos en unas 700.000 hectáreas, más del 15% del total de la tierra dedicada al cultivo del café. No obstante, nuevas plantaciones y un mejor cuidado de las ya existentes hicieron que el decrecimiento neto en la capacidad productiva fuera tan solo la mitad del que había sido previsto (Knight, 1966). La experiencia de Brasil mostró las dificultades que existían para modificar las expectativas de los productores después de largos periodos en los que los programas de apoyo al café habían proporcionado a los productores cafetaleros asistencia técnica, crédito e infraestructura de almacenamiento y transporte y habían hecho su producción rentable en relación a otros cultivos. El hecho de que su producción sea más intensiva en trabajo que cultivos alternativos como el maíz o el arroz, y que la disminución de su área cultivada pudiera empujar a muchos agricultores a emigrar hacia los suburbios de las grandes ciudades, ejerció presiones adicionales para dar continuidad a los programas de apoyo.

El éxito del Acuerdo durante la década transcurrida entre 1962 y 1972 se debió ante todo a los sacrificios que aceptó Brasil en ese periodo: aceptó una cuota del 76%, muy inferior a su capacidad de exportación; vio disminuir su cuota de mercado desde el promedio del 40% del mercado mundial que tenía en 1956-58 al 34% en 1970-72, mientras que sus competidores latinoamericanos la mantuvieron y los países africanos la aumentaron de un 23% a un 31%; y asumió la mayor parte de las reservas mantenidas por los productores (entre un 70% y un 90%). Tanto en el Acuerdo de 1962 como en el de 1968, la distribución del crecimiento de las exportaciones se había hecho en detrimento de Brasil. En el momento en que Brasil quiso recuperar una mayor porción del mercado y abandonó su papel estabilizador empezó el declive del Acuerdo. En 1975 ya sólo se hizo cargo del 25% de las reservas mundiales (Daviron, 1993). En el decenio de 1980 la distribución geográfica de las existencias mundiales había

cambiado sustancialmente. Tras más de cinco décadas en las que Brasil había aglutinado el grueso de la existencias de los países exportadores, en septiembre de 1985 ya sólo contaba con el 8% de ellas (Portillo, 1993). El balance del Acuerdo que entró en vigor en 1963 y se renovó en 1968 fue que los ingresos de los países productores no únicamente se estabilizaron en un nivel razonable sino que mejoraron respecto al periodo precedente, se evitaron grandes fluctuaciones de precios, las existencias mundiales se redujeron y no hubo grandes desajustes entre oferta y demanda (Akiyama y Varangis, 1989 y 1990; Gilbert, 1996; Bates, 1997; Daviron y Ponte, 2005; Montero, 2018).

En 1971 los países exportadores señalaron la necesidad de revisar los precios al alza para compensar la devaluación del dólar, lo que les ocasionaba un menor ingreso en la moneda local. Estados Unidos y otros países importadores no aceptaron esa demanda, por lo que en 1972 se truncaron las negociaciones en curso para renovar el Acuerdo. Al expirar el Acuerdo de 1968, por lo tanto, se acordaron tres prórrogas, a cuya finalización se firmó el AIC de 1976, con vigencia hasta 1982. En este nuevo Acuerdo los precios base pasaron a ser los de 1975 y no los de 1963. El término de precios equitativos para los productores fue sustituido por el de precios remuneradores (Marlin, 1993). El descenso en la producción mundial como consecuencia de la helada acaecida en Brasil en 1975 y el abrupto ascenso de precios que se derivó de él permitieron operar sin cuotas hasta la cosecha 1979-80. Se estipuló, mediante un mecanismo automático, suspender las cuotas en caso de un alza excesiva de los precios y restablecerlas en caso de un descenso excesivo. Se dejó de lado la política de diversificación productiva y se atribuyó a los gobiernos de los países miembros la responsabilidad de definir las políticas que impidieran el crecimiento del área cultivada. Asimismo se impulsó un programa de promoción para estimular el consumo de café diferentes mercados (Daviron y Ponte, 2005; Montero, 2018). A finales de los años 1970 y principios de los años 1980 se hicieron cada vez más evidentes y profundas las desavenencias entre países exportadores e importadores y dentro de los países productores. La poca predisposición de los países importadores a aumentar los precios amenazaba la continuidad de las cláusulas económicas del Acuerdo.

El contexto en ese cambio de década era el de una progresiva pérdida de hegemonía de los postulados keynesianos, más intervencionistas, en favor de las teorías económicas neoliberales, lo que fue asociado a la creciente subordinación de las economías nacionales al capital (Friedmann y McMichael, 1989). El declive del modelo keynesiano iba acompañado del control de los movimientos de protesta, ante la subida irrefrenable del desempleo y los efectos inflacionarios del shock petrolero de 1979. Estados Unidos desplegó una nueva estrategia para recuperar el dominio alimentario global y acometió una fuerte presión internacional para liberalizar el comercio internacional. Dentro de esta estrategia se situó la Ronda Uruguay, que era la octava ronda de las negociaciones comerciales multilaterales efectuadas en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio. La octava ronda se inició en Punta del Este (Uruguay) en septiembre de 1986 y las negociaciones concluyeron en 1994. Implicó a 123 países como partes contratantes y llevó a la creación de la Organización

Mundial de Comercio (WTO, por sus siglas en inglés). Extendió las normas comerciales del GATT a sectores que anteriormente habían quedado al margen de ellas, como la agricultura o el textil. La Organización Mundial de Comercio (OMC) también expandió su ámbito de actuación respecto al GATT al abarcar, además del comercio de mercancías, los servicios y la propiedad intelectual.

En esta etapa, denominada contrarrevolución neoliberal (Arrighi, 2008; Rubio, 2014), Estados Unidos, directamente o a través del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, eliminó el apoyo a las estrategias estatales de desarrollo y promovió políticas de privatizaciones, estabilidad macroeconómica y liberalización del comercio y de los movimientos de capitales. Consecuencia de ello fueron los paquetes de ajuste estructural impuestos a los países del Sur, lo que provocó una pérdida de autonomía de los estados nacionales. La caída del Muro de Berlín en 1989 y el colapso de la Unión Soviética en 1991 consolidaron definitivamente el giro neoliberal y abrieron la puerta al Consenso de Washington, que cuestionaba frontalmente la participación del estado en la economía. El ámbito agrícola no fue una excepción. Según De Gorter y Swinnen (2002), la nueva política económica del desarrollo se oponía firmemente a cualquier tipo de intervención pública en los mercados agrícolas.

La desregulación de los mercados nacionales y la liberalización del comercio de alimentos fomentaron el dominio conseguido por las agroindustrias transnacionales y aseguraron su papel hegemónico en el sistema alimentario mundial, de tal manera que las exportaciones agroalimentarias norteamericanas se vehicularon a través de las multinacionales del agronegocio. Asimismo se asentó el dominio del capital financiero sobre el productivo, que al no disponer de suficientes alternativas de inversiones productivas rentables, encontró refugio en los mercados especulativos (Rubio, 2014).

Una característica que sobresale en este nuevo orden agrícola es la aguda caída en los precios de las materias primas agrícolas, fruto de las exportaciones con precios cada vez más bajos, provenientes de grandes monocultivos con un elevado grado de mecanización e incluso de cultivos en los que se practica el dumping gracias a las subvenciones públicas que permiten la continuidad económica aun cuando el precio es inferior a los costes. Es en este nuevo escenario que Montagut (2004) enmarca las abruptas caídas de los precios acaecidas entre 1988 y 2000 para numerosos productos básicos. Tal descenso fue superior al 50% para el azúcar, el cacao, el café y el arroz. Se situó entre el 25% y el 50% para el trigo, la manteca de coco, el maíz y la soja, y fue inferior al 25% para el té y el plátano.

La liberalización comercial y la apertura de las fronteras estatales ha permitido a las empresas transnacionales planear el suministro de materias primas diseñando una estrategia de abastecimiento global, posicionándose en diferentes países para diversificar sus fuentes de aprovisionamiento con la finalidad de reducir la incertidumbre y colocar a los productores en situación de competencia en el mercado, gracias a la capacidad de reemplazar unos abastecimientos por otros (Constance y Heffernan, 1991; Friedmann, 1991 y 1994; Etxezarreta, 2006; Sánchez Juárez, 2015).

Este nuevo contexto tuvo una importante incidencia en el cultivo del café. A partir de la segunda mitad de los años 1970, la United States Agency for International Development (USAID) invirtió cerca de 80 millones de dólares con objeto de convertir en Centroamérica plantaciones de café bajo sombra en plantaciones tecnificadas al sol en régimen de monocultivo parcialmente sombreado, con una aplicación intensiva de fertilizantes químicos y de pesticidas. La finalidad era aumentar los rendimientos y producir un café más ajustado a las necesidades de las multinacionales tostadoras, y tuvo como resultado la destrucción de 1,1 millones de hectáreas de bosques cafelateros, junto con su fauna y flora nativas, así como la polución de acuíferos y cursos de agua y la destrucción del hábitat de aves migratorias (Rice y McLean, 1999; James, 2000; González Cabañas y Nigh, 2005a).

A partir de finales de la década de 1980, el sector del café se vio afectado por los programas de ajuste estructural y estabilización impuestos por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, así como por la política de préstamos del Banco Mundial, que impulsaron la exportación de materias primas y productos agrícolas en los países menos desarrollados para poder satisfacer sus compromisos de deuda externa (Perezgrovas, s/f; Perezgrovas *et al.*, 2001; Etxezarreta, 2006; Topik *et al.*, 2012; Jaffee, 2014; Sánchez Albarrán, 2014; Henderson, 2019). En el sector del café incluían como un objetivo explícito el desmantelamiento de las instituciones nacionales involucradas en la producción y exportación del café (Marlin, 1993; Kaplinsky y Fitter, 2004). El resultado de estas políticas de impulso productivista fue que el sector se vio abocado a periódicas crisis de sobreproducción, puesto que los ritmos de crecimiento de la producción mundial no siempre han ido acompañados por crecimientos equiparables en el consumo. Un aspecto que confirió mayor gravedad al impulso productivista fue que los incrementos en la producción promovidos por los organismos internacionales de desarrollo estuvieron dirigidos hacia los cafés de menor calidad, esencialmente el Robusta. La sobreproducción del Robusta se plasma en la dificultad que tiene el café de esta especie para que sus precios remonten en periodos alcistas, como se verá más adelante.

La actuación del Banco Mundial en relación con las crisis de exceso de producción ha resultado paradójica, ya que ha impulsado el crecimiento de la producción a través de sus planes de ajuste y de los préstamos concedidos a los países productores, y paralelamente ha participado en foros donde se ha reconocido que un mercado totalmente desregulado comporta unos costes sociales inasumibles en los países productores. En la mesa redonda que mantuvo en mayo del 2003 con la OIC se manifestó la necesidad de examinar acciones que influyan en los mercados para evitar las crisis de bajos precios, si bien el documento final reconocía la dificultad de encontrar mecanismos aceptados por todas las partes que participen en el mercado (ICO, 2003a).

El nuevo paradigma neoliberal que se iba imponiendo se trasladó a la actuación de los gobiernos de los países signatarios del AIC, cada vez menos dispuestos a hacer concesiones al resto de países y más imbuidos de los preceptos del libre comercio. En la reunión anual

del Consejo de la OIC de 1981 Brasil insistió en mantener su cuota a pesar de la helada que sufrió en julio de aquel año, lo que implicaba liberar existencias. México, Colombia, Guatemala, Kenia, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, India, Indonesia y Etiopía, que habían incrementado su producción, reclamaban una mejor posición dentro del Acuerdo. Ello denotaba que los planes de diversificación productiva habían tenido una escasa eficacia. Al grupo de países descontentos posteriormente se le añadieron República Dominicana, Perú, Ecuador y diferentes países africanos.

La cuota cafetalera global también fue objeto de disensiones. Los países importadores reivindicaron una cuota global más alta, mientras que los países productores defendieron una cuota baja al iniciarse el año que eventualmente fuera aumentando conforme a la evolución de los precios. La escalada en la presión de algunos países para aumentar sus cuotas, fundamentalmente de Centroamérica y África, cada vez dificultaba más la continuidad de las cláusulas económicas del Acuerdo. En 1982 venció el Acuerdo de 1976, que fue prorrogado un año hasta que en 1983 se firmó el nuevo Acuerdo. En esta nueva versión se estableció una franja de fluctuación de los precios de 120-140 centavos de dólar estadounidense por libra, se pretendía que las variaciones máximas del precio indicativo compuesto (calculado a partir de los precios de los cuatro grupos de café) se mantuvieran dentro de esos límites.

En la primera mitad de los años 1980 se evidenció el inevitable enfrentamiento entre los países que demandaban una mayor participación en la cuota total, acorde con el crecimiento de su producción, y los que se aferraban a su participación histórica. Durante las negociaciones que tuvieron lugar en 1980, 1982 y 1984, los países miembros fueron incapaces de acordar criterios para la asignación de cuotas, por lo que las cuotas resultantes fueron resultado de la diferente capacidad de negociación de los países. Países que habían incrementado notablemente su participación en la producción mundial, como Kenia, Ecuador, Colombia, México, Honduras, India e Indonesia, obtuvieron una mayor cuota dentro del total de exportaciones. También se aumentó la cuota de algunos países que habían disminuido su participación en la producción mundial, como Nicaragua, El Salvador, Camerún y Costa de Marfil. Las decisiones adoptadas comportaron importantes desequilibrios entre la producción exportable y las cuotas asignadas. Para Costa Rica, India, Indonesia y México, la cuota que se les asignó resultó muy inferior a su potencial exportador, a pesar de que algunos de ellos habían obtenido una mayor cuota. Por el contrario, Brasil, Etiopía y la mayoría de los países productores de robustas de África recibieron asignaciones que equivalían a un porcentaje de su producción exportable muy superior al promedio del resto de países (Ocampo y Córdoba, 1990).

En 1983 se fortalecieron las penalizaciones a los países miembros que importaran café de países no miembros, en su mayoría reexportaciones de café adquirido a unos precios inferiores a los del Acuerdo. A pesar de los repetidos intentos de regular la problemática del mercado fuera de cuota, nunca se consiguió erradicar, y desde finales de los años 1970 había dejado de ser un mercado marginal. La continuidad del mercado paralelo permitió a algunas

empresas como Rothfos y Jacobs Suchard la obtención de vastos beneficios. Grandes cantidades de café verde entraron en Polonia mediante Rothfos a un precio hasta un 60% inferior al del Acuerdo, donde era tostado y se exportaba a Europa Occidental, a través de Berlín, bajo la marca de Jacobs Suchard (Marlin, 1993; Setem, 1999). El mercado internacional quedó fragmentado en dos mercados paralelos: el regulado por el acuerdo, con operaciones a un precio concertado, y el alternativo, en el cual los países productores competían entre sí a precios que llegaron a ser un 60% inferiores a los fijados en el Acuerdo. Estas operaciones al margen de la cuota procedían de países para los que dichas exportaciones representaban una válvula de escape para los excedentes acumulados, tenían una apremiante necesidad de divisas y, en algunos casos, estaban inmersos en la crisis de la deuda externa. Ente ellos destacaba Indonesia, que llegó a concentrar el 20% de las exportaciones paralelas, pero también figuraban México, Costa Rica y la India, entre otros. En el ciclo 1988-89 las exportaciones a países de Europa del Este, norte de África y Próximo Oriente se elevaron a 11,6 millones de sacos, algo más del 15% del comercio mundial. Un problema añadido que se manifestó en los años 1980 fue el de los cambios cualitativos en la demanda, con una creciente preferencia por el Arábica a expensas del Robusta que se tradujo en una escasez del primero y una abundancia en los mercados del segundo (Portillo, 1993). Esto acentuó el malestar de los países productores de Arábicas lavados, como México y los centroamericanos, constreñidos en una cuota de exportación que no reflejaba la creciente demanda del café de mayor calidad y que se veían obligados a vender parte de la cosecha a precios muy inferiores en el mercado fuera de cuota. De acuerdo con Montero (2022), este grupo, integrado inicialmente por los países centroamericanos y México, instó un aumento de las cuotas para los países productores de cafés suaves y una gestión selectiva de los mercados que discriminara los precios indicativos en mayor medida con arreglo a las desiguales calidades.

El Acuerdo de 1983 fijó plazos para enviar a la OIC la información sobre las exportaciones a los mercados fuera de cuota, tanto si eran directas como si se trataba de reexportaciones. Al mismo tiempo se propuso dar continuidad a las campañas de promoción del consumo, tanto en los mercados tradicionales como en los no tradicionales (Daviron y Ponte, 2005). En 1986, por causa de la sequía en Brasil, las cuotas quedaron nuevamente en suspenso. En 1987, durante la negociación de las nuevas cuotas, no se llegó a ningún acuerdo. Los países disidentes demandaban una reasignación de cuotas basada en la capacidad de exportación de cada país una vez satisfecha la demanda doméstica, cosa que Brasil rechazó. De modo que el Acuerdo se prorrogó dos años más. En las respectivas reuniones celebradas en enero, abril y junio de 1989, ninguna propuesta consiguió una mayoría de dos tercios.

Brasil y Estados Unidos desempeñaron un rol importante en la no renovación del Acuerdo. Los Estados Unidos no tenían intención de seguir apoyando la economía de los países latinoamericanos a través de los precios del café, condenaban la existencia del mercado paralelo y exigían una reducción de la cuota brasileña que permitiera el aumento de las exportaciones de Colombia, México y Centroamérica, productores de los Arábicas suaves preferidos

por los consumidores estadounidenses. Asimismo tenían el proyecto de desarrollar relaciones comerciales bilaterales de tipo preferencial con México y Centroamérica (excepto Nicaragua), en sustitución de acuerdos de tipo multilateral. La posición de los países importadores estaba influenciada por las presiones que ejercía su industria tostadora. Kraft General Foods, con sede en Estados Unidos, necesitaba un suministro más abundante y flexible de Arábicas Lavados, en consonancia con la evolución del mercado estadounidense (Marlin, 1993). La postura de Brasil, por su parte, obedecía a la ventaja competitiva que le reportaban las condiciones agronómicas del cultivo del café. A partir de la década de 1970 su crecimiento de la producción se basó en la renovación de las plantas, eliminación de cafetos marginales de bajos rendimientos, aumentos de las densidades y los rendimientos, irrigación y mecanización (Daviron, 1993). Sus menores costes de producción le colocaban en una situación favorable para afrontar niveles de precios que no serían asumibles para muchos de sus competidores (Renard, 1999). Un mercado liberalizado, por consiguiente, sólo podía acarrearle beneficios.

En la reunión de julio de 1989, ante la situación de bloqueo que perduraba en el tiempo, el Consejo de la OIC resolvió suspender las cuotas a partir del 4 de julio de 1989 y dejar sin efecto la verificación de existencias de los países productores. La no renovación de las cláusulas económicas del Acuerdo abocó, por consiguiente, a la liberalización del mercado tras casi tres décadas de funcionamiento de un mercado mundial regulado. La ruptura se ratificó en 1990 cuando, tras varias reuniones, el Consejo de la OIC concluyó que no se daban las condiciones para celebrar nuevos encuentros con objeto de renovar el Acuerdo. La no renovación se dio en un contexto de desaparición de convenios reguladores del comercio de productos primarios: en 1985 se derogó el del estaño y en el marco del Convenio Internacional del Cacao, las adquisiciones de existencias reguladoras de la oferta de cacao fueron suspendidas en febrero de 1988.

A pesar de las fuerzas que, como se ha visto, ya desde principios de los años 1980 presionaban en la dirección de la desregulación, el AIC sobrevivió durante casi toda la década. Talbot (2004) apuntó que los productores habían adquirido la capacidad de controlar las exportaciones y de controlar las intervenciones en el mercado. Durante dos décadas de experiencia, habían desarrollado el marco institucional que hacía posible la acción colectiva, principal razón por la que el café continuó estando regulado durante los años 1980 mientras muchos otros sectores económicos se iban liberalizando.

Se ha señalado algún aspecto negativo que comportó el funcionamiento del Acuerdo. La reducida horquilla de precios entre los diferentes tipos de café igualó la calidad a la baja; posteriormente a 1989, el diferencial de precios en función de la calidad aumentó significativamente y además coincidió con la consolidación del aumento en la demanda de cafés de mayor calidad en los países importadores. Los problemas con la calidad se veían acrecentados por el hecho de que los compradores de café a menudo tenían un único interlocutor, los organismos cafetaleros nacionales, con lo que las posibilidades de poder elegir entre diferentes calidades

quedaban muy limitadas. Durante su vigencia, los países productores se despreocuparon por cuestiones relativas a la gestión comercial como la promoción del origen, el marketing o la imagen de marca, lo que les dejó poco preparados para un mercado liberalizado en el que el know-how sobre saber vender es tan importante como el de saber producir. De entre los grandes productores, solamente Colombia se preocupó por la vertiente comercial del negocio y el prestigio de su café (Marlin, 1993).

La calidad, no obstante, se deterioró en mayor medida tras la no renovación de 1989 y la consiguiente caída de los precios. La cosecha del café habitualmente se realiza en varios tramos para recolectar únicamente los frutos que están en el punto óptimo de maduración. En una coyuntura de precios muy bajos, muchos productores optan por recolectar los frutos en una sola vez, recogiendo de los arbustos también los que están demasiado maduros o demasiado verdes. Sobre todo los frutos insuficientemente maduros generan sustancias muy perjudiciales para el aroma y el sabor del café.

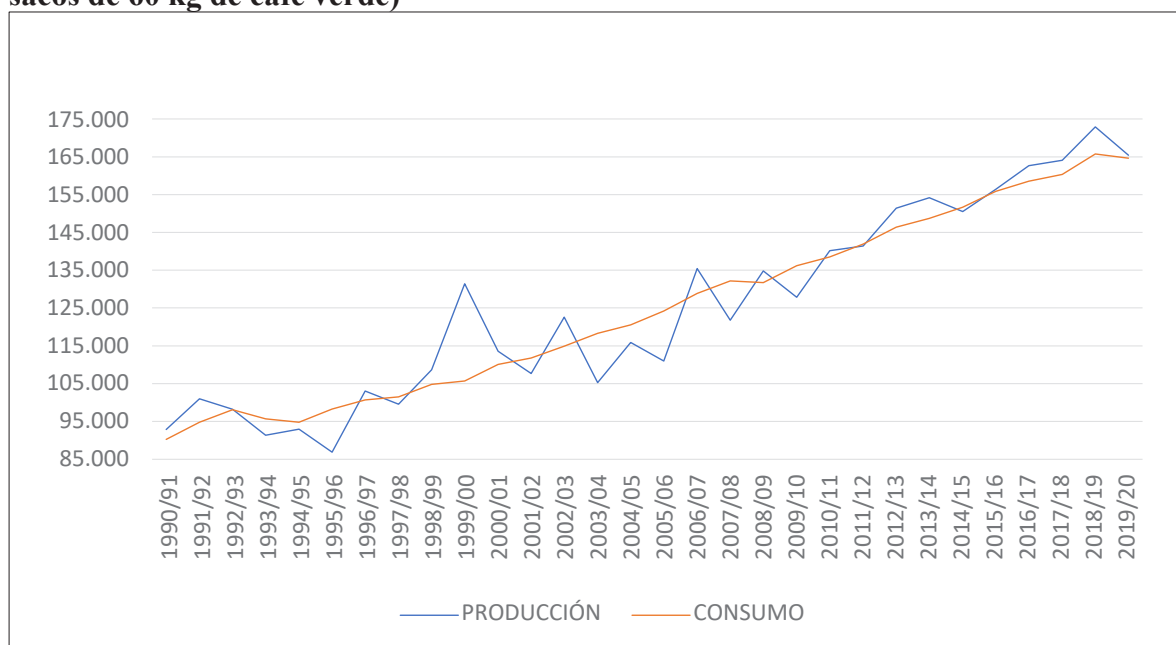
La creciente debilidad de los Estados constituyó asimismo una dificultad añadida para renovar y hacer cumplir las cláusulas económicas del Acuerdo. A principios de los años 1990 progresivamente fueron eliminadas o privatizadas la mayoría de las instituciones nacionales del sector cafetalero, que sucumbieron al proceso de privatización de las empresas de titularidad estatal auspiciado por la comunidad financiera internacional. La crisis de la deuda externa mermó la independencia económica de los países exportadores, sujetos a partir de entonces a las políticas de ajustes estructural dictadas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

1.3 La producción y el consumo mundial de café desde 1990

Durante el período comprendido entre 1990 y 2020 se dio una importante expansión tanto de la producción mundial como del consumo. Sin embargo, la producción tuvo dificultades para adaptarse a la evolución del consumo, que creció de forma mucho más regular y menos fluctuante, de modo que se produjeron continuas crisis de sobreproducción que, como veremos, afectan a los precios. El Gráfico 1.1 muestra la evolución de la producción y del consumo mundiales de café entre 1990 y 2020. Agregando cada uno de los ciclos productivos comprendidos entre 1990 y 2020, la producción mundial excedió al consumo en 15,79 millones de sacos de 60 kilogramos¹¹. Aunque las estadísticas internacionales están confeccionadas calculando sacos de 60 kg, la mayoría del comercio físico se efectúa en sacos de 69 kg, a lo que se añade 1 kg que pesa aproximadamente el propio saco, habitualmente fabricado con fibra de yute, henequén, rafia o sisal.

11 Cálculo efectuado a partir de los datos sobre producción mundial en la página web de la OIC (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf>, consultada el 2/3/2021) y de los datos sobre consumo mundial proporcionados por el Departamento de Estadística de la OIC.

Gráfico 1.1. Producción y consumo mundiales de café verde, 1990-2020 (en miles de sacos de 60 kg de café verde)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la ICO

Entre 1994 y 2003, la producción mundial creció a un promedio anual del 3,5% y más que triplicó el consumo, que sólo aumentó a una tasa del 1,1% anual (Reina *et al.*, 2007). Si centramos la atención en el periodo 1990-2000, la producción creció a un promedio anual acumulativo del 3,49%, casi doblando el porcentaje del 1,57% al que crecía el consumo¹², lo que dio lugar a la intensa caída de precios que tuvo lugar a partir de 1998, una vez superada la escasez de producción en los años inmediatamente anteriores causada por las heladas de 1994 que mermaron la cosecha de Brasil, y la sequía del año 1997 en importantes países productores como Indonesia (la sequía más severa en 50 años) y Colombia, causada por el fenómeno climatológico conocido como “El Niño”, que produce un anómalo calentamiento de las aguas superficiales del Océano Pacífico oriental y central y afecta a la circulación atmosférica en todo el planeta. Es obvio que un ritmo de crecimiento de la producción superior al del consumo durante largos periodos genera una acumulación de stocks que inevitablemente presiona los precios a la baja, al ser el café un producto que no puede ser almacenado indefinidamente sin perder calidad. El café verde almacenado por un periodo superior a un año sufre una notoria pérdida de calidad, y al cabo de tres años se convierte en un producto difícilmente comercializable.

La distribución de la producción entre los continentes ha experimentado cambios en las últimas tres décadas. La región de Asia y Oceanía ha doblado su participación relativa, al pasar del 15,4% en 1990/91 al 29,8% en 2019/20, motivado fundamentalmente por el gran aumento de Vietnam, y en menor cuantía de Indonesia e India. África ha disminuido

¹² Los porcentajes han sido calculados a a partir de los datos sobre producción mundial en la página web de la OIC (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf>, consultada el 2/3/2021) y de los datos sobre consumo mundial proporcionados por el Departamento de Estadística de la OIC.

su participación porcentual del 17,6% al 11,4%, y Latinoamérica lo ha hecho del 67% al 58,8%¹³.

Tabla 1.3a. Principales países productores de café 1990-2020 (en miles de sacos de 60 kg de café verde) (*)

	1990/91	1994/95	1999/00	2004/05	2009/10	2014/15	2019/20
Brasil	27.286	28.192	47.578	39.281	43.977	53.305	58.211
Vietnam	1.310	3.632	11.631	14.370	17.825	27.241	30.487
Colombia	14.396	12.964	9.512	11.429	8.098	13.333	14.100
Indonesia	7.441	5.368	6.557	7.536	11.380	10.946	11.433
Etiopía	2.909	2.763	3.784	5.213	6.830	6.383	7.343
Honduras	1.568	2.181	2.985	2.575	3.603	5.268	5.931
Uganda	1.955	2.393	2.862	2.613	2.894	3.744	5.509
India	2.829	3.002	4.867	4.591	4.827	5.450	4.988
México	4.674	4.159	6.219	3.867	4.109	3.636	3.985
Perú	937	1.179	2.744	3.425	3.286	2.883	3.836
Guatemala	3.271	3.787	5.120	3.703	3.835	3.310	3.606
Total 11 países	68.576	69.620	103.859	98.603	110.664	135.499	149.429
Total Mundial	93.230	93.314	131.383	116.078	127.873	150.302	165.053

Fuente: elaboración propia con datos de ICO

(*) Se incluye la evolución de los que fueron los mayores productores en 2019/20

Tabla 1.3b. Principales países productores 1990-2020, en porcentaje sobre el total mundial

	1990/91	1994/95	1999/00	2004/05	2009/10	2014/15	2019/20
Brasil	29,27	30,21	36,21	33,84	34,39	35,47	35,27
Vietnam	1,41	3,89	8,85	12,38	13,94	18,12	18,47
Colombia	15,44	13,89	7,24	9,85	6,33	8,87	8,54
Indonesia	7,98	5,75	4,99	6,49	8,90	7,28	6,93
Etiopía	3,12	2,96	2,88	4,49	5,34	4,25	4,45
Honduras	1,68	2,34	2,27	2,22	2,82	3,50	3,59
Uganda	2,10	2,56	2,18	2,25	2,26	2,49	3,34
India	3,03	3,22	3,70	3,96	3,77	3,63	3,02
México	5,01	4,46	4,73	3,33	3,21	2,42	2,41
Perú	1,01	1,26	2,09	2,95	2,57	1,92	2,32
Guatemala	3,51	4,06	3,90	3,19	3,00	2,20	2,18
Total 11 países	73,56	74,61	79,05	84,95	86,54	90,15	90,53

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la ICO

La Tabla 1.3A muestra los once países con mayor producción en el ciclo cafetalero 2019/20, su evolución desde 1990 y la evolución de la producción mundial. El total de la

¹³ Porcentajes calculados con los datos de la OIC (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PD-F/1a-total-production.pdf>, consultada el 14/5/2021)

producción mundial se incrementó en un 82,19% entre 1990 y 2020. Existe una creciente concentración de la producción mundial del café en un reducido número de países. Los once principales productores¹⁴ han pasado de englobar el 78% de la producción total de los 55 países productores integrados en la OIC en el ciclo 1990/91, al 90,5% actualmente. Si en 1990 la producción de los cuatro primeros países productores (Brasil, Colombia, Indonesia y México) representaba el 57,7% de la producción mundial, en el año 2020 los cuatro principales productores (Brasil, Vietnam, Colombia e Indonesia) suponían el 69,2% del total. Respecto a los dos primeros productores, el aumento de la concentración ha pasado del 44,7% que reunían Brasil y Colombia en 1990, al 53,7% que representaron Brasil y Vietnam en el 2020. Los mercados internacionales son, por tanto, muy sensibles respecto a lo que ocurra con la cosecha de un reducido número de países.

Respecto a los mismos once países, en la Tabla 1.3B se puede apreciar cómo ha evolucionado su participación relativa sobre la producción total mundial desde el ciclo 1990/91. Son destacables los aumentos en la producción de algunos países en el lapso de los treinta años contemplados. Etiopía ha multiplicado su producción por 2,5, Uganda por 2,8, Honduras la ha aumentado en 3,8 veces y Perú la ha multiplicado por 4,1. No obstante el aumento más extraordinario corresponde a Vietnam, cuya producción, espoleada por los préstamos del Banco Mundial (Denny, 2001; Miller, 2001), en el ciclo 2019/20 equivalió a 23,3 veces la producción de 1990/91. Sólo en los diez años transcurridos desde 1990-91 hasta 2000-01 aumentó la superficie cultivada de 60.578 ha. a 463.450 ha., y la producción pasó de 79.000 a 700.000 toneladas. En el caso de Brasil, aunado a sus mejoras en productividad, ha trasladado una parte notable de la superficie plantada a zonas con menor riesgo de ser alcanzadas por olas de frío: el estado de Paraná, el situado más al sur de entre los que producen café, llegó a suponer más de la mitad de la producción brasileña de café y actualmente representa entre el 5% y el 6%. Los diversos episodios de heladas originaron un progresivo desplazamiento de las plantaciones de café a estados con un clima más tropical como Minas Gerais o Bahía. De esta manera el principal productor mundial está menos expuesto a grandes pérdidas en la cosecha debidas a heladas como las que padeció en 1954, 1975, 1984 y 1994¹⁵. Costa de Marfil, que en las décadas de 1960 y 1970 era el tercer productor mundial, en el ciclo cafetalero 1990/91 fue el sexto productor mundial y en el presente siglo ha visto disminuir bruscamente su participación relativa, ya que los conflictos bélicos internos que ha padecido han afectado su producción.

En la evolución de México es destacable su pérdida de importancia relativa. A mediados del decenio de 1990 era el cuarto productor mundial y en el ciclo 1999/00 todavía fue el

14 Los 11 principales productores en 2019/20 no se corresponden en su totalidad con los once principales en 1990/91, ya que Costa de Marfil, Costa Rica y El Salvador han dejado de estar en este grupo de mayores productores, y por el contrario se han añadido a él Vietnam, Honduras y Perú.

15 Aunque el traslado de los cultivos a zonas más cálidas ha disminuido la probabilidad de padecer heladas, en el siglo XXI se viene observando una mayor incidencia de sequías severas que también impactan, aunque en menor medida hasta la fecha, en los niveles de producción.

quinto, con casi un 5% de la producción mundial. A lo largo de estas dos décadas y media se ha visto rebasado por Vietnam, Etiopía, Honduras, Uganda e India, y en los años cafetaleros 2015/16 y 2016/17 quedó relegado al undécimo puesto, por detrás de Guatemala. Tras la plaga de la roya padecida a mediados de la pasada década no ha podido alcanzar de nuevo una producción que llegase a los 4,5 millones de sacos.

Tabla 1.4. Principales consumidores de café 1990-2019 (en miles de sacos de 60 kg de café verde) (*)

	1990/91	1994/95	1999/00	2004/05	2009/10	2014/15	2018/19
Unión Europea	36.653	38.310	38.770	40.241	41.980	42.524	46.129
Estados Unidos	18.360	16.950	18.905	20.634	21.164	23.743	27.759
Brasil	8.200	9.300	12.700	14.946	18.390	20.333	22.200
Japón	5.565	5.866	6.660	7.023	6.969	7.594	7.561
Indonesia	1.242	1.400	1.626	2.000	3.333	4.417	4.800
Rusia	s.d.	1.666	1.735	3.158	3.553	3.846	4.506
Canadá	1.996	2.183	2.359	2.782	3.508	3.620	3.885
Etiopía	1.200	1.476	1.912	2.478	3.210	3.625	3.715
Filipinas	720	790	862	1.020	1.820	2.800	3.300
Vietnam	150	267	350	696	1.208	2.200	2.700
Total 10 principales consumidores	74.086	78.208	85.879	94.978	105.135	114.702	126.555
% s/ Total Mundial	81,67	82,15	81,03	78,73	77,28	75,77	76,58
Total Mundial	90.713	95.199	105.985	120.645	136.045	151.383	165.269

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Organización Internacional del Café.

(*) Se incluye la evolución de los que fueron los mayores consumidores en 2018/19

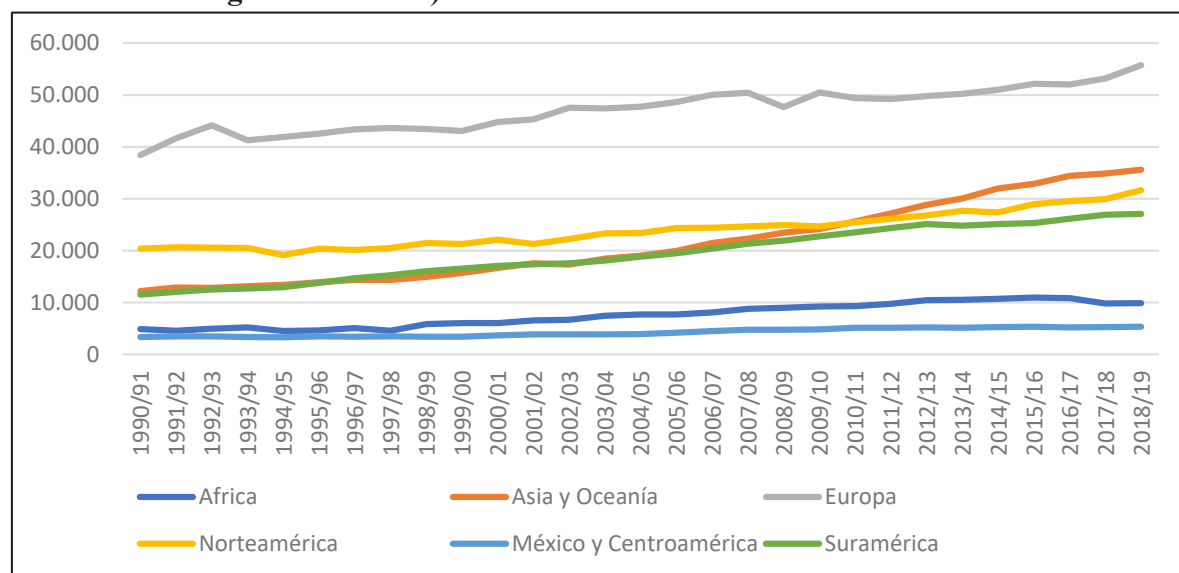
La producción mundial de café tiene como destino primordial países de elevada renta per cápita, que es donde tiene lugar el mayor consumo por persona y año. En la Tabla 1.4. pueden verse los diez principales consumidores de café en el ciclo 2018/19 y su evolución desde 1990. Existe una gran concentración del consumo en los principales consumidores, que en 2018/19 englobaron tres cuartas partes del consumo mundial. No obstante, desde mediados de los años 1990, y con más intensidad en este siglo XXI, se observa una tendencia a un consumo cada vez más repartido entre un mayor número de países, en virtud del aumento que se está dando en amplias regiones como el sudeste de Asia, Próximo Oriente y este de Europa, así como en algunos productores latinoamericanos. Son, por tanto, los países productores y las economías emergentes los que más están impulsando el aumento de la demanda (ICO, 2019a). Durante el periodo 2000-2010, los países productores aumentaron su consumo en un 57% y las economías emergentes de Asia y Europa del Este en un 46% (Fairtrade Foundation, 2012). Entre los ciclos cafetaleros 1990/91 y 2018/19 el consumo interno de los países productores creció un 157,5%, frente a un 25,8% que en el mismo periodo aumentó el de la Unión Europea y un 51,2% el de Estados Unidos¹⁶. Brasil, aunque su consumo per cápita se sitúa lejos del de los países del norte de Europa, ya era el segundo consumidor mun-

16 Incrementos de la Unión Europea y de Estados Unidos calculados a partir de la web de ICO (<https://>

dial después de Estados Unidos en el año cafetalero 1990/91, y ha consolidado su posición multiplicando su consumo interno por 2,7 hasta el 2018/19. En el transcurso de ese mismo periodo son remarcables los incrementos de Vietnam (1.700%), Filipinas (358,3%), Rusia (336,2%) e Indonesia (286,5%). Dentro de los países no reflejados en la Tabla 1.4. por tener consumos menores en valor absoluto, se han dado crecimientos muy importantes en: Ucrania (8.760,6%), Turquía (808,9%), Egipto (546,9%), Sudán (438,1%) y Taiwán (435,5%)¹⁷.

Entre los grandes consumidores de países industrializados los aumentos, como se ha señalado, han sido más modestos. Los dos principales consumidores, la Unión Europea y Estados Unidos, han pasado de representar el 60,6% del consumo mundial en 1990/91 al 44,7% en 2018/19. El incremento en el consumo de café experimentado conjuntamente por países productores y mercados emergentes ha conducido a que en el ciclo 2018/2019 el consumo conjunto de Europa, Estados Unidos, Canadá, Japón y Australia haya sido un 52,8% sobre el total, notoriamente menor que el 69,6% que sumaron en 1990/91¹⁸. Esta tendencia que se observa a una redistribución mundial del consumo de café es significativa si se tiene en cuenta la elevada proporción del consumo mundial que tradicionalmente han absorbido los países de elevada renta per cápita. El Gráfico 1.2 traza la evolución del consumo en las diferentes regiones del planeta entre 1990/91 y 2018/19. En el transcurso de estas tres décadas el consumo se ha incrementado: un 191,8% en Asia y Oceanía, 135,2% en Suramérica, 102% en África, 59,5% en México y Centroamérica, 55,4% en Norteamérica y 45,1% en Europa.

Gráfico 1.2. Consumo mundial de café por regiones, 1990-2019 (en miles de sacos equivalentes de 60 kg de café verde)



Fuente: elaboración propia con datos suministrados por ICO

El consumo per cápita más elevado se sigue dando en países industrializados y particularmente en los países del centro y norte de Europa. La Tabla 1.5. expone el consumo per

www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1b-domestic-consumption.pdf, consultada el 15/12/2020)

17 Aumentos porcentuales obtenidos a partir de los datos proporcionados por el Departamento de Estadística de la OIC. El porcentaje de Ucrania está calculado desde 1991/92.

18 Porcentajes calculados a partir de los datos suministrados por ICO.

cápita en los países de la Unión Europea, Estados Unidos, Japón, Noruega, Suiza y Chipre desde 1965 hasta el año 2003. El consumo de café tostado, descafeinado, líquido y soluble ha sido convertido a su equivalencia en grano verde (green bean equivalent) de acuerdo con los factores de conversión de la OIC, unos factores de conversión que obedecen a que todos los procesos de transformación del café implican pérdida de peso, y son los siguientes¹⁹:

- café tostado: para convertir el café tostado en grano verde equivalente, se multiplica el peso neto del café tostado por 1,19
- café descafeinado: el peso neto del café verde descafeinado se multiplica por 1,05; el café tostado descafeinado y el café soluble descafeinado se multiplican respectivamente por 1,25 y 2,73
- en las presentaciones de café líquido ya listo para beber, el peso neto de las partículas sólidas y secas contenidas en él se multiplica por 2,6
- el café soluble se multiplica por 2,6

Tabla 1.5. Consumo anual per cápita de café, 1965-2003 (en kilogramos equivalentes de café verde por habitante)

PAÍS	1965-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000-2003
Finlandia	10,66	12,32	12,64	11,57	11,22
Noruega	12,94	12,69	11,65	9,95	9,09
Dinamarca	11,26	12,05	11,01	9,94	8,92
Suecia	9,23	9,75	10,29	10,00	8,20
Bélgica y Luxemburgo	7,02	7,12	7,45	5,76	7,90
Suiza	5,47	5,84	6,67	7,67	6,86
Alemania	4,21	5,00	6,80	7,44	6,71
Austria	2,76	4,34	7,93	8,82	6,71
Países Bajos	6,65	7,72	9,34	8,91	6,67
Italia	2,69	3,51	4,32	4,93	5,47
Francia	4,59	5,24	5,73	5,62	5,46
Grecia	1,35	1,81	2,77	2,88	4,73
Chipre	2,15	2,28	3,03	3,98	4,69
España	1,68	2,37	3,10	4,46	4,37
Portugal	1,87	1,90	1,97	3,68	4,30
Estados Unidos	6,76	5,71	4,59	4,22	4,06
Japón	0,44	1,09	2,10	2,84	3,24
Reino Unido	1,53	2,13	2,41	2,48	2,26
Irlanda	0,43	0,81	1,43	1,79	2,00
Unión Europea	3,68	4,40	5,23	5,58	5,37
TOTAL	4,14	4,30	4,52	4,70	4,58

Fuente: ICO (2004)

¹⁹ Se pueden comprobar los factores de conversión en la página web de la OIC (<https://www.ico.org/documents/conversion-factors-c.pdf>, consultada el 23/01/2022)

En la Tabla 1.5 se puede apreciar la importante diferencia en consumo anual por habitante entre países del norte y del sur de Europa, con la excepción de Irlanda y Reino Unido, países con arraigada tradición de consumo de té. Entre los países mediterráneos, en el periodo 2000-2003 ninguno llegó a los 5 kilogramos por habitante y año, que fue el promedio de la Unión Europea en aquellos años. El mayor consumo de Robusta en el sur de Europa, que contiene un mayor porcentaje de cafeína, contribuye a frenar la demanda. Se constatan asimismo consumos inferiores a los europeos en Japón y Estados Unidos, pero en términos generales el consumo de café va asociado al nivel de renta per cápita.

En cuanto al crecimiento en el consumo entre los periodos 1965-1969 y 2000-2003, destacan Irlanda, que multiplicó su consumo per cápita por 4,65, y Japón, que lo hizo por 7,36. En ambos casos partían de niveles de consumo muy reducidos. En la mayoría de países del sur de Europa el consumo se dobló, aunque también partían de cifras reducidas. En Estados Unidos, contrariamente, el consumo unitario no ha dejado de disminuir desde 1965-1969. En los países escandinavos, principales consumidores mundiales per cápita, el consumo muestra una tendencia a disminuir después de los máximos alcanzados entre 1980 y 1999. Considerando tanto el total de los 19 países incluidos en la Tabla 1.5., como los catorce países pertenecientes a la Unión Europea, el promedio máximo de consumo se dio en la década de 1990 y posteriormente retrocedió levemente. De acuerdo con Lewin *et al.* (2004), el consumo de café tiene tendencia a decrecer con la edad de las personas. Esto puede explicar la senda descendente del consumo per cápita en determinados países donde la media de edad de la población se ha elevado.

El consumo anual per cápita en los países del centro y el norte de Europa es elevado en relación al de los países productores. En el año 2000, dos de los países latinoamericanos con un mayor consumo per cápita fueron Costa Rica, con un consumo de 5,68 kg, y Brasil, con un consumo de 4,38 kg. Ese mismo año el consumo de México fue de 0,7 kilogramos por habitante (INEGI, s/f a). En las últimas décadas el consumo interno de café en Costa Rica y Brasil ha seguido aumentando considerablemente, y en términos per cápita son los más altos entre los países productores²⁰. En el caso de Costa Rica, el aumento del consumo ha sido inducido por una reducción de la oferta de granos de calidad inferior y una mayor presencia de cafés puros y de calidad de exportación (Samper, 2012).

Dentro del mercado europeo se observa una muy diferente participación de las diferentes calidades en los distintos mercados. En la Tabla 1.6. se han seleccionado los casos de Finlandia, Noruega, Suecia, Francia e Italia.

20 Ver consumos internos de los países productores en la web de la OIC (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1b-domestic-consumption.pdf>, consultada el 18/12/2020)

Tabla 1.6. Participación porcentual de las diferentes categorías de café en el consumo total en una selección de países, 1990-1993 y 2000-2003 (*)

		SUAVES COLOMBIANOS	OTROS ARÁBICAS	ARÁBICAS NATURALES	ROBUSTAS
FINLANDIA	1990-1993	45,49	25,80	27,91	0,80
	2000-2003	22,48	33,22	42,40	1,90
NORUEGA	1990-1993	35,51	9,80	52,70	1,99
	2000-2003	27,28	27,70	43,61	1,41
SUECIA	1990-1994	44,72	11,68	43,04	0,56
	2000-2004	34,37	30,88	33,09	1,66
ITALIA	1990-1993	7,95	16,20	30,58	45,27
	2000-2003	4,71	20,95	34,30	40,04
FRANCIA	1990-1993	12,28	14,66	22,47	50,59
	2000-2003	8,86	19,19	28,75	43,20

Fuente: elaboración propia con datos de ICO (2004)

(*) Las importaciones procedentes de reexportaciones de países no productores no están desagregadas entre los cuatro tipos de café. Se asume que su distribución porcentual es similar a la de las importaciones con origen en países productores.

Las cifras son elocuentes en cuanto a la gran disparidad del consumo de Robusta sobre el total, inapreciable en los países escandinavos y con porcentajes que pueden llegar a suponer la mitad del total, o el 45% sobre el total, para Francia e Italia en entre 1990 y 1993. Se constata igualmente la muy baja cuota de mercado de los Suaves Colombianos en Italia y Francia. En los países del sur de Europa, la penetración del Robusta, un café de menor precio que el Arábica, se explica por la menor renta per cápita en relación a los del norte y por la popularidad de la que goza el café expreso, que hace que los consumidores acepten mejor el sabor amargo y el color muy oscuro. Las diferencias en la cultura de los consumidores de café entre los diferentes países europeos tienen relevancia, ya que en las últimas décadas el consumo per cápita está aumentando más en los países del sur, que partían de niveles de consumo reducidos.

Tal como se ha apuntado, las exportaciones de café de los países productores van destinadas, en un porcentaje muy elevado, a países industrializados, como puede verse en la Tabla 1.7. Las inconsistencias entre exportaciones e importaciones globales en las estadísticas de la OIC se deben primordialmente a las reexportaciones, ya que algunos países con puertos marítimos que constituyen importantes puertas de entrada del café verde lo reexportan. También pueden deberse a: dificultades en el tratamiento de la información arancelaria debido a una clasificación incorrecta, en el origen o en el destino, del grado de elaboración del café; diferencias en el momento de registro de los fletes en origen y destino; o errores de recopilación y procesamiento de datos, como duplicar estadísticamente un mismo envío.

Tabla 1.7. Principales países importadores de café verde, 1990-2019 (en miles de sacos de 60 kg)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2019
Unión Europea	42.883	43.424	53.051	60.007	69.824	76.890	85.611
Estados Unidos	21.007	17.107	23.767	23.042	24.378	27.708	30.854
Japón	5.330	5.489	6.908	7.408	7.407	8.063	8.040
Rusia	s.d.	1.728	1.890	3.336	4.155	4.710	5.917
Reino Unido	2.898	2.807	3.012	3.433	4.302	4.895	5.554
Canadá	2.253	2.510	3.321	3.589	4.366	4.698	5.420
Suiza	1.171	1.017	1.171	1.641	2.318	2.748	3.228
Total 7 principales importadores	75.542	74.082	93.120	102.456	116.750	129.712	144.624
% sobre Total Mundial	84,62%	85,91%	85,01%	83,05%	81,42%	79,93%	78,23%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ICO

A diferencia de lo observado en la Tabla 1.4., entre los principales países importadores no aparecen importantes consumidores que también son productores (como Brasil, Indonesia, Etiopía y Vietnam) y, en cambio, sí lo hacen países cuyo consumo no es muy relevante en el panorama internacional pero tienen una industria procesadora de suficiente envergadura como para ser grandes importadores (como Reino Unido y Suiza). Aun habiendo disminuido su participación relativa, los principales importadores absorbieron en el 2019 el 78% de las importaciones mundiales. La Unión Europea y Estados Unidos representaron conjuntamente en el 2019 el 63% de las importaciones. En la década de 1990 sumaban conjuntamente más del 70% de las importaciones mundiales, por lo que en este siglo su participación relativa ha perdido algo de importancia. La Unión Europea llegó a acaparar el 50,4% del total en 1995, para caer hasta el 46,3% en el año 2019. Estados Unidos abarcó el 21,7% de las importaciones en el año 2000 y, al igual que la Unión Europea, a partir del año 2000 vio descender su importancia relativa para representar el 16,7% en el año 2019.

A partir del año 2000, los países importadores de café no pertenecientes a la OIC (que incluyen a Canadá) han aumentado con vigor sus importaciones, de tal manera que entre el año 2000 y el 2019 han crecido un 150,2%, frente al 55% que lo han hecho los principales países importadores relacionados en la Tabla 1.7. (excluyendo a Canadá)²¹. Dentro de estos importadores de creciente importancia que no pertenecen a la OIC, y considerando aquellos que en los últimos años importaron más de un millón de sacos y por tanto son mercados relevantes, hay que destacar algunos crecimientos porcentuales de una gran magnitud en el periodo 2000-2019, aun teniendo en cuenta que partían de cifras muy reducidas. La República Popular de China aumentó sus importaciones un 1.447,5%, Egipto un 1.366,7%, Ucrania un 691%, Emiratos Árabes Unidos un 614,5%, Turquía un 538,8%, Malasia un 374% y Arabia Saudí un 211,2%.

21 Crecimientos porcentuales calculados a partir de la web de la ICO (https://www.ico.org/es/new_historical_c.asp, consultada el 15/12/2020) y de datos suministrados por su Departamento de Estadísticas

Las exportaciones de café, además de ir destinadas fundamentalmente a países de elevada renta per cápita, representan un porcentaje muy elevado de la producción. En la Tabla 1.8. se puede observar la evolución de la producción y exportación mundiales entre 1990 y 2020, y el porcentaje que las exportaciones han supuesto sobre la producción durante el periodo analizado. Se consideran únicamente las exportaciones de los países productores, para evitar el doble cómputo de la reexportación que llevan a cabo algunos países occidentales. Puede observarse que los porcentajes se han situado entre el setenta y el ochenta por ciento durante las tres décadas.

Tabla 1.8. Producción y exportación mundiales de café verde, 1990-2020 (en miles de sacos de 60 kg)

	1990/91	1994/95	1999/00	2004/05	2009/10	2014/15	2019/20
Producción	93.230	93.314	131.383	116.078	127.873	150.302	165.053
Exportación	73.887	65.963	92.404	89.853	94.627	113.976	126.963
% Exportac. s/Producción	79,25%	70,69%	70,33%	77,41%	74,00%	75,83%	76,92%

Fuente: elaboración propia con datos de la ICO

En algunos países esta dependencia es crítica. La Tabla 1.9 muestra la importancia que tenían las exportaciones de café en algunos de ellos entre mediados de los años 1980 y principios de los años 1990. Se pueden observar los muy elevados valores para algunos países, especialmente en la segunda mitad de los años ochenta.

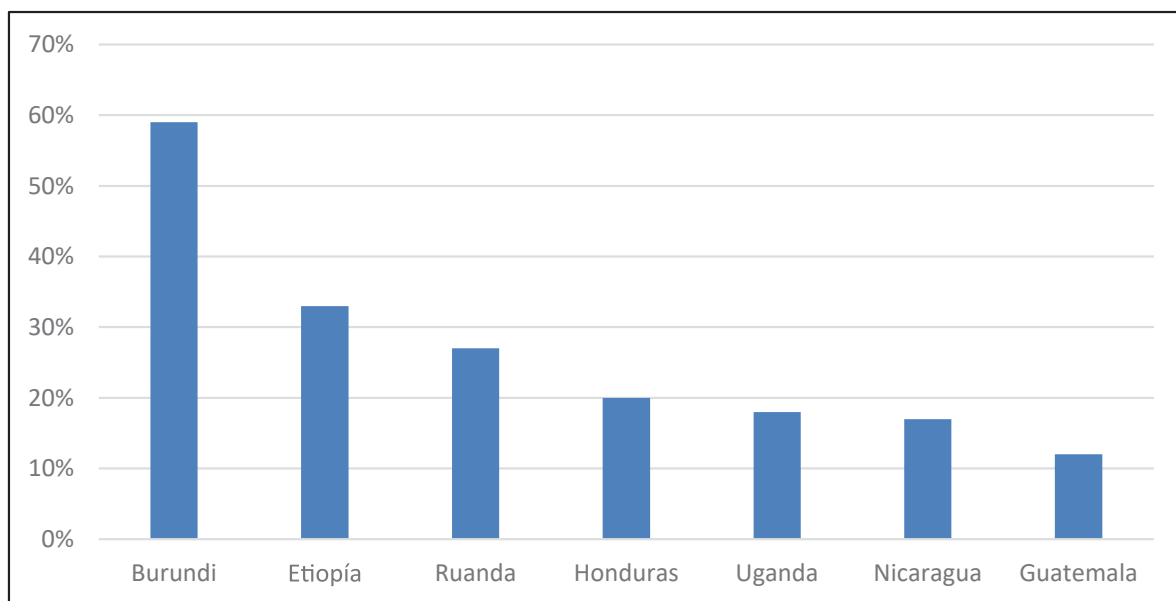
Tabla 1.9. Porcentaje de las exportaciones de café sobre el total de exportaciones, 1985-1992

	PROMEDIO 1985-1988	PROMEDIO 1989-1992
Uganda	92,9	83,3
Burundi	84,1	75
Ruanda	81,7	58
Etiopía	65,2	57,6
El Salvador	63,2	37,8

Fuente: UNCTAD (1995)

Durante la década de los noventa la dependencia continuó siendo elevada. Entre 1996 y 1998, el porcentaje medio anual de las exportaciones de café sobre el total de las exportaciones agrícolas para algunos países altamente dependientes del café fue: en Burundi, el 80,2%; en Uganda, el 77,3%; en Ruanda, el 72,4%; para Etiopía el porcentaje fue del 68,7%; y para la República Democrática del Congo, el 66,9% (Ponte, 2001a). En relación al total de exportaciones, agrícolas y no agrícolas, los porcentajes que suponían las exportaciones de café para algunos países en el año 2000 fueron: en Burundi, el 79%; en Etiopía, el 54%; en Uganda, el 43%; en Ruanda, el 31%; en Nicaragua, el 25%; y en Honduras, el 24% (Gresser y Tickell, 2002; Hernández Navarro, 2004). A partir del año 2000 se experimentó una tendencia hacia una menor dependencia de las exportaciones debida a la caída de los precios, pero en el Gráfico 1.3 se comprueba que continuó siendo muy importante para numerosos países productores.

Gráfico 1.3. Exportaciones de café en porcentaje sobre el total de exportaciones, 2000-2010



Fuente: International Trade Centre (s/f)

Algunos datos adicionales corroboran la importancia del café en algunas economías latinoamericanas. Entre 1980 y 2000, fue la actividad económica que más contribuyó al PIB de Honduras, entre un 5% y un 8%, por delante de la producción del plátano y la madera. En Nicaragua, a finales del siglo XX la participación de la actividad cafetalera en el PIB era del 7,2%. En El Salvador, a mediados de los años 1980 las exportaciones de café suponían el 7,7% del PIB. En México, durante el decenio de 1990 reportó unos ingresos anuales por divisas del orden de 600 millones de dólares estadounidenses, y de su cultivo dependía, directa o indirectamente, el 6% de la población económicamente activa (Intermon Oxfam, 2002; Hernández Navarro, 2004).

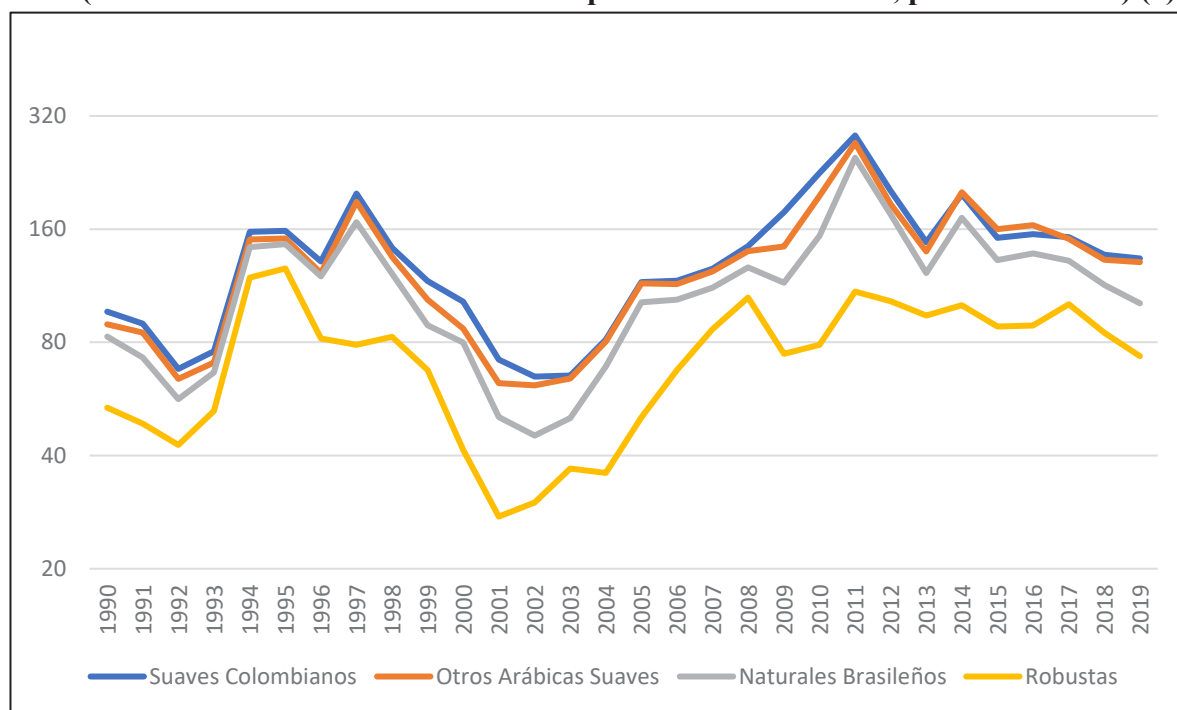
1.4 Los precios del café y su evolución entre 1990 y 2020

1.4.1 La tendencia en el largo plazo

En este apartado se analiza la trayectoria seguida por los cuatro grupos de café que la OIC estableció en 1965 atendiendo a motivaciones estadísticas y administrativas, como quedó explicado en la Introducción, que están ordenados con arreglo a su calidad y precio. La OIC elabora las estadísticas de precios indicativos a partir de los precios diarios del café verde de diferentes calidades de algunos países productores en diversas plazas. En el Gráfico 1.4 se observa la evolución de los precios nominales de los cuatro grupos de café entre 1990 y 2020. Puede comprobarse, conjuntamente con el Gráfico 1.1, cómo los precios caen acusadamente en los periodos en los que la producción excede al consumo durante varios ejercicios consecutivos: 1989-1992, 1998-2003 y 2012-2019. Asimismo se constata cómo, a partir de mediados de los años 1990, el café de la especie Robusta tiene dificultades para seguir la senda alcista de los otros tipos de café en coyunturas alcista de precios.

Las heladas que afectaron a Brasil en 1994 y la plaga de la broca (*Hypothenemus Hampei*) en Colombia y algunos países centroamericanos hicieron disminuir la producción mundial y permitieron una recuperación del precio que para los cuatro grupos se alargó hasta mayo de 1997. La mejora en los precios incentivó a Vietnam, Indonesia, India, China y diversos países de Centroamérica a extender el área de cultivo, lo que generó una nueva sobreoferta de café y un nuevo hundimiento de los precios (Akiyama, 2001; Renard, 2010b).

Gráfico 1.4. Precios nominales de los cuatro grupos de café en promedio anual, 1990-2019 (en centavos de dólar estadounidense por libra de café verde, promedio anual) (*)

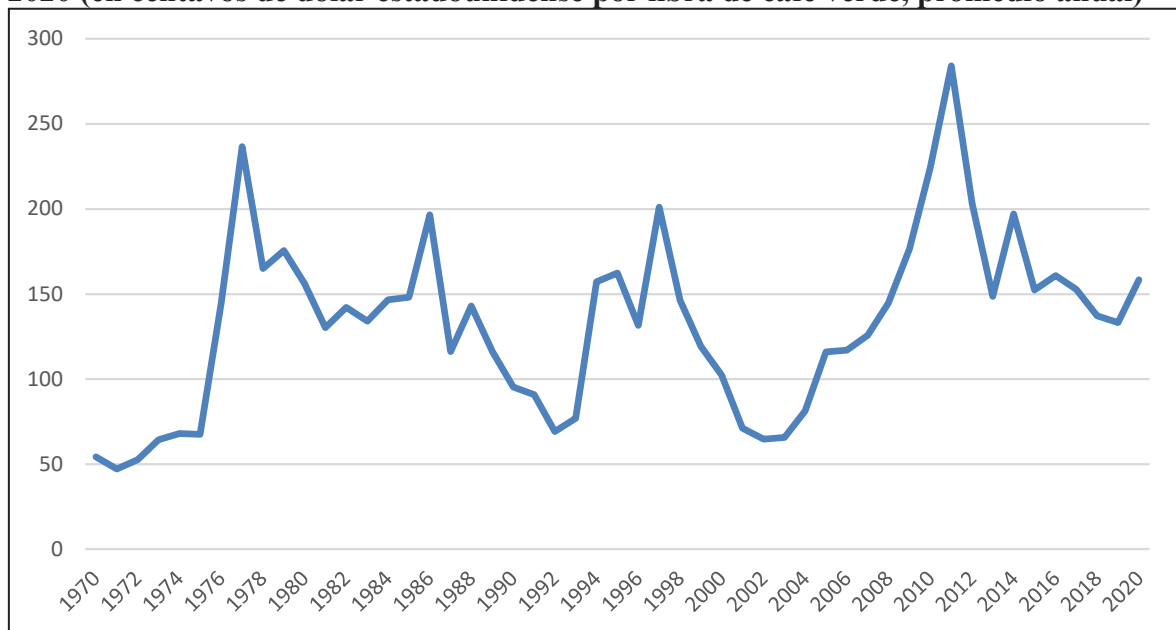


Fuente: elaboración propia a partir de datos de la ICO

(*) El eje de ordenadas se presenta con una escala logarítmica de base 2

El Gráfico 1.5 muestra los precios medios anuales de exportación del café colombiano, en términos corrientes, entre 1970 y 2020. Se trata de uno de los cuatro grupos de café establecidos por la OIC (ver Tabla 1.1.), en el cual la participación de Kenia y Tanzania es muy inferior, y resulta significativo por haber sido Colombia el segundo mayor productor mundial durante la mayor parte del siglo XX.

Gráfico 1.5. Precios de exportación del café colombiano en términos corrientes, 1970-2020 (en centavos de dólar estadounidense por libra de café verde, promedio anual)



Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección de Investigaciones Económicas de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) (<https://federaciondecafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>, consultado el 16/02/2022)

Se puede observar que a mediados de los años 1970 se produjo un fuerte aumento de los precios causado por el efecto conjunto de las heladas que afectaron la producción de Brasil en 1975, la cual dañó más del 70% de la cosecha de café brasileña, y las inundaciones padecidas en el Valle del Cauca en Colombia. A mediados del decenio de 1980 hubo una nueva escalada en los precios por la helada padecida en Brasil en 1984, seguida de una sequía en ese país que se prolongó durante la mayor parte de 1985. Sin embargo, lo que interesa destacar aquí es que con posterioridad a 1989 tuvieron lugar descensos importantes de los precios por sobreoferta mundial en los periodos 1989-1993, 1998-2003 y 2012-2019.

La caída en los precios posteriores a 1989 no se tradujo inmediatamente en un descenso de la producción, ya que algunos estados se vieron obligados a reducir los impuestos sobre las exportaciones de café, lo que atenuó los efectos de la crisis en los productores. Colombia, en aquel momento todavía segundo productor mundial, logró mantener los precios pagados a los productores hasta mediados de 1992 gracias a los recursos financieros acumulados durante los años de bonanza (Marlin, 1993). La consecuencia fue que la producción mundial no empezó a reducirse de forma significativa hasta mediados de 1992. Esto acarrió que, a pesar de la liberación de existencias y su entrada en el mercado a partir de 1989, entre 1989 y 1992 continuaron aumentando los stocks de café verde. La caída en la producción se prolongó hasta el ciclo 1995/96 por las heladas acaecidas en Brasil en junio y julio de 1994 y la disminución en los rendimientos debida a los menores cuidados de los cafetales durante los años de crisis (ver Gráfico 1.1). Para muchos países la acumulación de stocks les supuso cuantiosos gastos financieros, de seguros y problemas de pérdida de calidad, por lo que se vieron forzados a deshacerse de sus existencias a cualquier precio, lo que ocasionó un hundimiento de los precios severo en 1992.

Entre los años 1988 y 1992 los precios cayeron un 51,7%. En el periodo 1998-2003 los precios descendieron un 67,5%. En los años 2002 y 2003 los promedios anuales de los precios del café colombiano se situaron en los mismos niveles que los del periodo 1973-75. Entre 2011 y 2019 bajaron un 53,2%. Los precios medios del año 2019 fueron 11,6 dólares inferiores a los de 1976. Se trata de caídas de una magnitud desconocida en la historia de un siglo de comercialización del café colombiano. En algunas regiones productoras las sucesivas crisis de precios han tenido efectos dramáticos sobre sus cifras de exportaciones. Para los países centroamericanos, entre 1990 y 2000, las exportaciones de café les permitieron obtener en concepto de divisas un promedio anual de 1.700 millones de dólares estadounidenses. En el ciclo 2000/01 dicha cifra había descendido a 938 millones, y en 2001/02 a 700 millones (Hernández Navarro, 2004).

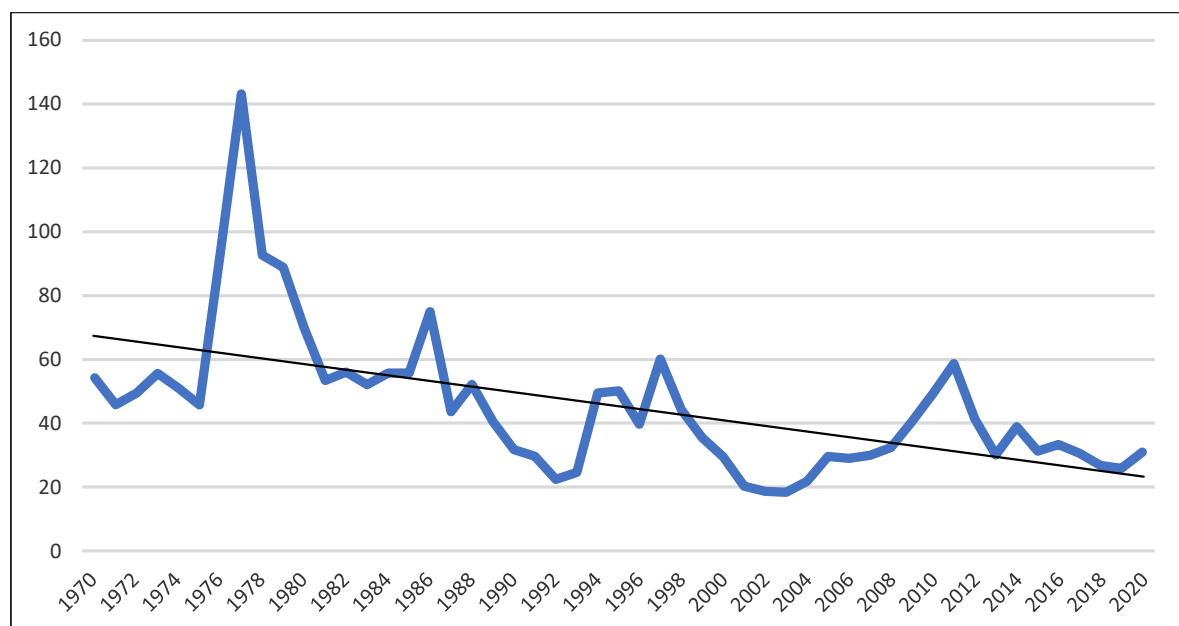
Los precios nominales del café están sometidos a la presión que suponen las continuas crisis de sobreproducción, pero en términos reales, teniendo presentes las variaciones en los índices de precios, el perjuicio que para los productores ha sido aún más drástico. La crisis subsiguiente a la no renovación de las cláusulas económicas del AIC en 1989 y al desmantelamiento de las instituciones estatales que regulaban la producción y exportación del café entre finales de los años 1980 y principios de los 1990, y el desplome de los precios entre 1998 y 2003, que no tenía precedentes para esta materia prima, constituyen dos periodos que ejemplifican la pérdida del poder adquisitivo del café en precios constantes. Si se deflactan los indicadores de precios que publica la OIC mediante el Índice de Precios del Productor de los Estados Unidos²², el precio medio de la etapa 1990-1993 fue tan solo un 42% del que había sido entre 1985 y 1988, los últimos tres años en los que estuvo vigente el AIC durante la totalidad del año (Gilbert, 1998). En junio del 2002, el precio real equivalía al 25% del valor que había alcanzado en 1960 (Gresser y Tickell, 2002). En agosto del 2002 los precios en términos reales llegaron a ser los más bajos en cien años (ICO, 2003b; Reina *et al.*, 2007).

A pesar de que el mayor deterioro de los precios reales ha sido ocasionado por las crisis de sobreproducción posteriores a 1989, la tendencia bajista a largo plazo no se circunscribe a las últimas tres décadas. En un análisis de los precios promedio anuales del mercado internacional entre los años 1950 y 1990, en dólares de 1990, Flores de la Vega *et al.* (2002) señalan la tendencia decreciente a largo plazo durante todo el periodo independientemente de ocasionales shocks de oferta por heladas en las zonas cafetaleras de Brasil; en el año 2000, los precios reales equivalían a un 20% de los precios reales de 1950. Otros estudios apuntan en el mismo sentido. Entre 1960 y 1990, Giovannucci y Juárez (2006) obtienen una tendencia decreciente durante todo el periodo independientemente de las alzas y bajas en ciclos cortos; posteriormente a 1990, continúa la tendencia a la baja hasta el año 2004 pero con una pendiente más acusada y partiendo de precios reales mucho más bajos. Para el periodo 1950-2013, Esguerra y McAllister (2013) calculan el descenso medio del precio real del café

22 El Índice de Precios del Productor de Estados Unidos ofrece una medida del poder de compra que proporciona la exportación de café en términos de bienes industriales.

en un 2% anual. Lo que cabe recalcar es que, si bien con anterioridad a 1989 ya se produjo una erosión en el poder adquisitivo de las exportaciones, la liberalización y la sobreoferta posteriores acentuaron la tendencia, y que los ciclos alcistas de precios no revierten esta trayectoria de muy largo plazo. En el año 2009, en el contexto de un ciclo alcista de precios, el total de las exportaciones mundiales valoradas en precios constantes suponían un 45% de las exportaciones del año 1980 (Quintero y Rosales, 2014).

Gráfico 1.6. Precios de exportación del café colombiano en términos constantes, 1970-2020 (en centavos de dólar estadounidense por libra de café verde, promedio anual) (*)



Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección de Investigaciones Económicas de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) (<https://federaciondefcafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>, consultado el 16/02/2022)

(*) Se ha utilizado como deflactor el Índice de Precios del Productor de Estados Unidos, que ofrece una medida del poder de compra que proporciona la exportación de café en términos de bienes industriales.

El Gráfico 1.6 presenta los precios medios anuales de exportación del café colombiano, en términos constantes, entre 1970 y 2020. Se constata que en términos de precios reales el deterioro a largo plazo de los precios del café es riguroso. Los precios medios de 1992 equivalieron a un 40,8% de los de 1970, y durante el periodo 2001-2004 el deterioro fue aún mayor, habiendo llegado a un porcentaje del 33,2% en el año 2003. En el año 2019, tras una nueva y dilatada crisis de precios, los precios medios llegaron a ser un 47,1% de los de 1970.

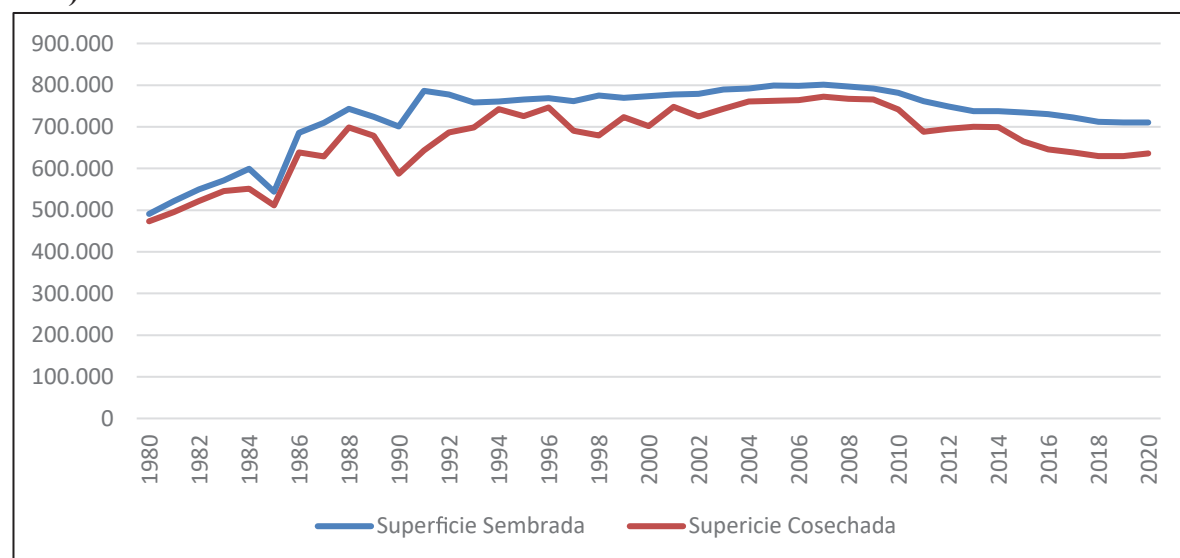
1.4.2 Inelasticidades de oferta y demanda

Las curvas de oferta del café verde y de demanda final del café procesado presentan unas características que explican la recurrencia de las crisis de sobreproducción y las amplias fluctuaciones de los precios. La inelasticidad asimétrica de la oferta en relación al precio contribuye a explicar la frecuente tendencia a la sobreproducción. La oferta de café no solamente es inelástica al precio, sino que esta inelasticidad es asimétrica, es decir, las variaciones en la oferta frente a cambios en los precios son de diferente magnitud en función de si las coti-

zaciones suben o bajan. La causa radica en que un elevado porcentaje de los productores de café en todo el mundo disponen de pocas alternativas viables para obtener ingresos que no provengan del café, en terrenos ubicados con frecuencia en zonas de accidentada topografía; y están poco dispuestos a no rentabilizar la inversión llevada a cabo en la siembra y mantenimiento de sus cafetales erradicando su cultivo, así que mantienen sus activos fijos hasta el final de su vida productiva. El mantenimiento de las explotaciones cafetaleras incluye tareas como la regulación de la sombra, para que no sea ni excesiva ni deficitaria, diversos tipos de poda, la elaboración de compost para el abono, y la creación de barreras y curvas de nivel para evitar la erosión durante episodios de lluvias torrenciales. Antes estas condiciones, mientras los ingresos marginales excedan a los costes marginales, los productores continuarán recolectando su café. De ahí que los desplazamientos de la curva de demanda tengan un mayor impacto sobre los precios que en la cantidad ofertada (Hallam, 2004; Giovannucci y Juárez, 2006; Reina *et al.*, 2007).

El caso de México es ilustrativo de cómo las oscilaciones de los precios tienen poca incidencia a corto plazo en la superficie sembrada de café. En el Gráfico 1.7 se puede apreciar que incluso la superficie cosechada apenas se vio afectada por el periodo de derrumbe de los precios que se dio entre 1998 y 2003.

Gráfico 1.7. Superficie sembrada y cosechada de café en México, 1980-2020 (en hectáreas)



Fuente: elaboración propia con datos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta de México (SIACON-NG, s/f)

Asimismo la demanda final de café procesado es inelástica en relación al precio (Aguirre, 2001; Lewin *et al.*, 2004; Cano *et al.*, 2012; Guerra *et al.*, 2012), por lo que las variaciones en los precios al consumo tienen poco impacto en la cantidad consumida. La trayectoria del consumo históricamente se ha mostrado regular (ver Gráfico 1.1) y ha respondido más al incremento de la renta per cápita de los consumidores y al crecimiento demográfico, que a los vaivenes de los precios.

La curva de oferta es más inelástica a corto plazo que a largo plazo, lo que genera movimientos de auge y caída en los precios que se repiten cíclicamente. Los stocks de plantas de café sólo varían a medio o largo plazo, el deterioro de la calidad impone límites al almacenaje con propósitos especulativos, y en el corto plazo los descensos de precios influyen muy poco en la decisión de los productores de recolectar el café. Para los pequeños productores de café, su curva de oferta es casi totalmente inelástica a corto plazo, pero se vuelve elástica en un periodo que oscila entre cuatro y seis años (Brandt, 1991). Eventuales aumentos de precios por afectaciones en la cosecha de los principales países productores, a medio plazo inducen la entrada de nuevos productores o la recuperación de explotaciones abandonadas en anteriores crisis. El consiguiente aumento en la oferta baja de nuevo los precios, pero como la demanda es inelástica, los precios descienden por debajo de los costes marginales de producción, de forma que nuevamente se reduce la oferta y vuelven a subir los precios, generando otra vez la entrada en el mercado de nuevas unidades productivas (Montagut, 1997; Setem, 1999; Lewin *et al.*, 2004; Salinas, 2004). Entonces se inicia un ciclo opuesto de sobreoferta, que acostumbra a ser de más duración que el ciclo de escasez de oferta y precios al alza (Ponte, 2001b). Conviene tener presente que para muchos pequeños productores su actividad cafetalera es cíclica, abandonan el cultivo en periodos de bajos precios cuando los costes marginales superan a los ingresos marginales, y regresan a él cuando los precios retoman la senda alcista, ya que el café representa un ingreso adicional importante dado su bajo nivel de renta (Fairtrade Foundation, s/f; Salinas, 2004).

En las últimas décadas se comprueba que a cada aumento significativo de los precios le sigue un nuevo ciclo de descenso de los precios que dura entre cinco y siete años, más dilatado que la recuperación de los mismos (Giovannucci y Juárez, 2006). Como los arbustos de café pueden llegar a producir frutos durante seis décadas, con arreglo a los cuidados que se le brinden, esto hace que el ciclo descrito se vaya dando con cantidades ofertadas cada vez mayores debido a la entrada de nuevos productores, que generarán incrementos de stocks en la medida en que la demanda no crezca al mismo ritmo.

La elasticidad en relación a la renta es inferior a uno en los principales países importadores, en algunos de los cuales ya en los años 1990 el consumo per cápita topó con el nivel de saturación de 7 o más kilogramos anuales²³, y en otros se sitúa en cantidades no muy alejadas del nivel de saturación (ICO, 2004; Pelupessy y Díaz Porras, 2012; Esguerra y McAllister, 2013). Haber alcanzado el punto de saturación en el consumo implica asimismo que la demanda es inelástica en relación al precio en el corto y medio plazo, y los aumentos de consumo vienen dados por el acceso a cafés de mayor calidad, la disposición de nuevas informaciones acerca de los efectos benéficos del café sobre la salud u otros atributos simbó-

23 En función de las características del café, y por lo tanto de la cantidad necesaria para preparar una taza, un consumo de 7 kg anuales puede suponer la ingesta de entre 1,6 y 3,2 tazas diarias en promedio, considerando que se utilicen entre 12 gr. y 6 gr. para una taza de 100 ml. La opinión generalizada entre los profesionales baristas es que 7 gramos de café molido son una cantidad adecuada para preparar una taza de café de intensidad media y con una capacidad de 100 ml.

licos, ambientales y sociales del café. En dichos países se registran crecimientos importantes del consumo de cafés diferenciados (Hallam, 2004; ICO, 2019a) por calidad, por origen o por certificación de las condiciones de producción laborales, sociales y ambientales, mientras que el consumo per cápita del café sin estos atributos se estanca o incluso decrece. La demanda de estos cafés presenta una elasticidad-renta positiva. Entre ellos se pueden mencionar:

- orgánicos, ecológicos o bio (sellos que cumplen con los estándares definidos por la International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), que es la organización que ejerce de paraguas mundial de la agricultura ecológica)
- cafés con sellos de Comercio Justo amparados por la World Fair Trade Organization (WFTO): Fairtrade International, Símbolo de Pequeños Productores (SPP), Fair for Life y Naturland Fair
- otros cafés certificados con sellos que se proclaman equitativos o sostenibles, en algún caso destinados a proteger una(s) especie(s) animal(es) específica(s), o que se adhieren a programas de sostenibilidad ambiental creados por la propia empresa que promueve el sello, pero no reconocidos por la WFTO ni por la IFOAM: Fair Trade USA, UTZ, Rainforest Alliance, 4C, Bird Friendly/Smithsonian Migratory Bird Center, C.A.F.E. Practices/Starbucks, AAA Program/Nespresso, Hand in Hand Program/Rapunzel Naturkost, Stewardship Program/Green Mountain Coffee Roasters²⁴, Bat Magic y SongBird/Thanksgiving Coffee Company, Volcafe RS Standard/Volcafe, NKG Bloom/Neumann Kaffee Gruppe, LIFT/Mercon y LDC Responsible Sourcing Program/Louis Dreyfus Company
- cafés de especialidad y los englobados bajo la denominación gourmet
- cafés con el certificado Carbono Neutral que otorga la Unidad de Carbono Neutro de la Universidad Earth de San José (Costa Rica)
- denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas (de un solo país o de una región concreta de un país)

En 2004-2005, el segmento de mercado de cafés diferenciados representaba el 10% del consumo mundial (Giovannucci y Juárez, 2006; Duris, 2007), y una década más tarde había escalado hasta el 20% del consumo mundial (Echavarría Soto *et al.*, 2014). Para algún capítulo de cafés diferenciados, como los de Comercio Justo, la elasticidad de la demanda con respecto al precio es incluso inferior a las del café convencional (Arnot *et al.*, 2006; Hainmueller *et al.*, 2015). La demanda de cafés de estos nichos de mercado hasta ahora siempre ha provenido principalmente de consumidores pertenecientes a franjas de edad más jóvenes que la media de los consumidores.

24 En el 2014, Green Mountain Coffee Roasters pasa a denominarse Keurig Green Mountain, en el 2015 es absorbida por JAB Holding, y en el 2018 cambia de nuevo la denominación por la de Keurig Dr Pepper.

Como veremos más adelante, el crecimiento de estos segmentos de mercado ha encontrado su reflejo en las estructuras organizativas de los productores de café. Las cooperativas de pequeños productores, orientadas desde los años 1980 y 1990 hacia los mercados orgánico y de fair trade, desde hace una década están prestando mayor atención a los cafés de especialidad y a la denominada calidad en taza, es decir, las características organolépticas de la bebida. En el trabajo de campo llevado a cabo en el 2016 y el 2017 en Chiapas se pudo observar cómo, a diferencia de la década anterior, un número creciente de cooperativas han creado laboratorios de catación y escuelas de catación, para formar a sus socios en este ámbito, y asimismo han incorporado en sus plantillas a catadores profesionales de reconocido prestigio.

En mercados no maduros como Europa Oriental, Rusia, Sudeste Asiático, China o Próximo Oriente se observan mayores elasticidades del consumo en relación a la renta, pero la mayor parte del consumo tradicionalmente se ha dirigido hacia cafés inferiores (Esguerra y McAllister, 2013). El crecimiento de la renta per cápita en estos países, como se ha señalado más arriba, automáticamente expande el consumo de cafés de calidad. La elevada elasticidad renta del café se refleja en cómo se desploma su consumo en aquellos países que están inmersos en graves crisis económicas. Es lo que ha sucedido en Venezuela, que entre los ciclos 2017/18 y 2019/20 redujo su consumo en un 20,3%, y del Líbano, cuyo consumo en el mismo periodo cayó un 19%²⁵.

Recientemente desde el International Trade Centre y la revista on line sobre el mundo del café Perfect Daily Grind se ha recomendado atender al nicho de cafés diferenciados en mercados en los que está creciendo a gran velocidad el consumo de café, como Rusia, China e Indonesia. En China, un país que representa casi el 40% de todo el té consumido mundialmente, el consumo de café creció un 1.032% entre 2008 y 2018, ascenso que provino mayoritariamente de los nuevos hábitos de consumo de la población joven y urbana, que paulatinamente demanda cafés de mayor calidad²⁶.

Finalmente, el café es un bien que tiene sustitutos cercanos, pero no perfectos, por lo que no tiene una alta elasticidad cruzada respecto a otros bienes (Martínez y Salinas, 2004): la demanda se comporta de forma inelástica respecto a alteraciones en los precios de bienes sustitutos como el té, el cacao soluble o los refrescos. Eventuales reducciones en los precios de sus sustitutos no conllevan un aumento importante en la demanda de café.

La cotización de las monedas de los países productores frente al dólar también influye en la oferta mundial de café. Los contratos de compraventa de café están denominados en

25 Descensos porcentuales calculados con información suministrada por el Departamento de Estadísticas de la ICO.

26 Ver la última actualización de datos sobre mercados sostenibles en la página web del International Trade Centre (ITC) (<https://digital.intracen.org/state-sustainable-markets-2021/coffee/>, consultada el 15/01/2022) y el artículo “Entering China’s Emerging Coffee Market” en la revista online sobre temática cafetalera Perfect Daily Grind (<https://perfectdailygrind.com/2020/02/entering-chinas-emerging-coffee-market/>, consultada el 15/01/2022).

dólares, por lo que descensos en los tipos de cambio de las monedas de los productores en relación al dólar repercuten en un mayor ingreso para los productores en su propia moneda, e incentivan una posterior mayor producción de café. Debido a la participación relativa de Brasil en la producción mundial, que desde los años 1970 se ha movido en una horquilla entre el 27% y el 40%, reviste una especial importancia qué evolución siga la cotización de la moneda brasileña en relación al dólar.

1.4.3 La importancia creciente de la producción de Robusta

Una causa adicional que presiona a la baja los precios del café consiste en el crecimiento, tanto en términos absolutos como porcentualmente respecto al total de la producción, de la especie Robusta que, como puede verse en el Gráfico 1.4, es la que ostenta menores precios en los mercados. Desde 1960 hasta mediados de los años 1980, la especie Arábica representó aproximadamente el 80% de la producción mundial. A partir de mediados de los años 1980 disminuyó paulatinamente su porcentaje sobre el total en relación a la Robusta, y a principios del siglo XXI había caído al 60% (Duris, 2007; Quintero y Rosales, 2014). La incorporación de los países del este de Europa a la economía de mercado, con poblaciones en términos generales de bajo poder adquisitivo y con preferencia por café de gusto fuerte, dio impulso al consumo de café Robusta. En el año cafetalero 2009/10 tal porcentaje cayó hasta al 58% (Sette, 2010). En la Tabla 1.10. se puede observar que en los últimos ciclos cafetaleros la participación del café Arábica ha continuado con la tendencia a situarse en valores ligeramente inferiores al 60%, y cómo la producción de Robusta sigue una trayectoria claramente ascendente y con menos oscilaciones que la de Arábica, a lo cual contribuye su menor vulnerabilidad ante plagas y enfermedades.

Tabla 1.10. Producción mundial de cafés Arábica y Robusta, 2016-2021 (en miles de sacos de café verde y en porcentaje sobre el total)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Arábica	101.872	97.545	102.890	92.710	101.964
Robusta	60.448	66.148	69.571	72.343	73.988
Arábica s/Total Mundial	62,76%	59,59%	59,66%	56,17%	57,95%
Robusta s/Total Mundial	37,24%	40,41%	40,34%	43,83%	42,05%

Fuente: elaboración propia con datos de ICO (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf>, consultada el 14/5/2021) y el United States Department of Agriculture (USDA) (<https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/downloads>, consultada el 14/5/2021)

La creciente presencia del café Robusta en los mercados internacionales deprime los precios del Arábica, ya que los Arábicas de menor calidad pueden ser sustituidos por Robustas de grado superior en las mezclas ofrecidas a los consumidores (Hallam, 2004; Figueroa *et al.*, 2015; Panhuysen y Pierrot, 2018; Aguilar, 2020; CNOC, 2020b). En dichas mezclas se ha ido incrementando la proporción de Robusta, en tanto que la adición de Arábicas Suaves mejora la calidad organoléptica del café.

Diversos motivos explican esta mayor participación del Robusta en el total de la producción mundial, tanto desde la vertiente de la demanda como desde la de la oferta. Un motivo esencial está relacionado con el uso del Robusta como input para la elaboración de café soluble. Hay que precisar que es frecuente que se usen de forma indistinta los términos instantáneo, soluble y liofilizado. Sin embargo, los cafés instantáneos o solubles incluyen el café en polvo secado mediante pulverización, el café en polvo liofilizado y las presentaciones licuadas de café, por ejemplo los concentrados líquidos. Si bien los procesos de elaboración son diferentes, tiene en común la deshidratación del café en infusión que previamente ha sido tostado y molido. Para elaborar el café en polvo no liofilizado se emplea el proceso de secado por aspersión con calor, lo que provoca una pérdida importante de aroma y sabor, por lo que se usan saborizantes y aditivos que compensen dicha pérdida. Dentro de ese tipo de cafés, el café aglomerado es de más calidad que el que no lo es, pues la aglomeración transforma el polvo en gránulos más atractivos y de mejor solubilidad. En la liofilización, a diferencia del método de la pulverización, el extracto de café se congela y se seca a través del método de sublimación, que consiste en que el agua contenida en el extracto pasa directamente del estado sólido al gaseoso sin pasar por el líquido, lo cual hace que las moléculas y nutrientes del grano no tengan un choque térmico tan drástico como el que provoca la aspersión por calor y el café conserve mejor sus propiedades organolépticas, por lo que se le considera de mayor calidad que el secado mediante pulverización.

El menor precio de la especie Robusta en relación a la Arábica incentiva la demanda de las empresas procesadoras que elaboran café instantáneo (Lewin *et al.*, 2004; Figueroa *et al.*, 2016b), cuyo consumo no ha cesado de crecer desde la década de 1950 y va destinado a un segmento de consumidores menos exigentes con la calidad. La pérdida de aroma que sufre el café durante la elaboración del café instantáneo propicia el utilizar un café menos aromático, pero más económico. Una ventaja adicional de la especie Robusta para la producción de café instantáneo es que la disminución de cafeína que tiene lugar en el proceso de transformación se ve atenuada por el mayor contenido en cafeína del Robusta²⁷. La elaboración de cafés instantáneos, una de las líneas de negocio más rentables de la industria del café, ha permitido a las empresas tostadoras capturar mayor valor a partir de una materia prima menos costosa como es el café Robusta.

Los nuevos procesos de elaboración también han favorecido la sustitución de café Arábica por Robusta por parte de los grandes tostadores. Uno de ellos es el tratamiento con vapor (steaming) cuando la mezcla incorpora café de la especie Robusta, técnica que reduce el sabor amargo inherente a su mayor uso, lo que ha provocado un aumento de su demanda (Intermón Oxfam, 2002; Lewin *et al.*, 2004; Gilbert, 2006; Samper, 2012; Esguerra y McAllister, 2013). El mayor consumo de café en las economías emergentes refuerza la demanda de Robusta, ya que son mercados que demandan cafés de menor precio y calidad, y en ellos

²⁷ El contenido en cafeína de los granos de café Arábica oscila entre un 1% y un 1,5%, mientras que los granos de Robusta contienen más del 2%.

tiene una elevada cuota de mercado el café instantáneo, cuya demanda, a partir del año 2000, se triplicó en poco más de una década (Echavarría Soto *et al.*, 2014).

Por último, hay que sumar la creciente demanda de la industria farmacéutica, porque son numerosos los medicamentos (sobre todo analgésicos) que contienen cafeína, de productos para el desayuno que contienen café más otros productos como la achicoria²⁸, y de las industrias de refrescos, postres y productos lácteos, licores, repostería, bollería, chocolate y suplementos nutricionales.

Desde el lado de la oferta, debe considerarse la hegemonía que han adquirido Brasil y Vietnam, que en el ciclo 2019/20 supusieron el 54% de la producción mundial. Entre 1990 y 2019 la producción mundial se multiplicó por 2,26, un incremento de 86,53 millones de sacos. Un 76% de ese aumento correspondió a ambos países, que conjuntamente aumentaron su producción en 65,50 millones de sacos²⁹. Vietnam y Brasil son, respectivamente, el primer y segundo productor mundial de café Robusta y Vietnam representa aproximadamente la mitad de todo el café Robusta que se produce a nivel mundial (Sacco dos Anjos *et al.*, 2011; Moran y Syvrud, 2018). A pesar del aumento del consumo de cafés de calidad en mercados maduros, una parte importante del incremento en la producción mundial se ha centrado en los cafés de rango inferior, un aumento destinado a satisfacer la creciente demanda de café en mercados como Asia, Próximo Oriente y Europa Oriental.

La irrupción de Vietnam y la creciente producción de la especie Robusta por parte de Brasil y de otros países como Indonesia e India ha provocado que la sobreoferta de este tipo de café sea incluso mayor que la de Arábica, y ha ampliado los diferenciales de precios entre Robusta y Arábicas en los mercados internacionales, que hasta mediados del decenio de 1980 eran relativamente pequeños (Duris, 2007). Tal diferencial se amplía durante los periodos de intensas alzas de precios como 1997 y 2009-2011, en los cuales la cotización del Robusta repuntó muy levemente (ver Gráfico 1.4).

1.4.4 Financiarización de la economía, mercados especulativos y mayor volatilidad de los precios

Hemos visto cómo la desaparición de las cuotas de exportación que asignaba el AIC dio paso a un mercado más desregulado con mayores oscilaciones anuales de los precios. El análisis sobre la inestabilidad de los precios debe incluir el de la volatilidad a corto plazo, entendida como la medida estadística de las fluctuaciones diarias y/o mensuales de los precios. Existen causas ajenas a la financiarización de la economía, algunas ya señaladas, que afectan fuertemente a la volatilidad de los precios: factores meteorológicos, catástrofes naturales,

28 En Francia, a partir de los años 50, se hizo muy popular la bebida comercializada bajo la marca comercial Ricoré, elaborada con café y achicoria. Posteriormente su consumo se extendió a otros países como España.

29 Cálculos elaborados a partir de los datos de la página web de la ICO (http://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics, consultada el 29/9/2021)

conflictos políticos o bélicos y huelgas portuarias. Pero en este apartado nos interesa centrarnos en la creciente interacción entre la economía financiera y los precios del café.

La financiarización de los mercados de materias primas y productos agrícolas ha generado un crecimiento en los volúmenes de negociación enormemente superior al de la producción. Existe una creciente interacción entre los mercados de materias primas y productos agrícolas y el sistema financiero. La progresiva conexión entre activos financieros y no financieros, entre los precios de las commodities³⁰ y los índices financieros, y entre mercados de diferentes regiones del planeta, ha intensificado la volatilidad en el corto plazo de las cotizaciones de las commodities (Newman, 2009b; Frenk y Turbeville, 2011; Valiante y Egenhofer, 2013).

Los productos financieros derivados, en los que el valor de los activos que se negocian depende del valor de otro activo, al que se llama activo subyacente, empezaron a desarrollarse durante la década de 1860 en Chicago, donde se negociaban, entre otros productos primarios, los cereales del Middle West de los Estados Unidos. El transporte se llevaba a cabo solamente por vía fluvial, y al helarse los ríos en invierno los granos cosechados en otoño no se podían vender hasta la siguiente primavera. Cuando llegaba la primavera, los agricultores ofertaban sus stocks en el mercado, lo que provocaba una fuerte caída de los precios. Para paliar la problemática, la Oficina Comercial de Chicago acordó poner a la venta los granos antes de la cosecha. Al no poder ser entregados, los agricultores no exigían el pago inmediato y se conformaban con pactar con el comprador un contrato que estipulaba la cantidad objeto de compraventa, el precio y la fecha de envío (Setem, 1999).

Durante muchas décadas la operativa sobre materias primas en los mercados financieros estuvo restringida a actores del sector agroalimentario, pero a partir de los años 1980 escaló a niveles muy superiores tanto en volumen de negociación como en la cantidad de inversores intervinientes, con lo que sus índices de precios pasaron a estar correlacionados con las variables macroeconómicas. En el decenio de 1980 ya se tenían evidencias de la relación entre los precios de las commodities y las variables macroeconómicas, particularmente las variables monetarias (Batten y Belongia, 1986; Gilbert, 1989). Los precios de las materias primas agrícolas se ven afectados por los cambios en los tipos de interés, que juegan un papel importante en los modelos de ajuste de la cartera de valores, en los que los inversores se mueven entre commodities, bonos y dinero con arreglo a las alteraciones en los tipos de interés (Palaskas y Varangis, 1989). En 1994, a raíz de una acusada caída en los precios de la deuda pública estadounidense, los fondos de inversión invirtieron masivamente en materias primas, y el café ocupó un lugar preferencial ya que su precio se estaba elevando por el abandono de muchas explotaciones durante la crisis precedente y el aumento del consumo en Europa del Este. La

30 Se entiende por commodity una materia prima o producto agrícola que no ha sufrido un proceso de transformación, de características homogéneas y tipificadas, que puede ser objeto de compra y venta. Son bienes con bajas barreras de entrada a nuevos competidores y con dificultades para ser diferenciados por los consumidores.

desregulación de los mercados financieros mundiales y particularmente estadounidenses a partir de la década de 1990, así como las nuevas oportunidades de comercio electrónico desde el año 2007, intensificaron la entrada de nuevos especuladores institucionales, para los que los futuros sobre las commodities son un activo financiero equiparable a cualquier otro, comparables a los valores de renta fija, renta variable o los bienes inmobiliarios, y toman posiciones en función de sus análisis de riesgo y rendimiento. Con las sucesivas desregulaciones han sido alentados a invertir cientos de miles de millones de dólares en novedosos índices con la expectativa de obtener altos rendimientos (Domanski y Heath, 2007; Doyle *et al.*, 2007).

Durante la crisis económica del periodo 2008-2013, la volatilidad en los mercados de commodities escaló a cifras superiores a los de las dos décadas anteriores, particularmente para los productos agrícolas. La conexión entre los precios de estos productos y los índices financieros también quedó asentada en niveles superiores a los de los veinte años precedentes, y los fondos de inversión, fondos de pensiones (vinculados ambos tipos de inversores mayoritariamente a bancos comerciales) y otros inversores institucionales y privados pasaron a mostrar mayor preferencia por incluir las commodities en su cartera de activos (Valiante y Egenhofer, 2013; Lombardi y Ravazzolo, 2016). Debido a la acusada volatilidad en sus precios, en determinadas coyunturas las materias primas y los productos agrícolas están entre los activos que ofrecen mayores rendimientos a corto plazo, aunque comporten mayores riesgos, por lo que se convierten en una inversión esencial en la cartera de activos de los inversores, que intentan equilibrar rentabilidad y riesgo entre los diferentes activos que componen la cartera (Mukherjee, 2011). La correlación negativa que existe entre los precios de las commodities y los precios de activos financieros como los bonos y las acciones constituye un atractivo adicional para los inversores, ya que consiguen diversificar la cartera de activos y reducir los riesgos (Bargawi y Newman, 2009).

Dentro de los mercados donde se negocian commodities se encuentran los mercados de productos financieros derivados. Los agentes que suscriben este tipo de contratos buscan cubrirse ante los riesgos o cambios que puedan producirse en el futuro en el mercado, u obtener una ganancia especulativa por la diferencia entre precio de venta y de compra. Dichos mercados vienen desempeñando en las últimas tres décadas un papel central en la fijación de los precios de las commodities y en su volatilidad. Existen evidencias consistentes de que cuanto mayor es el volumen de actividad en los mercados de productos financieros derivados, más se exacerba la volatilidad en los precios de los mercados al contado, y de que mayor liquidez en los mercados especulativos no conduce a estabilizar los precios en valores más acordes con los fundamentos del mercado físico, que son la oferta, la demanda y el volumen de inventarios (Ghosh *et al.*, 2012; ICO, 2019b). Los mercados de café no han sido una excepción en este proceso.

El café se negocia en los mercados de commodities y queda encuadrado dentro de la categoría denominada soft commodities, de origen agrícola, ganadero o forestal, en contra-

posición a las hard commodities, procedentes de la minería o actividades extractivas. Existen tres categorías de contratos del café: contratos al contado o en efectivo; contratos para transacciones con una fecha futura establecida, también llamados contratos a plazo; y contratos de futuros. Los precios al contado se fijan en transacciones de compra y venta de café físico, y cada contrato hace referencia a un origen, calidad, flete y destino específicos. El contrato a plazo se establece para entregar o recibir una determinada cantidad de café en una fecha futura señalada y a un precio determinado.

Cuando la transacción que tiene por objeto entregar o recibir café en el futuro está organizada y regulada por una bolsa reconocida, con contratos plenamente estandarizados, para una cantidad y calidad de café que debe ser entregada en un lugar específico y a una fecha determinada, y con la garantía de una cámara de compensación, el mismo se denomina contrato de futuros sobre el activo subyacente. En un contrato de futuros las dos partes contratantes son un buscador de cobertura y un especulador. Los primeros transfieren la exposición a fluctuaciones en los precios a los segundos a cambio de una prima de riesgo. Los especuladores proporcionan la liquidez que permite encontrar contrapartes a los buscadores de cobertura. Los contratos de futuros quedan englobados, igual que las opciones, los forwards y los swaps, dentro de la categoría de los productos financieros derivados.

En los mercados de futuros los precios son una síntesis de los fundamentos del mercado físico y de factores técnicos tales como coberturas de riesgos, proyección de tendencias y señales que puedan desencadenar nuevas tendencias: condiciones meteorológicas en los principales países productores, nivel de floración de las plantas de café en los tres principales países productores, factores geopolíticos, hipótesis acerca de cómo evolucionarán la oferta y la demanda, tipos de cambio del dólar en relación a las monedas de los países productores, precio del petróleo, etc.

A diferencia de los contratos a plazo, los contratos de futuros no conducen necesariamente a la entrega del café físico. Aunque teóricamente podrían implicar su entrega física, ello raramente ocurre (Ponte, 2002b), ya que los derechos que otorgan tales contratos se negocian a diario y son objeto de nuevas transacciones que, de nuevo, en la mayoría de las ocasiones no conllevan la entrega del café físico contemplado en el contrato. En realidad, el ánimo de la mayoría de inversores que participan en los mercados de futuros no es comprar o vender café. Los contratos de futuros no suponen la propiedad sobre ninguna commodity real, sino que son una apuesta sobre la dirección en la que se moverá el precio de la mercancía (Cao *et al.*, 2010).

Un especulador que vende un contrato de futuros está en posición corta, que es una apuesta por una bajada de precios en el futuro. Si esa venta no queda compensada posteriormente por una compra equivalente de futuros, el especulador se verá obligado a entregar el producto real. Si la previsión de bajada de precios que hizo anteriormente acaba cumpliéndose, obtiene una ganancia derivada de comprar a un precio inferior al que vendió anteriormente. A la

inversa, un comprador que compra un contrato de futuros, se dice que está en posición larga, que implica confianza en una subida de precios. Si no adquiere una posición equivalente de venta, al término del contrato estará obligado a aceptar la entrega real del café. Si adquiere la posición de venta, y se confirma su pronóstico de subida del precio, obtendrá un beneficio equivalente a la diferencia entre el precio de venta y el precio al cual compró. Generalmente los operadores eligen la opción de cancelar la obligación de comprar o vender mediante transacciones compensatorias, especialmente cuando son actores ajenos al mundo del café. Si un especulador negociara futuros con la intención de utilizar el café para cumplir con una obligación de entrega, incurriría en un riesgo elevado ya que los operadores de futuros no conocen las características del café hasta que tiene lugar la entrega, aun cuando la calidad esté estipulada en el contrato, con lo que podría darse fácilmente que acabara entregando un café inadecuado para las obligaciones contractuales del comprador (ITC, 2011a).

Los mercados de futuros presentan ventajas evidentes para los especuladores. En el mercado físico difícilmente se puede estar en una posición corta, ya que para vender el café previamente se debe tener la propiedad sobre él. En los mercados de futuros no existe esta condición *sine qua non*. Otra ventaja es el apalancamiento que permiten estos mercados: usualmente sólo se necesita hacer efectivo en torno al 15% del valor nominal del contrato, con lo que se pueden tomar posiciones cuyo importe supere hasta en 6,6 veces el desembolso inicial.

Adicionalmente la progresiva sustitución de contratos a plazo de precio fijo (Fixed-price-forward Contracts) por Contratos con precio a determinar (Price to be fixed Contracts) ha ayudado a cimentar la mayor influencia de los precios de futuros sobre los precios a los que se intercambia físicamente el café (Newman, 2009a). En los contratos con precio a determinar, la cantidad, la fecha de entrega y el precio diferencial están especificados, pero el precio final al cual el café debe ser intercambiado depende de la cotización en los mercados de futuros en la fecha en que se determine dicho precio final. Para los traders³¹ internacionales y las multinacionales del tostado y procesado de café, los precios fijados en los mercados de futuros de Nueva York y Londres son la referencia primordial utilizada en la fijación de precios en los contratos de café físico.

Hasta 1989, las fluctuaciones en los precios habían sido un fenómeno intrínseco a las características del mercado del café, causada por la rigidez de las curvas de oferta y demanda, por las cambiantes condiciones meteorológicas en las zonas productoras de Brasil o afectaciones de plagas y enfermedades que afectaban a Brasil y Colombia, y por el decalaje de tres o cuatro años que existe entre la siembra de nuevos cafetos y el momento en el que empiezan a dar frutos, más otros dos o tres años adicionales hasta que las plantas llegan al máximo de

31 Término con el que en el sector del café se designa a las empresas que exportan café verde en origen para destinarlo a aquellos países donde será procesado y vendido al consumidor final o reexportado. Es frecuente que gracias a su red de intermediarios adquieran café cereza o pergamino que, una vez transformado en café verde, está en formato disponible para ser exportado.

su rendimiento. Aun así, el AIC que rigió entre 1962 y 1989 tuvo la virtud de estabilizar los precios si se compara con lo acaecido en décadas posteriores, lo cual desincentivó la participación de los especuladores financieros en los mercados derivados. El único factor que originó alteraciones sustanciales en los precios externos del café colombiano hasta el año 1989 fueron las heladas acaecidas en el sur de Brasil en los años 1975 y 1984 (ver Gráfico 1.5).

La entrada de capitales especulativos en la negociación de materias primas agrícolas ha tenido un gran impacto en la contratación del café. Hasta la segunda mitad de los 80s, la mayoría de los participantes en los mercados de futuros del café eran traders y tostadores que buscaban cobertura contra las repentinas oscilaciones en los precios. La introducción de nuevas modalidades de productos financieros derivados en 1986, en el mercado de Nueva York, y la no renovación del AIC en 1989, hicieron que la mayoría de inversores pasaran a ser especuladores financieros sin ninguna conexión con la compra y venta de café físico. La consecuencia fue que el precio del café pasó a estar estrechamente vinculado a los mercados de futuros (Talbot, 1996 y 2002; Newman, 2009a).

En 1980, la cantidad de café que se negociaba en los mercados de futuros equivalía a aproximadamente cuatro veces el café comercializado en los mercados físicos. A principios de los años 1990s, la ratio se movía entre once y doce (Marlin, 1993; van Dijk et al., 1998), y en el año 2006 a diecinueve (Pelupessy, 2007). En el año 1992, en la New York Coffee Sugar and Cocoa Exchange se negociaron 621 millones de sacos de café verde. En el mismo año, las exportaciones mundiales ascendieron a 55 millones de sacos, una cifra 11,3 veces inferior al café negociado en el mencionado mercado financiero (Kaplinsky y Fitter, 2004). Desde el ciclo 2001/02 hasta el 2018/19, el volumen de contratación en los mercados de futuros de Nueva York y Londres se incrementó en un 500% (ICO, 2019a), en tanto que la producción mundial creció un 60%. El progresivo desequilibrio entre el volumen de dinero negociado en los mercados especulativos y en los mercados físicos ha propiciado que los precios diarios del café dependan fundamentalmente de los mercados de futuros. Por otra parte, el creciente número de inversores y la consiguiente mayor liquidez en este tipo de mercados ha extremado las oscilaciones en los precios del café y otros productos básicos (Giovannucci y Juárez, 2006; Pérez Ramírez, 2006; Maurice y Davis, 2011; Samper, 2012; Jurado, 2015; Oxfam Intermón, 2018; Jaffee, 2014).

Las fluctuaciones de los precios se han hecho más pronunciadas en el corto plazo. En un análisis de la volatilidad medida como la desviación típica de las variaciones diarias, calculada para cada mes desde enero de 1980 hasta agosto del 2005, ICO (2005b) observa que entre 1980 y 1989 la volatilidad fue reducida. Tomando el umbral del 2% como indicativo a partir del cual se considera que existe una elevada volatilidad en el curso de un mismo mes, concluye que a partir de 1989 los precios se vuelven más volátiles, y la tendencia se acentúa a partir del año 2000.

La variabilidad mensual en los precios nominales del café, que en el periodo 1981-1988

fue del 14,8%, entre 1990 y 1997 pasó a ser del 37%. En términos reales, los respectivos porcentajes fueron 15,7% y 36,9% (Gilbert, 1998)³². En 1998-2000 la volatilidad nominal mensual escaló hasta el 43% (Ponte, 2002a). En el periodo 2000-2011, la volatilidad mensual aumentó respecto al periodo 1990-1999 en tres de los cuatro grupos de café, con la excepción de la categoría Arábicas Brasileños y Otros Arábicas Naturales (ICO, 2011)³³. La mayor volatilidad diaria y mensual no implicaba una mayor volatilidad anual, más ligada a los fundamentos de producción, stocks y consumo, pero sí tenía una fuerte repercusión sobre los productores, obligados a cerrar sus contratos al precio de cada momento. Aun así, los precios del café fluctuaban anualmente en mayor medida que otros cultivos. Entre 1986 y 2002, la volatilidad media anual de los precios del café fue, en relación a otras commodities: algo superior al aceite de palma, el doble que la del maíz y el trigo, y el triple que la de la carne de ternera (UNCTAD, 2009b).

En este contexto de alta volatilidad en los precios, y dadas las características de las plantas de café mencionadas con anterioridad, los productores se ven obligados a tomar sus decisiones productivas a la vista de lo que esperan que sean los precios del café con un decalaje de varios años en el futuro. Pero el creciente volumen de dinero gestionado por los especuladores y el grado de apalancamiento con el que pueden operar en determinados productos de los mercados derivados, aunado a que actúan sobre la base de una serie de señales desencadenantes (trigger signals), no necesariamente ligadas a la situación real de la oferta y la demanda y a menudo erráticas, induce una reacción desproporcionada a informaciones provenientes de los principales países productores. La proyección de tendencias y la interpretación de las señales que puedan afectar en el futuro a los mercados se han convertido en causas determinantes de la evolución de las cotizaciones (Pelupessy, 2007; Hicks, 2018). Entre las señales desencadenantes de fuertes movimientos especulativos se encuentran los informes sobre café que emiten el United States Department of Agriculture (USDA), la Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) de Brasil y la International Coffee Organization (ICO). En un análisis del periodo comprendido entre los años 2004 y 2014, Silveira *et al.* (2017) han demostrado que el impacto de la publicación de los informes de los tres organismos sobre la volatilidad de los precios de los contratos de futuros es proporcionalmente mayor que los efectos estacionales de cómo avanza la cosecha en los principales países productores. La influencia sobre la volatilidad es particularmente fuerte cuando suministran información tras los periodos de floración de las plantas de café en Brasil, Vietnam y Colombia y antes de la cosecha en estos tres países.

Movimientos puntuales en los precios pueden atraer nuevos especuladores que siguen las tendencias, los cuales exacerban las desviaciones de los precios respecto al valor basado en

32 El autor mide la volatilidad como la desviación estándar de los precios diarios respecto a los promedios mensuales logarítmicos de los precios.

33 En este caso medida como el diferencial entre los precios del mercado de contado y el precio de los mercados de futuros.

los fundamentos del mercado, ya que la mayor parte de los especuladores utilizan software de análisis de tendencias basados en modelos matemáticos similares (Marlin, 1993; Gilbert, 2010; Giovannucci, 2010). El efecto que se genera es que las rápidas e intensas oscilaciones en el precio son porcentualmente mucho más elevadas que las variaciones estacionales en los volúmenes globalmente ofertados, almacenados y demandados de café (Perezgrovas, s/f; Crowe, 1997; Setem, 1999; Hicks, 2018; Oxfam Intermón, 2018). En 1993, la recién constituida Asociación de Países Productores de Café anunció un plan de retención sobre las exportaciones de café con el objetivo de hacer remontar los precios, en descenso desde el año 1989. El mero anuncio generó un mayor aumento en los precios que la propia retención (Gilbert y Brunetti, 1998).

En ocasiones, una afluencia grande y repentina de fondos financieros actúa para desestabilizar los precios en beneficio de intereses a corto plazo relacionados con la especulación en índices donde se negocia con la volatilidad de los precios. Los actores que participan en los mercados financieros individualmente no tienen capacidad de alterar los precios, pero un grupo de especuladores que actúen coordinadamente sí que pueden afectarlos significativamente (Pelupessy, 2007; Newman, 2009a y 2009b; Frenk y Turbeville, 2011). En algunas etapas de alta volatilidad en los precios, como sucedió en el año 1995, los productores han denunciado que las bajadas de precios durante aquel año obedecían a movimientos especulativos en los mercados financieros y no a los fundamentos del mercado: hacía tres años que, en promedio anual, la demanda mundial excedía a la producción en 12 millones de sacos; las existencias de café en los países importadores, desde el máximo alcanzado en el año 1992, no habían cesado de disminuir año tras año, y lo continuaron haciendo hasta 1996³⁴; la cosecha mundial 1995-96 se estimaba un 6% inferior a la anterior y se preveía como la más reducida desde el ciclo 1986-87; se pronosticaba una cosecha brasileña con un descenso del 32% respecto a la anterior; y entre octubre de 1994 y marzo de 1995 las exportaciones mundiales habían disminuido en un 9,5%. Ni los fundamentos del mercado ni las expectativas sobre su evolución justificaban las bajadas de precios que se produjeron (Renard, 1999). En un sistema tan altamente financiarizado, no se puede afirmar que la oferta y la demanda asignen eficientemente los recursos a través de unos precios que con frecuencia fluctúan al margen de los fundamentos del mercado.

La mayoría de los productores de café no participan en los mercados de futuros y no obtienen beneficio de su existencia. Incluso antes de la masiva irrupción de los fondos especulativos, cuando la función esencial de los mercados derivados era la cobertura de riesgos, éste no era un objetivo al alcance de los pequeños productores, que frecuentemente no disponen de los mecanismos para operar en los mercados financieros (Neilson y Pritchard, 2009). Para amplios sectores de agricultores en numerosos países, los segmentos más pobres o menos organizados, la negociación del café en las Bolsas de Valores no les transmite mejor las seña-

34 Para la evolución de los stocks mundiales de café, ver la página web de la ICO (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/4a-inventories.pdf>), consultada el 15/9/2021)

les del mercado ni crea las condiciones necesarias para que tengan acceso a los mercados de forma más sostenible y con mejor remuneración (Ferris *et al.*, 2006; Jurado y Bartra, 2012). Diferentes estudios abogan por la necesidad de una mayor regulación y de poner límites al volumen de negociación en los mercados derivados, así como de limitar el porcentaje de contratación que llevan a cabo los inversores que no comercian físicamente (Newman, 2009a; Poitras, 2009; De Schutter, 2010; Ghosh *et al.*, 2012; Maurice y Davis, 2011). Clapp y Helleiner (2012) apuntan la prioridad de implantar mayor regulación en Estados Unidos, cuyos mercados derivados de productos agrícolas básicos son los mayores del mundo por volumen de contratación.

Las Bolsas de referencia son Nueva York para el café Arábica y Londres para el Robusta. La cotización del café en ambos mercados tiene una dilatada trayectoria. En 1870 se fundó la New York Cotton Exchange (NYCE), y en 1882 se creó la New York Coffee Exchange, que en 1979 pasó a ser la New York Coffee, Sugar and Cocoa Exchange (CSCE). En 1998 la NYCE adquirió la CSCE. En el año 2004 la NYCE y la CSCE se fusionaron formalmente bajo el nombre de New York Board of Trade (NYBOT). En el 2007 la New York Board of Trade fue absorbida por la InterContinental Exchange (ICE), una plataforma basada en internet que fue fundada en el 2000 con el propósito de facilitar la contratación de commodities con menores costes y mayor liquidez. Tras su admisión a Bolsa en el año 2005 inició una fase de fuerte expansión, en la que fue estratégica la adquisición de la NYBOT. En el mercado resultante de la fusión se negocian contratos de materias primas y productos agrícolas básicos. Es la Bolsa donde se negocia más volumen de café a nivel mundial. En el año 2012, ICE presentó una oferta de compra por la NYSE Euronext, compuesta por las Bolsas de Valores de diferentes plazas europeas, y en noviembre del 2013 se completó la adquisición (ITC, 2011a; Popper, 2013; Moran y Syvrud, 2018).

Los contratos de futuros sobre café Robusta se empezaron a negociar en la London Commodity Exchange (LCE) en 1975. En 1996, la London International Financial Future and Option Exchange (LIFFE) se fusionó con la London Commodity Exchange (LCE), con lo que a los contratos sobre divisas y tipos de cambio se añadió la contratación sobre primeras materias agrícolas. En el año 2001, LIFFE quedó integrada en la Bolsa Europa Euronext, y en el 2007 Euronext se fusionó con la New York Stock Exchange, creándose la NYSE Euronext. El mercado de futuros sobre commodities de Londres, Euronext Liffe, pasó a denominarse NYSE Liffe. Al ser absorbida la NYSE Euronext por ICE en el 2013, la NYSE Liffe de Londres adquirió el nombre de ICE Futures Europe (ITC, 2011a; Moran y Syvrud, 2018). El resultado final es que los dos mercados de negociación de café hegemónicos a nivel mundial son ICE Futures U.S. y ICE Futures Europe, para el Arábica y el Robusta respectivamente.

A lo largo del tiempo otras Bolsas de Valores fueron incorporando la contratación de café. En la mayoría de los casos su alcance siempre ha estado más restringido a inversores nacionales, aunque las conexiones que algunas establecieron con los mercados de Nueva York

y Londres facilitaban cerrar un mayor número de operaciones cuando en el mercado local no había suficiente liquidez (Neilson y Pritchard, 2009; ITC, 2011a; Clara, 2017). Aun así, sus niveles de contratación y de liquidez siguen siendo extraordinariamente menores que en los mercados ICE Futures U.S. y ICE Futures Europe. A continuación, se expone una relación de los diferentes mercados de contratación de café que se han ido creando, y una breve descripción de cómo han evolucionado:

- en el año 2007 ICE llevó a cabo una tentativa fallida de adquisición de la Chicago Board of Trade (CBOT), fundada en 1848. En ese mismo año la CBOT se fusionó con la Chicago Mercantile Exchange (CME), y se creó el CME Group, el mercado con mayor volumen mundial de negociación sobre productos agrícolas básicos; en marzo del 2008, CME Group compró NYMEX Holding, casa matriz de la New York Mercantile Exchange (NYMEX), donde se negociaban futuros sobre el café Arábica desde diciembre del 2006; la contratación de café en la CME NYMEX fue disminuyendo paulatinamente hasta hacerse nula desde principios del año 2017³⁵; las cotizaciones en CME NYMEX estaban ligadas a las de ICE, pues utilizaba el precio diario de cierre o settlement price de ICE para marcar posiciones en su propio mercado; no obstante, así como los contratos de futuros sobre el café del mercado ICE contemplan la entrega física (delivery-settled contracts), los contratos que se negociaban en el CME excluían esa posibilidad (cash-settled contracts o financially-settled contracts)
- en Brasil, la Bolsa de Valores, Mercadorias&Futuros de São Paulo (BM&FBOVESPA), el mayor mercado de derivados de Latinoamérica, era el resultado de la fusión, en 2008, de la BM&F, creada en 1985, y Bovespa Holding, en la que se negocia café Arábica; en el año 2008, CME Group y BM&FBOVESPA establecieron una alianza para la distribución mundial de los productos BM&F a través de CME Globex, la plataforma creada en 1992 que fue pionera en la contratación electrónica de futuros; en junio del 2017, la Comisión de Bolsa y Valores de Brasil aprobó el cambio de la razón social de BM&FBOVESPA a B3 S.A. - Brasil, Bolsa, Balcão³⁶; aunque es el mercado que ha llegado a tener unos mayores volúmenes de contratación tras Nueva York y Londres, desde el 2008 dicho volumen ha seguido una trayectoria claramente descendente (The World Bank, 2015)
- en Japón, el Agricultural Product & Sugar Market de la Tokyo Commodity Exchange, Inc. (TOCOM), hasta febrero del 2013 denominado Tokyo Grain Exchange (TGE), admite negociación tanto de Arábica como de Robusta; por otra parte, la Osaka Grain Exchange, instaurada en 1952, en 1993 se fusionó con la Osaka Sugar Exchange y

35 Ver la página web de la Chicago Mercantile Exchange Inc (https://www.cmegroup.com/media-room/press-releases/2006/12/20/nymex_to_introducesixsoftcommodityfuturescontracts.html, consultada el 11/01/2021)

36 Ver la página web de la B3 S.A.-Bolsa, Brasil Balcão (http://www.b3.com.br/pt_br/regulacao/oficios-e-comunicados/bm-fbovespa/, consultada el 11/01/2021)

la Kobe Grain Exchange, para constituir la Kansai Agricultural Commodities Exchange, que a su vez en 1997 se fusionó con la Kobe Raw Silk Exchange, y pasó a denominarse Kansai Commodities Exchange (KEX), donde estaba admitido a negociación el contrato Kansai Coffee Index futures, referenciado a las liquidaciones del mercado de Tokyo, y con liquidación únicamente financiera, sin entrega de producto físico (cash-settled); posteriormente, en el 2006 absorbió la Fukuoka Commodities Exchange, y finalmente en el 2013 cambió su nombre por el de Osaka Dojima Commodity Exchange (ODEX)³⁷

- en Singapur, la Singapore Exchange Ltd (SGX) en el año 2008 completó la adquisición de la Singapore Commodity Exchange Ltd (SICOM); en abril del 2010 incorporó la negociación del contrato SGX de café Robusta, pero con escasa actividad desde sus inicios, y la contratación quedó inactiva en noviembre del 2012³⁸
- en Vietnam, la Buon Ma Thuot Coffee Exchange Centre (BECE) fue creada en el año 2008, en la ciudad de Buon Ma Thuot, capital de la provincia de Dak Lak, como un mercado al contado para entrega física de café Robusta, y en el 2011 recibió la autorización para operar futuros; por otra parte, la Vietnam Commodity Exchange (VNX) se fundó en el año 2010 en la ciudad de Ho Chi Minh, conectada con los mercados de Londres y Singapur; ambos mercados tenían admitida la negociación de contratos de futuros sobre café Robusta, pero quedaron inactivos por el escaso volumen de negociación, puesto que los grandes productores y traders potencialmente interesados en ellos ya operaban en la Bolsa de Londres (The World Bank, 2015); el BECE fue impulsado de nuevo en el 2015 bajo el nombre de Buon Ma Thuot Coffee and Commodity Exchange (BCCE), conectado con otros mercados de commodities y con el propósito de que los productores pudieran vender café en el mercado de Londres; en junio del 2018, el Ministerio de Industria y Comercio de Vietnam emitió la licencia No. 486/GP-BCT que permitía transferir la operativa de la Vietnam Commodity Exchange (VNX) a la Mercantile Exchange of Vietnam (MXV), con sede central en Hanoi, que en agosto del mismo año inauguró oficialmente el mercado centralizado de negociación de commodities para todo el territorio vietnamita, el cual brindó nuevas oportunidades de cobertura y arbitraje a través de la conexión con los mercados ICE Futures Europe e ICE Futures US, e incluyó la negociación de café Arábica, aun siendo su producción en Vietnam residual y enormemente inferior a la de Robusta; su apertura implicó el cierre definitivo del mercado BCCE de Buon Ma Thuot, con lo que el mercado MXV de Hanoi permanece como el único de Vietnam donde se negocian commodities (Thi Nhung *et al.*, 2020)

37 Ver la página web de la Osaka Dojima Commodity Exchange (<https://www.odex.co.jp/english/>, consultada el 13/01/2021)

38 Información facilitada por Jessie Ng Kim Bo, del Departamento de Productos Financieros Derivados de la Singapore Exchange Ltd

- en la India hubo varios intentos fallidos de establecer mercados de futuros sobre el café con un volumen que los hiciera viables: el Coffee Futures Exchange of India (COFEI), en Bangalore, introdujo en 1997 la contratación de futuros tanto de Arábica como de Robusta, pero tras llegar a un pico de contratación en el año 2000, los niveles de actividad cayeron de forma pronunciada en los siguientes ejercicios, de forma que en agosto del 2005 la contratación cesó y el COFEI fue disuelto; el National Multi Commodity Exchange (NMCE), en Ahmedabad, lanzó contratos sobre futuros de Arábica y Robusta en febrero del 2005, aunque la contratación de Arábica duró poco tiempo, y la de Robusta fue relanzada en el 2007, pero igualmente fue abandonada debido a unos volúmenes de negociación escasos e irregulares, y en septiembre del 2018 NMCE fue absorbida por la Indian Commodity Exchange (ICEX); el National Commodities and Derivatives Exchange (NCDEX), en Mumbai, en abril del 2005 introdujo la contratación de futuros sobre Robusta con horarios compatibles con los del mercado londinense, si bien con niveles tan bajos que requirió ser relanzado en el 2007, para ser definitivamente clausurado en el 2008; finalmente, el Multi Commodity Exchange (MCX) de Mumbai, que llegó a concentrar el 72% de la contratación de commodities del país, dio inicio en enero del 2007 a la contratación de futuros sobre el café Robusta, estableció una alianza estratégica con el mercado de Londres y, tras unos primeros meses con elevadas cifras de contratos negociados, a partir de noviembre de ese mismo año la actividad cayó drásticamente y al año siguiente cesó la contratación de café (Neilson y Pritchard, 2009; The World Bank, 2015)
- en Costa de Marfil, en la Bourse du Café et du Cacao el volumen de actividad siempre ha sido residual (UNCTAD, 2005)
- en Indonesia, en 1999 se fundó el Jakarta Futures Exchange (JFX), que en el 2001 inició la negociación de café Robusta y aceite de plana, si bien al año siguiente fue suspendida la cotización debido a la escasa demanda por parte de los inversores; en diciembre del 2013³⁹ se admitió nuevamente la contratación de café Arábica y Robusta, conjuntamente con otras commodities (UNCTAD, 2005)
- en Uganda, en el año 1998 fue inaugurada la Ugandan Commodities Exchange (UCE), que a partir del 2002 ofrecía comercio físico de seis productos agrícolas básicos, uno de ellos el café; pocos años después fueron suspendidas las cotizaciones (UNCTAD, 2009a)
- la Ethiopia Commodity Exchange (ECX) se constituyó en el 2008 y ese mismo año inició la negociación de café, además de otras materias primas como sésamo y frijoles blancos, únicamente mediante contratos al contado; ha tenido como uno de sus cometidos principales hacer más rápidas y seguras las transacciones entre exporta-

39 Ver la página web de la Jakarta Futures Exchange (<https://www.jfx.co.id/en/product/kontrak-kopi-arabika>, consultada el 6/2/2021 y <https://www.jfx.co.id/en/product/kontrak-kopi-robusta>, consultada el 6/2/2021)

dores y productores, y presta servicios adicionales como ofrecer a los productores un almacén en Adís Abeba en el que guardar el café mientras negocian contratos para cerrar la venta de su café⁴⁰

Ha habido, pues, múltiples tentativas de instaurar mercados domésticos de contratación de café en los países productores. El examen de los continuos fracasos revela que siempre acaban siendo irrelevantes si no reúnen una serie de requisitos: una producción nacional lo suficientemente grande y que haya suficientes agentes interesados en participar en el mercado como para crear la suficiente liquidez, lo que se ha dado en pocos casos, como Etiopía y Brasil; pero incluso en el caso de Brasil, como quedó explicado, ha habido importantes descensos en el volumen de negociación. Adicionalmente, un factor que ayuda a la continuidad es que exista la posibilidad de practicar el arbitraje con los mercados de futuros de Nueva York y Londres (The World Bank, 2015). El panorama mundial de la fijación de precios, por lo tanto, está dominado fundamentalmente por los mercados de Nueva York y Londres, y de forma subsidiaria por algunos mercados de ámbito nacional con desiguales niveles de liquidez y contratación y mucha menor incidencia que los dos grandes mercados mencionados.

El café Robusta negociado en Londres (Robusta Coffee Future), fija el precio en dólares de Estados Unidos por tonelada métrica para lotes de diez toneladas, que deben ser entregadas en los meses de enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre. En el argot del sector, a cada uno de los meses habilitados para la entrega del café se le denomina posición. El café objeto del contrato puede ser de cualquier origen que esté disponible para ser exportado a cualquier destino. La calidad Class 1 se entrega al precio fijado por ICE Futures Europe, y otras calidades se entregan con las primas y descuentos establecidos en cada caso.

Respecto al café Arábica, que actualmente representa en torno al 57% del café que se comercia globalmente, el precio que fija el denominado Contrato C (Coffee “C” Futures) de la ICE de Nueva York se ha convertido en el precio de referencia mundial. Fija el precio en céntimos de US\$ por libra para lotes de café Arábica, verde y exportable de 37.500 libras (17.010 kilogramos), que se tienen que entregar en los meses de marzo, mayo, julio, septiembre o diciembre. El café objeto del contrato debe tener su origen en cualquiera de los siguientes veinte países: Brasil, Burundi, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, India, Kenia, México, Nicaragua, Panamá, Papua Nueva Guinea, Perú, República Dominicana, Ruanda, Tanzania, Uganda y Venezuela. De acuerdo con la calidad, hay un origen, Colombia, que cotiza con una prima sobre el precio de la Bolsa, otros doce países cotizan a la par, entre ellos México, y el resto con descuento. La Tabla 1.11. expone el diferencial que se aplica, respecto a la cotización de la Bolsa, para el café de cada uno de los veinte países.

40 Ver la página web sobre información económica The Africa Report (<https://www.theafricareport.com/8824/commodity-trading-the-market-is-the-message/>), consultada el 29/01/2021) y la revista online de información sobre el sector del café Perfect Daily Grind (<https://perfectdailygrind.com/2020/10/what-is-the-ethiopian-commodity-exchange/>), consultada el 25/2/2021)

Tabla 1.11. Diferenciales respecto a la cotización en Bolsa de los países incluidos en el Contrato C, 2020

PAÍS	PRIMA 400 puntos	A LA PAR	DCTO. 100 puntos	DCTO. 400 puntos	DCTO.600 puntos
Colombia	X				
Costa Rica		X			
El Salvador		X			
Guatemala		X			
Honduras		X			
Kenia		X			
México		X			
Nicaragua		X			
Panamá		X			
Papúa Nueva Guinea		X			
Perú		X			
Tanzania		X			
Uganda		X			
Burundi			X		
India			X		
Ruanda			X		
Venezuela			X		
Ecuador				X	
República Dominicana				X	
Brasil					X

Fuente: elaborado a partir de la página web de la Intercontinental Exchange (ICE) (<https://www.theice.com/products/15/Coffee-C-Futures>, consultada el 18/11/2020)

El café contratado tiene que tener como destino alguno de los ocho almacenes autorizados en los puertos de: Nueva York, Nueva Orleans, Hampton Roads (Virginia), Miami, Houston, Bremen/Hamburgo, Amberes y Barcelona. Como ocurre con los orígenes, también los puertos de destino implican diferenciales respecto al precio de Bolsa: Nueva York y Virginia cotizan a la par; Nueva Orleans, Miami y Houston tienen un descuento de 0,5 céntimos por libra; y a Bremen/Hamburgo, Amberes y Barcelona se les aplica un descuento de 1,25 céntimos por libra.

1.5 La cadena de valor y los problemas de los productores

1.5.1 Asimetrías en la cadena de valor

Según van der Ploeg (2008), en la medida en que un elemento esencial de la definición de la condición de campesino se refiere a la situación de pobreza y dependencia, ello apunta a la tendencia generalizada (especialmente en la actual economía globalizada) de términos de intercambio inequitativos y cada vez más desfavorables para los campesinos. La preocupación por los términos de intercambio condujo a los análisis de la cadena de valor, para

discernir qué mecanismos rigen los precios que se fijan entre actores de la cadena desde la materia prima hasta la distribución final.

El análisis precursor de la cadena de valor es el de la cadena de mercancías, desarrollado en el ámbito de la teoría de la dependencia con el objetivo de analizar la inclusión de los países en desarrollo en el comercio internacional (Montero, 2018). La cadena de mercancías se define como una red de procesos de trabajo y producción cuyo resultado final es un producto terminado (Hopkins y Wallerstein, 1986) o, alternativamente, como la serie de actividades implicadas en el diseño, la producción y la comercialización de una mercancía (Gereffi, 1999). La cadena de mercancías global consiste en conjuntos de redes interorganizacionales agrupadas en torno a una materia prima o producto, enlazando entre sí familias, empresas y países dentro de la economía mundo. Todas las unidades productivas reciben inputs que transforman en outputs. Su transformación de los inputs que resulta en outputs las ubica en una cadena de mercancías, o a menudo en múltiples cadenas de mercancías. Trazando la estructura de estas cadenas de mercancías, se puede rastrear la división e integración en curso de los procesos de trabajo y así monitorear el constante desarrollo y transformación del sistema de producción de la economía-mundo. La dirección predominante en los movimientos interzonales a lo largo de las cadenas de mercancías es de la periferia al centro. Esto se refleja en la asunción generalizada (y simplificada) de que las zonas periféricas producen mayoritariamente productos básicos y las zonas centrales productos industriales. Se puede distinguir entre un proceso productivo central (core-like), cuyas unidades productivas están localizadas en pocos países, y procesos productivos periféricos (peripheral), con unidades productivas en múltiples países. Dentro de una cadena de mercancías, se acumula más riqueza en el centro que en la periferia, ya que los países y las empresas del centro obtienen una ventaja competitiva trasladando las presiones propias de la competencia a las zonas periféricas de la economía-mundo (Hopkins y Wallerstein, 1994).

El marco conceptual de la cadena de mercancías permite precisar, tanto en el espacio como a través del tiempo, las características organizacionales y los cambios en los sistemas de producción transnacionales que apuntalan las estrategias competitivas de empresas y países. Gereffi (1994) establece tres dimensiones principales en las cadenas de mercancías: una estructura input-output, esto es, un conjunto de bienes y servicios unidos entre sí en una secuencia de actividades económicas que adicionan valor; territorialidad, entendida como la concentración o dispersión espacial de las unidades productivas en redes de producción y distribución; y estructura de gobernanza, es decir, las relaciones de autoridad y poder dentro de la cadena.

En relación con la estructura de gobernanza de las cadenas de mercancías que emergieron en la década de 1980, Gereffi (1994 y 1999), Gibbon (2001) y Daviron y Ponte (2005) distinguen dos tipos de cadenas: las impulsadas por los proveedores (producer-driven chains) y las impulsadas por los compradores (buyer-driven chains). La diferencia entre ambos tipos

de cadenas viene determinada por dónde se localizan las barreras de entrada que son cruciales. En las cadenas impulsadas por los productores, el capital, la tecnología y el conocimiento especializado son las principales barreras de entrada para que ingresen en ellas nuevos productores. Las cadenas impulsadas por los compradores son aquellas en las que grandes distribuidores minoristas, empresas poseedoras de marcas de prestigio y traders desempeñan el rol principal en la organización de redes de producción descentralizadas en numerosos países exportadores, frecuentemente ubicados en la periferia. Este patrón es habitual en procesos productivos relativamente intensivos en mano de obra. En estas cadenas las barreras de entrada vienen dadas por la prospección y el conocimiento de los mercados de consumo, el diseño y desarrollo del producto, las grandes cifras invertidas en el prestigio de la marca y en comercialización y marketing, y los sofisticados sistemas informatizados de gestión de suministros.

Desde los años 1980 se observa la tendencia, en los modelos de descentralización productiva de los procesos globales de fabricación, a que las cadenas impulsadas por los productores se vean desplazadas por las cadenas impulsadas por los compradores. Cada cadena tiene una fuerza o estructura de control. Se trata de una compañía o grupo de compañías que coordinadamente dominan la naturaleza, la extensión y el flujo de recursos al interior de la cadena. La(s) empresa(s) líder(es), actores clave de la cadena, habitualmente opera(n) en aquella parte de la cadena con las barreras de entrada más altas, menor competencia y mayores tasas de rentabilidad (Pelupessy, 2001; Kaplinsky, 2006). Simultáneamente proporcionan especificaciones sobre qué producir, a qué ritmo y en qué cantidad a un sistema descentralizado y muy competitivo de fabricantes-proveedores, generalmente ubicados en países del Sur. Este fenómeno desemboca en un proceso de terciarización: la creciente competencia en los procesos productivos desplaza a las empresas del Norte hacia la coordinación de su cadena de valor y a las fases de diseño, comercialización y marketing, y al concentrar sus esfuerzos en estas áreas resulta fácil para las empresas líderes de las cadenas subcontratar la manufactura (Gibbon, 2001; Sturgeon, 2011).

A partir de los años 2001 y 2002 el término cadena de mercancías queda subsumido en el de cadena de valor (Ponte, 2004; Bair, 2005; Gibbon *et al.*, 2008), que se ajusta con más precisión a la necesidad de analizar cómo se distribuye el valor entre los diferentes actores que participan en la cadena (Sturgeon, 2011). Kaplinsky (2006) considera que el análisis de la cadena de valor ofrece ciertos elementos fundamentales: un marco contable para trazar la acumulación de costes de los productos desde su concepción hasta su uso y reciclaje; un marco analítico que explica quién hace qué en la cadena, reflejando la dinámica de generación de ingresos a través de ella; al centrarse en la gobernanza y las relaciones de poder, la comprensión de los factores que impulsan la localización de la actividad; una estructura analítica que revela los patrones de distribución del ingreso que surgen en la cadena de producción-consumo; y un marco para analizar las diferentes posibilidades de mejora dentro de la cadena. En una cadena de valor, Ponte (2004) define las instituciones como las reglas me-

dian­te las que los actores con mayor poder subordi­nan a los demás agentes que participan en la cadena, mayormente a través del acceso a los mercados y a la información. Análogamente, Pérez Akaki (2007) utiliza el concepto de marco institucional como el conjunto de acuerdos, reglas, convenciones y organismos de los que se valen algunos participantes en la cadena de valor para ejercer su poder sobre el resto de agentes y así aumentar su participación relativa en los beneficios.

Según Bair (2005) surge una nueva corriente de análisis que dirige su enfoque analítico más hacia las lógicas sectoriales, con el riesgo de no poner la suficiente atención en los entornos institucionales y estructurales más amplios en los que se insertan las cadenas de productos básicos, lo que puede dificultar la comprensión de las dinámicas sociales y de desarrollo desiguales del capitalismo contemporáneo en el nexo global-local. Sturgeon (2011) solventa las debilidades que puede tener este nuevo enfoque dividiendo la categoría de la gobernanza en tres pilares de análisis: asimetrías de poder, factores determinantes de la coordinación entre actores y el papel de las instituciones en las relaciones entre los distintos actores. Asimismo emerge otra corriente de análisis sobre las posibilidades de que, al insertarse en cadenas globales de valor, pequeños productores logren un aprendizaje y ascenso (upgrading) que les permita una mayor captura de valor agregado mediante mejoras tecnológicas, mejoras en la calidad de los productos, procesos de learning-by-doing, un mayor grado de transformación (functional upgrading) o recurriendo a la diferenciación de sus productos (Gereffi *et al.*, 1994; Gereffi *et al.*, 2005; Kaplinsky, 2006; Sturgeon, 2011).

Los países del Sur se incorporan al mercado internacional en gran medida mediante la exportación de productos primarios, por lo que Gibbon (2001) añade en su análisis estos productos para señalar las complejidades y dificultades prácticas que se presentan al intentar conseguir incluso las más básicas mejoras dentro de la cadena de valor. Estos obstáculos para obtener mejoras dentro de la cadena de valor se deben a: políticas impuestas por los organismos financieros y de desarrollo internacionales, capacidad financiera extremadamente baja del sector público de los países en vías de desarrollo, ausencia de las características que se suelen atribuir a los clústeres industriales, tales como las economías de aglomeración, y la tendencia de los traders a minimizar su asociación y colaboración con los productores locales. El último punto amerita detenerse en él. Los traders basan su rentabilidad en comercializar grandes volúmenes, ya que los márgenes son reducidos. La necesidad de reducir los riesgos de suministro los lleva a diversificar sus fuentes de suministro entre países y entre materias primas, y para cubrirse de los riesgos relacionados con las fluctuaciones de los precios utilizan los mercados de productos financieros derivados, que a menudo se convierten en una fuente de beneficio en sí misma. Estas características conducen a una tendencia hacia un elevado grado de concentración, de tal manera que sólo un reducido grupo de traders controla grandes cuotas de mercado, y a una relación débil con los productores, respecto a los cuales les interesa tener poca dependencia, y tienen capacidad para ello por su posición oligopsonica. Simultáneamente consiguen altas rentabilidades minimizando los inventarios

pero manteniendo la capacidad de responder a las necesidades de proveimiento de las empresas transformadoras, lo que se consigue con un alto grado de conocimiento e información sobre los mercados.

Kaplinsky (2006) traslada las características expuestas sobre las cadenas de valor al caso del café, analizando cómo han respondido los productores a la evolución de los mercados. Por lo que respecta a la innovación de producto, la casi totalidad ha sido realizada por las empresas tostadoras y las empresas de la distribución. En algún caso, como las cápsulas Nespresso y las máquinas de café vinculadas a ellas de la empresa Nestlé, la mejora ha ido de la mano de nuevas tecnologías. En relación a los intentos por llevar a cabo un mayor grado de transformación (*functional upgrading*), determinados traders y empresas tostadoras han suplantado funciones que hasta finales de los años 1980 realizaban las instituciones nacionales del café y las organizaciones que agrupaban a los productores. Brandt (1991), Talbot (1997b) y Kaplinsky (2006) señalan que las tentativas de los productores de escalar hacia una mayor elaboración del café han topado con las políticas de aranceles progresivos en los países importadores, de forma notoria en la Unión Europea, acompañadas a menudo por acciones para limitar la competencia de las empresas tostadoras. De acuerdo con Montagut (1997) y Setem (1999), a mediados de la década de 1990 las tarifas arancelarias de la Unión Europea que se aplicaban a las importaciones de café eran del 4% para el café verde, 8,5% para el café verde descafeinado, del 13,8% para el café tostado y del 16,5% para el café tostado descafeinado. Este escalado de aranceles había conducido a que el café elaborado importado por la Unión Europea representase únicamente un 5% del total de las exportaciones de los países productores. En muchos casos, por lo tanto, más que haberse producido un proceso de mejora en la cadena de valor, se ha producido un empeoramiento, particularmente en los países del África subsahariana y de Centroamérica, que han sido afectados de una forma muy contundente por las crisis de precios, todo ello agravado por la eliminación de los servicios públicos de asesoramiento y acompañamiento técnico y comercial.

El deterioro de los precios reales explicado en el apartado 1.4 ha erosionado el valor de las exportaciones de café verde en relación al volumen global de negocio generado por el café. Al iniciarse los años 1990 los países productores ingresaban entre diez y doce mil millones de dólares USA por la exportación, sobre unas ventas minoristas mundiales del orden de 30.000 millones de dólares USA (Talbot, 1997a; Santos, 2001). A principios del siglo XXI, tal participación había descendido a 5.000 millones de dólares para unas ventas minoristas de 70.000 millones (ICO, 2003b; Hallam, 2004). Durante ese periodo de diez años las exportaciones mundiales de café verde aumentaron en unos veinte millones de sacos, lo que demuestra la severidad en el descenso de los precios en origen. Por el contrario, en el periodo 1990-2000, el valor de las exportaciones de café procesado por parte de los principales exportadores pasó de 372,7 a 1.105,7 millones de dólares (ver Tabla 1.14). Entre el ciclo 2010/2011, en una coyuntura de precios más altos tras unos años de fuertes ascensos en los precios del café, y el 2017/2018, las exportaciones mundiales oscilaron alrededor de los

20.000 millones de US\$, en tanto que en el año 2015 las ventas mundiales de la industria del café se calcularon en 200.000 millones de dólares⁴¹. En el año 2015 el valor de las exportaciones fue de 19.200 millones de dólares (Samper Gartner *et al.*, 2017; ICO, 2019a). Los países exportadores, en el mejor de los casos, han estado obteniendo un 10% de las ventas globales al consumidor final que genera la industria del café. En ese mismo año 2015, solamente en Estados Unidos la industria del café y su industria auxiliar liquidaron impuestos al gobierno federal y los gobiernos locales por valor de 28.000 millones de dólares⁴². Kaplinsky (2006) atribuye esta menor retención de valor añadido en los países productores a la abolición (cree que incluso se puede utilizar el término destrucción) de los organismos públicos nacionales con competencias en las producción y comercialización del café, como consecuencia de los programas de ajuste estructural.

Es pertinente analizar cómo se comportan los precios pagados a los productores y los precios que pagan los consumidores finales. Entre 1975 y 1993, el precio del café descendió un 18% en los mercados mundiales, pero se elevó un 240% para los consumidores finales en Estados Unidos (Morisset, 1997). Numerosos estudios señalan la tendencia a que caídas en los precios internacionales se vean poco reflejadas en los mercados finales, e incluso una asimetría en la transmisión de precios, ya que las alzas de los precios en los mercados frecuentemente sí que se transmiten a los precios finales (Morisset, 1997 y 1998; Perezgrovas *et al.*, 2001; Flores de la Vega *et al.*, 2002; Intermón Oxfam, 2002; Varangis *et al.*, 2003; Hallam, 2004; Bargawi y Newman, 2009). Por el contrario, en los precios pagados a los productores se observa la asimetría opuesta, ya que los descensos de los precios en los mercados internacionales repercuten con más amplitud y más rápidamente en los precios al productor que los aumentos de precios (Krivonos, 2004; Shepherd, 2004; Fafchamps y Vargas, 2008; Bargawi y Newman, 2009). El limitado acceso de los productores a la información sobre los mercados y el poder de mercado de intermediarios y traders han sido señalados como las causas del fenómeno (Vargas Vencis, 2006; Fafchamps y Vargas, 2008; Silveira *et al.*, 2017). Esto implica que los intermediarios y traders que compran el café a los productores pueden imponer condiciones contractuales más perjudiciales que las que indica el mercado en cada momento.

En la Tabla 1.12 se puede observar la evolución de los precios pagados a los productores en México, y los precios al detalle en los que han sido sus tres principales mercados de exportación entre el 2003 y el 2020: Estados Unidos, Bélgica y Alemania⁴³. Según la información

41 El cálculo depende de cómo se delimite el alcance de la industria. La National Coffee Association of USA (NCA) estimó en el año 2015, sólo para Estados Unidos, un impacto total de la industria del café de 225.200 millones de US\$. Ver los datos sobre impacto económico en la página web de la NCA (<https://www.ncausa.org/Research-Trends/Economic-Impact>, consultada el 18/01/2022). El centro de investigación de mercados Research and Markets cuantifica en 452.570 millones de dólares el mercado global de café en el año 2020 (https://www.researchandmarkets.com/reports/4904723/coffee-market-research-report-by-coffee-bean-1658714+-+Coffee+Market+Research+Report+-+Global+Forecast+to+2027+-+Cumulative+Impact+of+COVID-19&utm_exec=aagr282mtd, consultada el 12/2/2022)

42 Ver página web de la NCA.

43 Las cifras de exportación de café de México a la totalidad de países del mundo se han obtenido del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) de México (<http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/>

suministrada por el Departamento de Estadística de la OIC, los datos son recopilados en cada país por sus respectivos institutos de estadística o por los organismos nacionales que elaboran información sobre el sector del café, y se calculan promedios entre los diferentes precios resultantes de las diferentes calidades y los distintos ámbitos geográficos. En la tabla se han resaltado en color los valores máximo y mínimo de la serie para cada país.

Tabla 1.12. Precios al consumo en Alemania, Estados Unidos y Bélgica, y precios pagados al productor en México, 1990-2008 (en dólares por cien libras de café verde) (*)

	Alemania	Estados Unidos	Bélgica	México
1990	399	297	327	79,56
1991	384	281	292	86,56
1992	400	258	305	58,25
1993	362	247	278	79,31
1994	418	340	342	157,91
1995	502	404	488	162,79
1996	417	343	404	123,44
1997	403	411	398	136,12
1998	404	377	419	101,69
1999	342	343	355	80,90
2000	283	345	322	64,08
2001	263	309	300	53,98
2002	273	292	305	45,08
2003	318	292	360	64,02
2004	333	285	387	90,78
2005	406	326	410	139,03
2006	433	320	432	85,50
2007	469	347	491	90,91
2008	513	350	546	106,05

Fuente: elaboración propia con datos de ICO

(*) Se han destacado en color los valores mínimo y máximo de la serie para cada país

Los porcentajes de variación en los precios al consumo entre los años de mayor bonanza y los años en que la crisis es más aguda, oscilan entre un 95% para Alemania, un 82% para Bélgica, y un 44,21% para Estados Unidos. En México, por el contrario, la variación entre el momento más alcista y el año en que la crisis toca fondo es de un 261,11%. Las crisis de sobreproducción, por tanto, impactan de forma mucho más contundente en los precios al productor que en los precios pagados por el consumidor final. Es destacable además que los precios corrientes pagados al productor en México en el 2007 equivalieron a tan solo un 55,8% de los de 1995. Por el contrario en los países importadores vemos que a partir del año 2003, con más ímpetu en Alemania y Bélgica, los precios al consumo ascienden de forma ininterrumpida.

En relación a los precios pagados al productor, de acuerdo con Montero (2022) en aquellos países donde el sector privado controla en exclusividad la actividad cafetalera, los precios que se pagan al productor están por debajo del promedio del grupo de cafés al que pertenezca en cada caso el café del productor. Por el contrario, en los países donde la actividad cafetalera está bajo la regulación de un organismo o institución (en la actualidad, normalmente, paraestatal o semiautónomo), los precios pagados al productor están en línea con el promedio o lo superan. Tal es el caso de Costa Rica con el Instituto del Café, Colombia con la Federación Nacional de Cafetaleros o Guatemala con la Asociación Nacional del Café. Es importante subrayar que, para el caso de México, los organismos actualmente encargados de la cafeticultura, el Comité Nacional del Sistema Producto Café y la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, tienen una nula incidencia en las condiciones en las que los productores comercializan su café.

En la Tabla 1.13., a partir de los datos de la Tabla 1.12., se calcula para cada año de la serie y cada uno de los tres países importadores del café mexicano, por cuánto multiplican los precios al consumo los precios al productor. Se puede observar que, durante los periodos de crisis de precios por exceso de producción e inventarios respecto a la demanda, se exacerban los diferenciales entre precios al consumo en países importadores y precios recibidos por los productores. Están resaltados en color varios años en los que el valor del ratio es más elevado, que coinciden con periodos bajistas de precios del café verde en los mercados mundiales. Ello nos indica que en ciclos de precios bajistas existen escollos para que los descensos se trasladen plenamente a los consumidores finales.

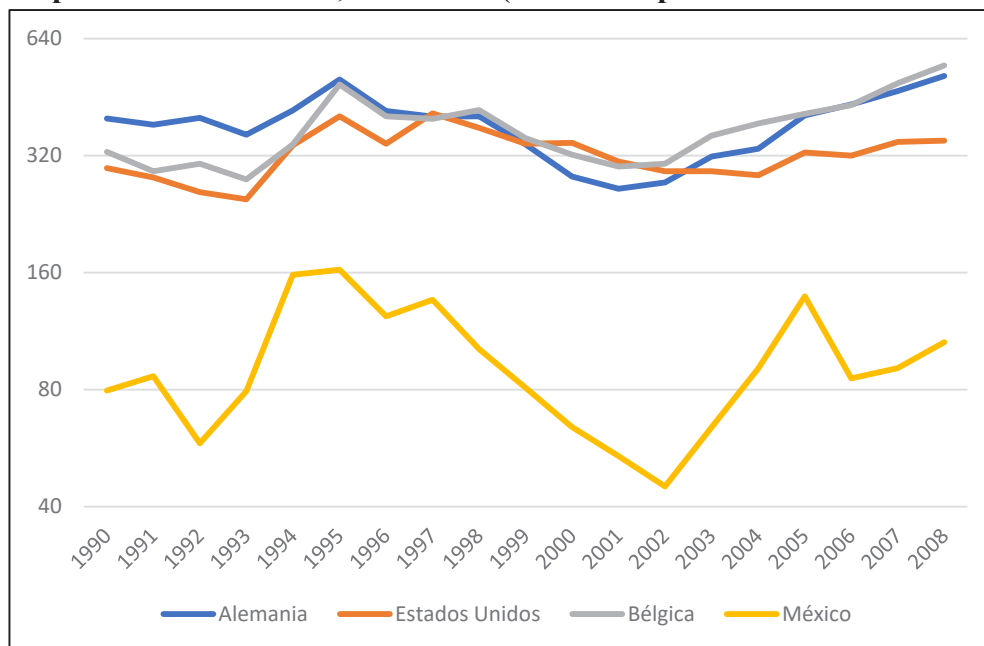
Tabla 1.13. Ratio de los precios al consumo en Alemania, Estados Unidos y Bélgica en relación a los precios pagados al productor en México, 1990-2008 (*)

	Alemania/México	Estados Unidos/Méx.	Bélgica/México
1990	5,02	3,73	4,11
1991	4,44	3,25	3,37
1992	6,87	4,43	5,24
1993	4,56	3,11	3,51
1994	2,65	2,15	2,17
1995	3,08	2,48	3,00
1996	3,38	2,78	3,27
1997	2,96	3,02	2,92
1998	3,97	3,71	4,12
1999	4,23	4,24	4,39
2000	4,42	5,38	5,02
2001	4,87	5,72	5,56
2002	6,06	6,48	6,77
2003	4,97	4,56	5,62
2004	3,67	3,14	4,26
2005	2,92	2,34	2,95
2006	5,06	3,74	5,05
2007	5,16	3,82	5,40
2008	4,84	3,30	5,15

Fuente: elaboración propia

(*) Están resaltado en color diversos años en los que el valor del ratio se hace más elevado

Gráfico 1.8. Precios al consumo en Alemania, Estados Unidos y Bélgica, y precios pagados al productor en México, 1990-2008 (en dólares por cien libras de café verde)



Fuente: elaboración propia con datos de ICO

El Gráfico 1.8 expone la evolución señalada en estos cuatro países. Se verifica de nuevo que en las crisis de sobreproducción las caídas de los precios pagados al productor son mucho más pronunciadas que las de los precios pagados por los consumidores. Bajo estas circunstancias, la industria procesadora tiene mucha mayor capacidad para apropiarse valor a partir de las oscilaciones de los precios en los mercados que los productores, pues la industria transformadora puede transmitir los aumentos de precio al siguiente eslabón de la cadena y no se ve obligada a transmitir plenamente los descensos.

Daviron y Ponte (2005) calcularon, para el café de Tanzania vendido en Italia y en Estados Unidos durante el ciclo 1999/2000, el porcentaje del precio de venta final que retenían los productores. En el café vendido en supermercados en Italia, la parte del precio final que recibieron los productores osciló entre el 4,7% y el 3,9%. Respecto al café vendido en Estados Unidos, a los productores les correspondió alrededor del 4% del precio final. Para el café servido en cafeterías, en ambos casos el porcentaje que fue a parar a los productores se situaba en torno al 1%. Según Gresser y Tickell (2002), si en 1984 el café verde representaba el 64% del precio de venta final en Estados Unidos, en 2001 el porcentaje había descendido al 18%.

La amplitud del diferencial, particularmente en periodos de crisis de precios, entre precios al consumo en países importadores y precios al productor en países productores es lo que algunos autores (Mendoza, 2002; Krivonos, 2004; Daviron y Ponte, 2005; Bacon *et al.*, 2008; Muñoz Rodríguez *et al.*, 2019) han denominado “la paradoja del café”: elevados precios en cafeterías, hoteles, restaurantes y otros puntos de venta en los países compradores, y precios pagados a los productores en mínimos históricos; constantes incrementos en el consumo de café, acompañados de la rápida expansión de cadenas de cafeterías, y crisis periódicas en los países productores.

Ello nos remite a tres cuestiones: la tendencia hacia la terciarización que se ha experimentado en el sector agroalimentario; las desiguales relaciones de poder sobre las que se han construido la cadena de suministro global del café, causada por la elevada concentración y poder de mercado en las fases finales de la cadena de valor; y la capacidad de generar y comercializar valores intangibles asociados a las marcas o al know-how sobre comercialización minorista en el extremo final de la cadena.

En el conjunto del sector agroalimentario se ha dado un proceso de terciarización, según el cual el coste de la materia prima pierde relevancia frente a las fases de transformación, distribución, comercialización, publicidad y marketing. Este proceso se asienta en el cambio de jerarquía dentro de la cadena de valor que acompaña la globalización de los sistemas agroalimentarios, que ha inducido una transición en los mercados y capitales, de manera que el eje dominante se ha trasladado de la producción a la distribución. La construcción de valor a partir de las materias primas agrícolas incorpora cada vez más una serie de servicios relacionados con la continua evolución de la demanda. Los actores presentes en la fase de producción agropecuaria, por lo tanto, pierden importancia respecto a los ubicados en las

fases de procesamiento, comercialización y distribución. Una de las consecuencias es que al mismo tiempo que existe un creciente interés en el análisis de mercados, la prospección de nuevos nichos de mercado y el estudio de los cambios de hábitos de los consumidores, la remuneración por la producción de materias primas agrícolas continuamente decrece (Jansen y Vellema, 2004; de Souza y Barbosa, 2011; Sánchez Juárez, 2015).

El sector del café no ha sido una excepción en los fenómenos que han afectado globalmente a la interacción entre los productores agropecuarios y una agroindustria crecientemente concentrada en pocas empresas. El poder de mercado de las empresas multinacionales que controlan fases estratégicas de la cadena de valor como son el tueste, el molido, la elaboración de cafés solubles, y los gastos relacionados con la comercialización, publicidad y marketing, se vio reforzado por innovaciones técnicas que se empezaron a desarrollar en el decenio de 1990 y que permiten a los tostadores sustituir cafés procedentes de determinados países por otros con similares propiedades de aroma y sabor (Varangis *et al.*, 2003; ITC, 2011a). La más importante de estas innovaciones técnicas ha consistido en la mezcla de diferentes granos de cafés. La mayoría del café tostado y molido que se consume actualmente en los países importadores se elabora a partir de la mezcla de diferentes orígenes, lo que facilita a las empresas lograr el mencionado objetivo de reducir al mínimo la dependencia de cada uno de los países productores: se consigue una cierta uniformidad del producto final que asimismo compensa las variaciones estacionales en el aroma y sabor de los diferentes granos de café, y posibilita suplir unos cafés por otros en función de los precios relativos o si se presentan problemas de disponibilidad. Esto permite que los tostadores tengan poca dependencia de traders y países de origen, ya que alterando la composición de las mezclas pueden obtener perfiles de sabor similares con cafés de distintas procedencias (Renard, 1999; Daviron y Ponte, 2005). El aumento en el nivel máximo de sustituibilidad (el que no provoca alteraciones apreciables de aroma y sabor en la taza) sobre el contenido total del café puesto a disposición de los consumidores ha sido estimado desde un 5% a finales de los años 1970, anteriormente a las innovaciones técnicas aplicadas, hasta un 18% (Bartra *et al.*, 2011). La capacidad para reemplazar cafés de unas procedencias por otras dificulta el promocionar orígenes específicos como elemento de diferenciación (Kaplinsky y Fitter, 2004). Esto ocurre con un producto que permite un amplio margen para la diferenciación porque puede presentar características muy diferentes atendiendo a su origen.

Desde la década de 1980, el centro de gravedad de la cadena de valor se ha desplazado de la producción al consumo y de los acopiadores e intermediarios locales a tostadores y distribuidores finales, un proceso que se ha denominado terciarización del café (Bartra *et al.*, 2011). El proceso de concentración empresarial que ha tenido lugar desde la década de 1980 ha generado un mercado oligopólico en el que se gastan elevadas sumas de dinero en publicidad. A principios de los años 1990 la empresa tostadora francesa Maison du Café, filial de la neerlandesa Douwe Egberts, destinó cincuenta millones de francos franceses (unos nueve millones de dólares) a la promoción de un solo producto: L'OR (Marlin, 1993). Mediante

las campañas publicitarias las mayores corporaciones persiguen conseguir una diferenciación artificial. En la distribución del café, las grandes superficies y cadenas de descuento han incrementado su poder de mercado gracias a la creación de sus propias marcas, y se disputan el mercado de consumo final con las transnacionales tostadoras y solubilizadoras. La combinación de barreras de entrada materiales y semióticas (prestigio de la marca, embalaje, precio, etc.), suprime las características de commodity del café y lo convierte en un producto no estandarizado, agregando valor a un café que con frecuencia es de baja calidad (Goodman, 2008; Rodríguez, 2014; Giacalone *et al.*, 2016; Panhuysen y Pierrot, 2018). Esta llamada terciarización ha ocasionado que, de entre los costes que conforman el precio final del café, componentes como los salarios vinculados a las últimas fases de la cadena de valor, marketing, embalaje, costes de transporte y distribución, etc., representen una parte del precio mucho mayor que el propio café (Lewin *et al.*, 2004).

El control de los eslabones finales de la cadena de valor del café se refleja en qué países o regiones son los mayores exportadores de café tostado. En el año 2010, los estados productores sólo reunieron el 1,5% de las exportaciones mundiales de café tostado, y únicamente el 7,6% de sus exportaciones de café tuvieron la forma de café elaborado, si bien dicho porcentaje había ascendido un 40% en relación al año 2000 (ITC, 2011a). En la Tabla 1.14. se detallan los diez principales países exportadores de café tostado y su participación conjunta en el total mundial de exportaciones de café tostado.

Tabla 1.14. Principales países exportadores de café tostado, 1990-2018 (en miles de dólares estadounidenses)

PAÍS	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2018
Suiza	3.313	11.197	24.438	126.069	1.227.599	2.023.796	2.343.546
Italia	76.170	202.007	256.302	534.381	920.669	1.363.553	1.655.323
Alemania	187.281	323.771	265.301	464.884	894.115	1.226.641	1.486.896
Francia	16.692	23.395	32.606	71.166	301.077	688.090	1.143.369
Países Bajos	25.017	56.152	27.186	107.340	291.115	445.578	739.727
Estados Unidos	48.017	147.047	190.545	278.099	586.081	761.796	693.525
Canadá	9.172	22.725	92.581	105.124	273.065	434.651	423.005
Polonia	s.d.	6.427	43.857	43.048	186.491	486.276	321.294
Gran Bretaña	7.065	9.665	25.281	38.731	131.900	290.309	299.687
Bélgica	s.d.	s.d.	147.633	248.473	359.655	468.572	275.245
TOTAL 10 PAÍSES	372.727	802.386	1.105.730	2.017.315	5.171.767	8.189.262	9.381.617
% S/TOT. MUNDIAL	55,38%	58,02%	75,82%	77,23%	83,50%	82,29%	83,79%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de FAOSTAT (<https://www.fao.org/faostat/es/#data/TI>, (consultado el 25/11/2020))

Previamente a la supresión del AIC, las multinacionales tostadoras ya estaban aumentando su poder de mercado a través de la publicidad y la consolidación de sus marcas. Pero su influencia en la cadena de valor global topaba con límites gracias al sistema de cuotas y a los

controles gubernamentales de los países productores sobre las exportaciones y los stocks. En el régimen posterior a 1989, el poder de negociación de los operadores con sede en los países compradores les permite ejercer su dominio hacia arriba en la cadena de suministro al haber desaparecido la mayoría de instituciones nacionales que tenían competencias sobre el sector del café, o haber sido substituidas por otras con menores atribuciones.

El dominio de las multinacionales se ejerce en particular sobre los productores y sus gobiernos, y se ha producido la transición desde una producer-driven chain a una buyer-driven chain, más específicamente una roaster-driven chain (Ponte, 2002a; Daviron y Ponte, 2005; Goodman, 2008; Bezbourah, 2012). Hasta finales de la década de 1980, los productores de café y los estados productores retenían más de un tercio del importe de las ventas finales de café, y aproximadamente la mitad del excedente total disponible. Posteriormente las empresas transnacionales consolidaron su control sobre los productos básicos y empezaron a utilizar su poder de mercado para aumentar su participación tanto en los ingresos como en los beneficios (Talbot, 1997a), en consonancia con su creciente poder oligopólico. Diversos estudios han determinado la capacidad de las empresas multinacionales, tanto traders como procesadoras, de fijar precios (Salinas, 2004; Echavarría Soto *et al.*, 2014; Canet *et al.*, 2016; Villegas, 2019).

El persistente y amplio diferencial entre precios al productor y precios al consumidor⁴⁴, en México incitó a la coordinadora de pequeños productores de café mexicanos CNOC a proponer al Secretario de Agricultura la implantación de un mecanismo que vinculase los precios al consumidor en México con los precios pagados al productor también en México, en un momento (finales de la pasada década) en que una parte relevante de la producción ya se estaba vendiendo en el mercado interno. De esta forma trataban de replicar el poder de mercado de las grandes empresas en algunos eslabones de la cadena de valor (Celis, 2019b).

1.5.2 Concentración oligopsónica y oligopólica

Las tendencias de signo contrario en los precios en origen y en los precios al consumo, o la diferente intensidad con que los precios aumentan y disminuyen en ambos extremos de la cadena, deben relacionarse con el poder que tienen los diferentes actores participantes desde la producción del grano hasta el consumidor final. En el inicio y el final de la cadena encontramos millones de productores y cientos de millones de consumidores que son precio-aceptantes. Entre ambos extremos hay agentes que acaparan cuotas de mercado muy notables. En la Tabla 1.15. se observan los volúmenes exportados por las principales corporaciones comercializadoras de café verde (traders) y su participación sobre el total mundial en el año 1998.

44 Sobre los reducidos precios pagados a los productores mexicanos por la industria procesadora, ver <http://www.e-tlaxcala.mx/nota/2019-02-05/nacional/el-cafe-en-veracruz-es-pagado-por-nescafe-tan-solo-6-pesos-el-kilo-nacional> (consultado el 7/5/2019)

Tabla 1.15. Exportación de café verde de las principales empresas comercializadoras y cuota de mercado, 1996

EMPRESA	VOLUMEN EXPORTADO (miles de sacos de 60 kg.)	% S/TOTAL MUNDIAL
Neumann Kaffee Gruppe	12.922	16
Volcafe Holding	10.499	13
Cargill	4.846	6
Ecom Agroindustrial / Grupo Esteve	4.822	6
J. Aron & Co.	4.038	5
ED & F Man	3.231	4
Louis Dreyfus Company	2.450	3
Mitsubishi	2.423	3
TOTAL 8 EMPRESAS	45.231	56
TOTAL MUNDIAL	80.243	100

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ICO y van Dijk et al. (1998)

Esta enorme cuota de mercado, el 56% sobre el total mundial en 1996, resultaba de procesos de fusión y adquisición iniciados ya en los años 1980 y que prosiguieron en las siguientes décadas. También se vio favorecida por las numerosas quiebras de traders que se produjeron con posterioridad a 1989, cuando muchas empresas de comercio internacional del café no supieron adaptarse al nuevo contexto de gran volatilidad en los precios (Marlin, 1993). El fenómeno de las fusiones y adquisiciones se inició en los países anglosajones, donde los mercados bursátiles tienen un mayor peso en la financiación de las empresas. Hasta mediados de los años 1980 las absorciones quedaban restringidas a los territorios nacionales (Delapierre, 1996), pero a partir de la siguiente década los procesos de concentración adquirieron una escala global. En Estados Unidos, la desregulación de las políticas de defensa de la competencia en la década de 1980 durante el mandato de Ronald Reagan y un menor rigor en la aplicación de las leyes antimonopolio, favorecieron la oleada de fusiones y adquisiciones, que tuvieron una particular incidencia en el sector agroalimentario (Constance y Heffernan, 1994). En Europa igualmente se relajó la aplicación de la legislación sobre defensa de la competencia con respecto a algunas operaciones de concentración empresarial. Fue lo que ocurrió con la fusión de Dowe Egberts y Van Nelle. El Comisario para la Competencia de la Comunidad Económica Europea planteó objeciones a la fusión, ya que la empresa resultante pasaba a controlar el 74% del mercado holandés y por tanto la operación infringía la legislación sobre monopolios. La Comunidad Económica Europea acabó aceptando la fusión a finales de 1990, tras veinte meses de deliberaciones.

Algunas absorciones fueron destacables por la envergadura de la operación. En 1981 Goldman Sachs absorbió J. Aron&Co., firma especializada en el comercio de metales y café y que en aquel momento era uno de los dos principales traders de café de Estados Unidos (Moynihan, 2011). Cargill se convirtió en uno de los mayores importadores de café del mundo cuando en 1984 adquirió ACLI Coffee, que a su vez estaba entre los principales importa-

dores de café de Estados Unidos. Más tarde, en el año 2000 Cargill vendió su división de café a ECOM Agroindustrial Corporation / Grupo Esteve, una empresa entre las más importantes comercializadoras de café de Europa. Neumann, un gran trader, en 1988 se convirtió en el número uno mundial tras tomar el control de Bernhard Rothfos, el más grande importador de Europa (Talbot, 2004). En 1997 Tchibo absorbió a su competidor Eduscho, con lo que además de consolidar su liderazgo en Alemania, se posicionó en varios países del este de Europa⁴⁵. En el año 2004 ED & F Man adquirió Volcafe, de forma que se afianzó entre los primeros comercializadores mundiales de café verde⁴⁶. Todas las corporaciones multinacionales referidas son grandes comercializadores de un amplio abanico de productos agrícolas básicos, y la mayoría están especializadas en productos agrícolas tropicales.

En los años 1990, la capacidad de los países productores de gestionar su propio café se fue debilitando. Esto fue aprovechado por los traders para posicionarse en el sector exportador de los países productores, de manera que fueron extendiendo su control hacia atrás en la cadena de valor a ámbitos que hasta entonces habían estado bajo la tutela de los estados. La presencia de sus empresas filiales en los países productores les permitió empezar a tener influencia en las políticas cafetaleras de los países productores. En particular, las filiales presionaron contra la cooperación entre países productores para controlar las exportaciones, y se colocaron en una posición muy favorable para subvertir cualquier restricción a las exportaciones que los países productores intentaran implantar (Talbot, 2004).

En el siglo XXI el dominio de mercado de los principales traders ha quedado algo más repartido por el ascenso de los que no figuraban entre los ocho principales expuestos en la Tabla 1.15, cuyo aumento de cuota de mercado ha ido en detrimento de Neumann y Volcafe. Se observa también una recomposición de las cuotas entre las empresas que dominaban el mercado en los años 1990. En la Tabla 1.16 se aprecian cuáles eran las cuotas de mercado en el año 2012, tras la mencionada redistribución de porcentajes de mercado.

45 Ver la web de información sobre negocios Reference for Business (<https://www.referenceforbusiness.com/history2/83/Tchibo-GmbH.html>, consultada el 20/12/2020)

46 Ver las páginas web de ED&F Man (<https://www.edfman.com/new-about-us#event-volcafe>, consultada el 22/12/2020) y de Volcafe Holding (<https://volcafespecialty.com/our-history/>, consultada el 22/12/2020)

Tabla 1.16. Cuota de mercado de las principales empresas comercializadoras de café verde, 2012

EMPRESA	% S/TOTAL MUNDIAL
Neumann Kaffee Gruppe	12
Ecom Agroindustrial / Grupo Esteve	9
Olam Group	7
Louis Dreyfus Company	6
Volcafe Holding	6
Noble Resources Trading	4
Sucafina	3
Armajaro Trading	3
Mercon Trading	2
TOTAL 9 EMPRESAS	52

Fuente: George (2013)

Puede verse que la cuota conjunta había disminuido en cuatro puntos porcentuales respecto al año 1996. Un hecho destacable es que emergían empresas cuya sede central no estaba en países de Europa o Norteamérica, como Noble, con oficinas centrales en Singapur, y Mercon, radicada en Emiratos Árabes Unidos. El proceso de fusiones y adquisiciones tuvo continuidad. En noviembre del 2013, Armajaro Holdings Ltd. anunció que vendía su división de commodities a Ecom Agroindustrial⁴⁷, lo que permitió a esta empresa con sede en Suiza escalar hasta la segunda posición del ranking por volumen de actividad. Continuaban siendo empresas que comercializan un amplio abanico de materias primas agrícolas, y no agrícolas en algún caso. Algunas de ellas disponían de una oferta de commodities muy extensa. El portafolio de Olam Group incluía: café, cacao, especias, frutos secos, lácteos, granos básicos y arroz, azúcar, edulcorantes, aceite de palma, fibras naturales, productos derivados de la madera, caucho y fertilizantes. También había desarrollado otras líneas de negocio como el de alimentos envasados y servicios financieros (George, 2013).

La posición oligopólica de los grandes traders en los países importadores se transformó en un dominio oligopsónico en los países productores. A principios del siglo XXI, el 52% de la exportación de café de Honduras estaba controlada por cinco empresas, dos de ellas propiedad de Neumann Kaffee Gruppe y Volcafe Holding (Hernández Navarro, 2004). Las filiales en Costa Rica de Neumann Kaffee Gruppe, Volcafe Holding y ECOM Agroindustrial Corporation / Grupo Esteve / Atlantic Specialty Coffee, en el año 2013 controlaban el 68% de las exportaciones de café verde (López Porras, 2014). En el estado mexicano de Chiapas, principal estado productor del país, Agroindustrias Unidas de México (AMSA), S.A. de C.V., filial de ECOM Agroindustrial Corporation / Grupo Esteve / Atlantic Specialty Coffee, adquiere en torno al 80% del café verde producido (Rodríguez, 2014).

⁴⁷ Ver el portal de información sobre café, té y cacao Comunicafe (<https://www.comunicafe.com/global-ecom-agroindustrial-acquires-armajaro-trading-limited/>, consultado el 1/5/2023)

En el mercado de los cafés procesados, las empresas que llevan a cabo las fases finales de la cadena de transformación del café disponen de barreras de entrada y tienen suficiente poder de mercado como para no tener que trasladar a los precios de venta las bajadas en los precios en origen, o hacerlo en un porcentaje menor. En este segmento el grado de concentración en el año 1996 era incluso mayor que en el sector de los traders, como puede apreciarse en la Tabla 1.17.

Tabla 1.17. Distribución de la comercialización mundial de café tostado e instantáneo por empresas, 1996

EMPRESA	VENTAS (miles de millones USD)	% S/TOTAL MUNDIAL
Nestlé	6,4	25
Philip Morris / Kraft / Jacobs Suchard	6,2	24
Sara Lee / Douwe Egberts	1,9	7
Procter & Gamble	1,8	7
Tchibo	1,6	6
Resto	8,1	31
TOTAL MUNDIAL	26,0	100

Fuente: elaboración propia a partir de datos de van Dijk *et al.* (1998) y Ponte (2002a)

En la tabla se puede ver que las cinco corporaciones enumeradas controlaban casi el 70% del mercado mundial de café procesado. Asimismo, los cuatro primeros grupos empresariales relacionados en la Tabla 1.17 controlaban conjuntamente más del 60% del mercado de los 25 países del mundo con mayor consumo de café (Talbot, 2004). En Estados Unidos, sumando sus ventas a las de Starbucks, tenían una cuota de mercado del 80% (Pelupessy, 2007). En los 17 países que suponían el 70% del consumo mundial, se confirma el liderazgo y el poder de mercado de las firmas transnacionales incluidas en la Tabla 1.17. Nestlé, que en el año 2021 tenía empleadas 276.000 personas (Nestlé, 2022), era el número uno en los mercados de Reino Unido, Japón, Australia, Portugal y China. Philip Morris/Kraft/General Foods/Jacobs Suchard lideraba los mercados de Estados Unidos, Francia, Suecia y Canadá. Sara Lee/Douwe Egberts ocupaba el primer lugar en Países Bajos, Bélgica y Brasil. Tchibo ostentaba el liderazgo en Alemania, Austria, Polonia, Hungría y República Checa (Daviron y Ponte, 2005). En Países Bajos, Sara Lee/Douwe Egberts tenía una cuota de mercado del 70%, y su inmediato seguidor, Albert Heijn, un 12%; las cuatro primeras empresas controlaban más del 90% del mercado (Pelupessy, 2007).

Tabla 1.18. Compras de café verde de las principales empresas procesadoras y porcentaje sobre el total mundial de exportaciones, 2012

EMPRESA	COMPRAS (millones de sacos de 60 kg)	% S/TOTAL MUNDIAL EXPORTACIONES
Kraft Foods	13,5	12,45
Nestlé	12,8	11,80
Sara Lee	8,5	7,84
JM Smucker	5,5	5,07
Elite	3,5	3,23
Tchibo	2,8	2,58
Starbucks	2,7	2,49
Lavazza	2,4	2,21
Melitta	2,0	1,84
Segafredo Zanetti	1,9	1,75
Aldi	1,8	1,66
Resto	51,0	47,07
TOTAL MUNDIAL	108,4	100,00

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ICO (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PD-F/2a-exports.pdf>, consultado el 06/05/2023) y George (2013)

La Tabla 1.18. indica cuáles eran las principales empresas procesadoras de café en el año 2012, su volumen de compras de café verde en términos físicos y qué porcentaje representaron los respectivos volúmenes sobre el total de exportaciones. Asumiendo que existe correlación entre el volumen de compras de café verde y las ventas de café procesado, respecto a los datos de 1996 detallados en la Tabla 1.17 se puede ver que las cuotas del mercado mundial de las empresas con mayor volumen de actividad estaban repartidas entre más empresas.

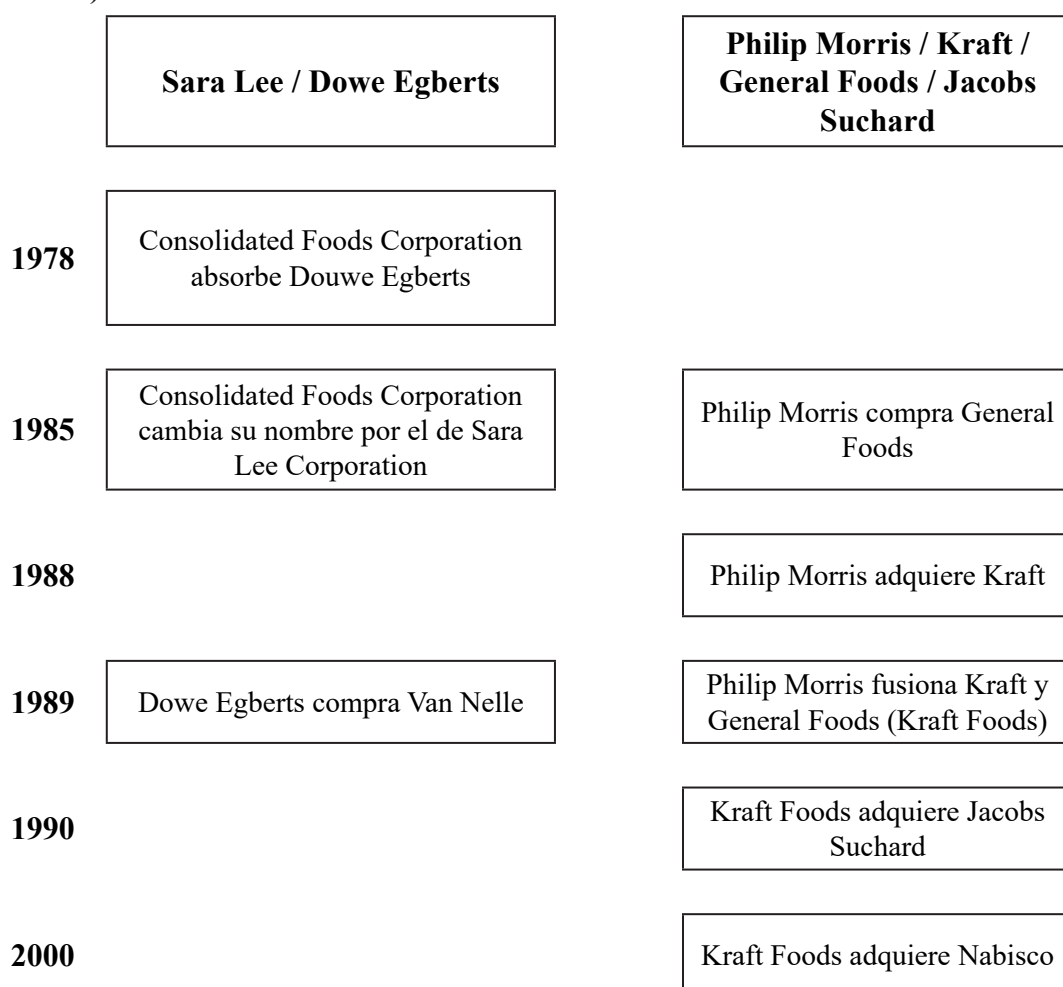
A diferencia del cultivo del café, que es intensivo en mano de obra, el tueste, la descafeinización y la solubilización son procesos intensivos en capital que requieren poca mano de obra. En el mercado del café instantáneo, las altas exigencias de capital que demandan sus procesos de elaboración hacen que sea un subsector difícilmente accesible para las pequeñas y medianas empresas (Mwandha *et al.*, 1985). Es un mercado dominado por dos transnacionales, Nestlé y Philip Morris/Kraft/General Foods/Jacobs Suchard. Una u otra, o ambas conjuntamente, se hallan presentes en cualquier mercado importante del mundo, y en algunos grandes mercados existe una tercera gran corporación, como Procter&Gamble en Estados Unidos (Renard, 1999). La marca Nescafé de Nestlé fue lanzada por primera vez el 1 de abril de 1938 en Suiza⁴⁸, impulsada por un acuerdo de colaboración con el gobierno de Brasil que tenía como finalidad generar valor añadido para los excedentes de café (Muñoz Rodríguez *et al.*, 2019). En el 2009, las ventas de Nescafé se elevaron a 10 billones de francos suizos (9,23 billones de dólares USA), y la compañía estimaba que cada minuto se consumían en todo el

⁴⁸ Ver la historia de esta marca en la página web de Nestlé (<https://www.nestle.com/aboutus/history/nestle-company-history/nescafe-75-years>, consultada el 25/07/2022)

mundo 276.000 tazas de Nescafé (Nestlé, 2010). En el año 2021 la cifra había ascendido a 330.000 tazas cada minuto (Nestlé, 2022) y la marca era vendida en 190 países⁴⁹.

En la industria del tueste, al igual que lo ocurrido con los comercializadores de café verde, igualmente se han producido fusiones y adquisiciones entre empresas que ya poseían importantes cuotas de mercado. Un caso elocuente es el de la corporación Philip Morris. En 1984, ante la perspectiva de un descenso de sus ventas en el sector tabacalero, esta multinacional con la sede central en Estados Unidos decidió diversificar sus actividades y giró la vista hacia el sector alimentario (Renard, 1999), de tal manera que inició un proceso de adquisiciones que no tiene parangón en el sector en cuanto al volumen de capitales movilizados. La Figura 1.1. permite seguir la evolución de las corporaciones Philip Morris y Sara Lee, que acaban convergiendo en el año 2015 en un conglomerado transnacional que le disputa a Nestlé el liderazgo mundial del café tostado.

Figura 1.1. Trayectorias de las corporaciones Sara Lee y Philip Morris hasta su fusión (1975-2020)



⁴⁹ Ver la página web de Nestlé (<https://www.nestle.com/media/news/euromonitor-nescafe-ranked-number-3-among-top-100-megabrands>, consultada el 25/07/2022)

2010

Kraft Foods adquiere Cadbury

2011

Sara Lee se escinde en una empresa de productos cárnicos, con sede en Estados Unidos, y una especializada en café y té, Dowe Egberts, con sede en Países Bajos

2012

Dowe Egberts cambia su nombre por el de D.E. Master Blenders 1753

Kraft Foods Inc. cambia su nombre por el de Mondelēz

2013

Un grupo de inversores alemanes, liderados por Joh A. Benckiser, compra el 100% de las acciones de D.E. Master Blenders 1753

2015

La Comisión Europea aprueba la fusión, anunciada el año anterior, de los negocios de café de D.E. Master Blenders 1753 y Mondelēz, bajo el nombre Jacobs Douwe Egberts. La empresa resultante queda bajo control de la corporación alemana JAB Holding

2015

A finales del año 2015 JAB Holding adquiere Keurig Green Mountain Inc, el acuerdo de mayor importe dinerario en la historia del sector del café

2020

JAB Holding, propietaria de las multinacionales del café y té Jacobs Dowe Egberts y Peet's Coffee&Tea, decide fusionarlas

Fuentes: Véanse las páginas web de Douwe Egberts (<https://www.douwe-egberts.com/>, consultada el 16/1/2021), de Mondelēz (<https://www.mondelezinternational.com/About-Us/Who-We-Are/Our-History>, consultada el 16/1/2021), del diario Financial Times (<https://www.ft.com/content/3b20fe7a-9ced-11e5-b45d-4812f209f861>, consultada el 16/1/2021), de la colección archivística de Dowe Egberts, Heritage Center (<https://www.heritagecenter.info/en/history>, consultada el 16/1/2021), del portal de información sobre economía finanzas.com (https://www.finanzas.com/empresas-y-directivos/un-imperio-alimentado-por-la-cafeina-y-el-credito_13783008_102.html, consultada el 16/1/2021), del diario New York Times, (<https://www.nytimes.com/1985/09/28/business/philip-morris-to-buy-general-foods-for-5.8-billion.html> y <https://www.nytimes.com/1988/10/31/business/kraft-being-sold-to-philip-morris-for-13.1-billion.html>, consultada el 16/1/2021) y de la página de información sobre historia empresarial Funding Universe (<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/kraft-jacobs-suchard-ag-history/>, consultada el 16/1/2021)

La absorción de Jacobs Suchard por Kraft Foods fue la mayor compra, hasta la fecha, de una empresa suiza por parte de una empresa extranjera. La mayoría de las empresas adquiridas o fusionadas a su vez eran resultado de un largo historial de concentración empresarial. En 1991 Jacobs Suchard compró Onko y Cafés Hag, tostadores alemanes, con lo que pasó a controlar el 28% del mercado alemán. En Francia absorbió Carte Noire, Jacques Vabre y Cafés Grand-Mère. En Bélgica, Douwe Egberts adquirió en 1978 las marcas Jacqmotte y Chat Noir, lo que le permitió tener el 70% del mercado (Renard, 1999). En España, General

Foods había comprado en 1982 el primer tostador del país, Saimaza, que fue fusionado con Columba un año más tarde. En 1982, Douwe Egberts adquirió Marcilla, y en 1984, Jacobs Suchard adquirió Café Soley. Nestlé adquirió Productos Brasilia y Málaga Comercial y en 1985 hizo lo propio con La Estrella, de forma que en menos de un cuatrienio todos los principales tostadores españoles por volumen de ventas se vieron transnacionalizados (Palazuelos y Granda, 1985). A principios de los años 1990 el 48% del mercado español estaba controlado por las empresas Sara Lee, Philip Morris, Nestlé y Union Kaffee Rosterei GmbH&Co, y seis empresas de tamaño mediano controlaban un 11,7% adicional (Setem, 1999). La Figura 1.1. muestra las operaciones más relevantes por el importe de la operación de compra o por capitalización bursátil de las empresas fusionadas, pero entre mediados de la década de 1980 y el año 2000, Douwe Egberts llevó a cabo 93 adquisiciones (Renard, 1999).

1.5.3 Los activos intangibles y la creación de valor añadido

Los activos intangibles son la fuente más importante de creación de valor en la economía moderna. La capacidad de diferenciar el producto, generar márgenes más amplios y mantener la fidelidad de los clientes se encarna en las marcas y otras señales distintivas como las certificaciones y las indicaciones geográficas protegidas. En el sector agroalimentario, el valor de algunos alimentos proviene de su connotación étnica o de la especificación de su procedencia, aunque se vendan de forma masiva (Renard, 1999). Lo que subyace en los activos intangibles es la voluntad de desarrollar una estrategia de diferenciación, generando ante clientes y consumidores ciertas características de exclusividad que justifiquen la comercialización en un nicho de demanda diferente al de la competencia. Es una estrategia decisiva para subsistir en un mercado globalizado, en el que un número creciente de productores compite con costos progresivamente menores. Las innovaciones, tanto tecnológicas como de diseño, en el proceso productivo y en el producto acabado, el know-how, el secreto industrial y los modelos de negocio, forman parte asimismo de valiosos activos intangibles que pueden determinar la capacidad de mantenerse competitivo o por delante de la competencia. Aunque algunos activos intangibles pueden ser registrados bajo los instrumentos de la propiedad intelectual, la capacidad de crearlos y generar valor a partir de ellos depende de la eficiencia con que se gestionen y se les extraiga el máximo potencial (Reina *et al.*, 2007; Samper Gartner *et al.*, 2017).

El valor de las exportaciones de café procesado constituye un caso significativo de la importancia de los activos intangibles. Los países productores de café han desarrollado una industria tostadora que incluye la elaboración de café soluble, una de las líneas de negocio que agrega más valor. En la Tabla 1.19 se observan los principales países exportadores de café soluble dentro del grupo de países productores.

Tabla 1.19. Exportaciones medias anuales de café soluble 1990-2011, en millones de dólares estadounidenses

	1990-1999	% s/Total	2000-2011	% s/Total
Brasil	276	48,0	382	41,1
Colombia	100	17,4	147	15,8
India	58	10,1	113	12,2
México	22	3,8	80	8,6
Ecuador	29	5,0	70	7,5
Indonesia	12	2,1	54	5,8
Costa de Marfil	65	11,3	37	4,0
Tailandia	1	0,2	27	2,9
Otros	12	2,1	20	2,2
Total	575	100,0	930	100,0

Fuente: ICO (2013b)

Pueden comprobarse incrementos muy elevados entre los promedios de ambas décadas en India, México, Ecuador, Indonesia y Tailandia, e incrementos considerables aunque porcentualmente menores en Brasil y Colombia. El importante incremento que se observa en las exportaciones de México obedece a la operativa de la empresa Nestlé, que desde México exporta café soluble a Estados Unidos y a diversos países de Latinoamérica. De entre los principales exportadores de café soluble, el único que vio disminuir sus exportaciones fue Costa de Marfil, por causa de las dos guerras civiles que ha padecido el país en el presente siglo. Sin embargo, los precios unitarios de exportación son muy disímiles dependiendo de que las exportaciones provengan de países productores o de países importadores. En la Tabla 1.20 se muestra la evolución del volumen, valor total y valor unitario de las exportaciones mundiales de café soluble agrupadas en países productores y países importadores.

Tabla 1.20. Exportaciones medias anuales de café soluble 1990-2011, en volumen, valor y valor unitario, diferenciadas entre países productores y países importadores

	Países Productores			Países Importadores		
	Volumen (miles sacos 60 kg)	Valor (millones US\$)	Valor Unitario (US\$/60kg)	Volumen (miles sacos 60 kg)	Valor (millones US\$)	Valor Unitario (US\$/60kg)
1990-1999	4.116	575	139,70	4.444	917	206,35
2000-2011	6.543	930	142,14	10.413	1.971	189,28

Fuente: ICO (2013b)

En el decenio de 1990 el valor medio de las exportaciones de los países productores representó un 67,7% del de los países importadores. En el periodo 2000-2011 ascendió a un 75,1%. Samper Gartner *et al.* (2017) señalan varias causas de esta disparidad de valores unitarios, que no se explica por diferencias en el coste de la mano de obra, pues la transformación del café es un proceso intensivo en capital con poca utilización del factor trabajo. Los países productores venden una parte importante de su café procesado a granel, mientras que los países importadores lo hacen mayoritariamente empaquetado y bajo una marca comercial.

En los países productores, las empresas tostadoras no tienen acceso a una variedad tan amplia de calidades y orígenes como ocurre en los países importadores, ya que las importaciones de café verde están restringidas por razones fitosanitarias o por las regulaciones arancelarias, por lo que no tienen acceso a tan amplias economías de escala en la distribución. A ello se le añade que, aunque tengan capacidad manufacturera, disponen de menos recursos para invertir en el desarrollo de estrategias de marca exitosas en nuevos mercados, lo que limita su capacidad para desplegar activos intangibles y capturar valor. Por lo tanto, y contrariamente a una percepción muy extendida, la transformación del café no agrega un gran valor en sí misma, sino que el valor añadido viene determinado por la consecución de economías de escala en la distribución y por los activos intangibles, especialmente el conjunto de conocimientos sobre estrategias de prestigio de marca. Daviron y Ponte (2005) y Schussler (2009) han considerado igualmente como un factor determinante en la agregación de valor los atributos inmateriales o simbólicos englobados en la categoría de activos intangibles. Las crisis en los países productores coexisten con el boom del consumo y los crecientes precios en los países importadores porque los atributos del café verde vendido en los mercados internacionales y del café vendido como un producto final a los consumidores cada vez divergen más. La razón es que no es la calidad material lo que primordialmente están vendiendo los torrefactores, distribuidores al por menor y las cafeterías, sino una serie de atributos simbólicos y la calidad de los servicios personalizados prestados en el momento del consumo. La estrategia para escapar del llamado commodity problem por parte de los productores pasa, por consiguiente, por incrementar su poder de negociación mediante la integración en cooperativas e instituciones estatales y el control por parte de ellas de al menos una parte de este valor inmaterial.

Otros autores como Chao (2008) y Luis (2011) han subrayado la importancia de los servicios personales, relacionados con el contacto personal que los clientes experimentan dentro del proceso de prestación del servicio, y que ejerce influencia en la evaluación de la calidad. Ello contempla aspectos emocionales que el cliente siente y que incluyen sensaciones visuales o auditivas vinculadas al aspecto físico, la profesionalidad de los empleados o la cortesía.

A la luz de todo lo expuesto sobre la agregación de valor, es conveniente analizar el valor unitario de las reexportaciones de café verde y de las exportaciones de café procesado por parte de los países de alto nivel de renta. La Tabla 1.21 muestra el volumen físico, el valor total y el valor unitario de las exportaciones para una selección de países importadores y para la totalidad de ellos en el año 2015.

Tabla 1.21. Reexportaciones de café verde y exportaciones de café soluble, tostado y descafeinado, 2015

	Volumen (miles sacos 60 kg)	Valor (millones US\$)	Valor Unitario (US\$/60 kg)
Unión Europea	34.432	10.369	301,1
Suiza	1.641	2.167	1.320,5
Estados Unidos	2.953	1.041	352,5
Otros	1.056	207	196,0
Total Países Importadores	40.082	13.784	343,9

Fuente: Samper Gartner *et al.* (2017)

Un porcentaje notable de las exportaciones contempladas en la Tabla 1.21 depende de decisiones logísticas de las empresas basadas en las economías de escala con arreglo a dónde están los mercados de sus diferentes marcas. La ventaja competitiva de las empresas tostadoras consiste en recibir café de diferentes países productores y procesarlo cerca de los grandes centros de consumo mezclando los diversos orígenes, y explica su elevada concentración en países de alto nivel de renta. Ello también obedece a que una vez tostado, el café pierde más rápidamente aroma y sabor. Es significativo el caso de Alemania, principal reexportador mundial de café verde gracias a la capacidad logística de los puertos de Hamburgo y Bremen como receptores de café verde y a su proximidad a importantes mercados como Polonia y el norte de Francia, a los que exporta café verde que ha sido mezclado siguiendo las indicaciones de los tostadores de esos países. En el 2013 Alemania reexportó el equivalente a 12 millones de sacos de café verde por importe de 3.166 millones de dólares (Samper Gartner *et al.*, 2017). Un fenómeno similar sucede con Estados Unidos y sus reexportaciones a Canadá y en menor medida a México.

Debe resaltarse la elevadísima agregación de valor de las exportaciones de Suiza que se desprende de la Tabla 1.21, debida en gran parte a que la multinacional Nestlé sólo produce en ese país sus cápsulas de la marca Nespresso⁵⁰. El caso de Suiza como exportador de café con alto valor añadido (sobre todo los cápsulas) incluso genera excepciones a lo explicado sobre la transformación del café con un criterio de cercanía a los grandes mercados con alto poder adquisitivo. Así, en el año 2021 fue el país que más café exportó a Nueva Zelanda, por delante de Brasil y Colombia, con un 18,4% del total de importaciones neozelandesas⁵¹. Italia, sin alcanzar un valor unitario en sus exportaciones tan alto como Suiza, en el 2013 fue el país de la Unión Europea con un valor más elevado, 446 US\$ por cada saco equivalente de 60

50 Entrevista mantenida el 22/1/2022 con Luis Fernando Samper Gartner, consultor de FAO, del International Trade Centre y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, ex Director de Propiedad Intelectual y Gerente de Comunicaciones y Mercadeo de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) y presidente de la consultora especializada en activos intangibles 4.0 Brands. Ver también la información publicada en el diario de información económica El Economista (<https://www.eleconomista.es/empresas-eAm-mexico/noticias/10618905/06/20/Nestle-planea-expandir-plantas-de-Suiza-en-las-que-produce-Nespresso.html>, consultada el 03/02/2022)

51 Ver datos en la web del Observatory of Economic Complexity (OEC) ([https://oec.world/en/profile/bilateral-product/coffee/reporter/nzl#:~:text=New%20Zealand%20imports%20Coffee%20primarily,New%20Guinea%20\(%241.6M\)](https://oec.world/en/profile/bilateral-product/coffee/reporter/nzl#:~:text=New%20Zealand%20imports%20Coffee%20primarily,New%20Guinea%20(%241.6M))), consultado el 3/9/2023).

kg (Samper Gartner *et al.*, 2017), que se explica por la presencia de las factorías de empresas como Illy, Lavazza, Kimbo, Segafredo y Vergnano.

Lo que se infiere, a partir de todo lo expuesto sobre la industria procesadora del café, es que las dificultades que históricamente registraron los países productores para desarrollar este tipo de industria eran multicausales, y el importante papel desempeñado por lo que se ha denominado calidad inmaterial o simbólica. Así lo consideran estudios como el de UNCTAD (1995), que concluye que el desarrollo de una industria procesadora en los países productores ha estado obstaculizado por barreras tanto arancelarias como no arancelarias, así como por los requerimientos tecnológicos y de conocimiento de los mercados de consumidores que precisa dicha industria.

Frente a estos impedimentos para retener un mayor porcentaje de valor dentro de toda la cadena de producción y comercialización, existen casos reveladores de creación de valor en los países productores, entre los que se pueden incluir Colombia y Costa Rica. A finales de los años 1950, el precio del café colombiano se derrumbó desde los 85 US\$ por cien libras hasta los 45 US\$. En Estados Unidos, sólo el 4% de los consumidores era consciente de que Colombia producía café. En 1959, el gremio cafetalero colombiano decidió impulsar una campaña para convencer al consumidor mundial de la singularidad del café colombiano, conseguir el lanzamiento de marcas que contuvieran café 100% colombiano y obtener mejores precios. Con la ayuda de una prestigiosa agencia publicitaria de Nueva York, la campaña se basó en la creación de la marca Juan Valdez y del personaje publicitario televisivo con el mismo nombre. Colombia se erigió en el primer país productor de café que se implicaba en una estrategia activa de diferenciación y promoción publicitaria de su café. El elemento crucial de la estrategia, la singularidad del café colombiano, quedó debilitado a partir de los años 1980, por lo que fue necesario insuflarle un nuevo impulso, que consistió en registrar el término “Café de Colombia” como marca registrada en Estados Unidos, el 7 de julio de 1981, y en Canadá, el 6 de julio de 1990. A finales del siglo XX el café colombiano había alcanzado una notable cuota de mercado en Estados Unidos, más de un 10% de las ventas de café en el sector minorista, y había conseguido que grandes marcas como Maxwell House, Folgers y Yuban vendieran café íntegramente colombiano, con lo que el café de Colombia conseguía distanciarse de la tendencia a que los cafés puestos a la venta al consumidor final fueran mezclas de diversos orígenes.

En medio de la crisis de precios de los años 1998-2003, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) instó una nueva estrategia para posicionar el café colombiano en canales de distribución más sofisticados. Fue necesario acometer notables esfuerzos para que un porcentaje progresivamente mayor del café colombiano estuviera certificado bajo estándares sociales y ambientales, así como para demostrar que los cafés colombianos eran adecuados para la preparación de cafés en formato expreso, que se había convertido en el predominante. El relanzamiento comercial implicó también la apertura de cafeterías que operan

bajo la marca Juan Valdez, tanto en Colombia como en otros países, y que ha pasado a ser el principal ámbito de aplicación de esta marca concebida a finales de los años 1950.

La evolución de la estrategia ha sido objeto de varios estudios de caso en la Harvard Business School. Encuestas llevadas a cabo en el año 2004 mostraron que en mercados como Estados Unidos, Canadá o España, el 91% de los consumidores tenían conocimiento de Colombia como un país productor de café, y en la mayoría de los mercados más importantes el porcentaje de conocimiento era muy elevado. En China, un país con consumo emergente de café, un 72% de los consumidores identificaban a Colombia como un país productor de café. A finales del 2015, había 209.000 explotaciones cafetaleras produciendo café bajo estándares sociales y/o ambientales. A finales del 2016 había 371 cafeterías operando con la marca Juan Valdez, 119 de las cuales fuera de Colombia, con unos ingresos totales de 60 millones de dólares estadounidenses, y los royalties transferidos a la FNC desde su lanzamiento ascendían a 37 millones de dólares (March, 2007; Samper Gartner *et al.*, 2017).

Asimismo la FNC promovió la creación de la Indicación Geográfica Protegida (IGP)⁵² con el mismo nombre que la marca certificada en Norteamérica: Café de Colombia. Esta distinción certifica que el café comercializado bajo este apelativo cumple con unos determinados estándares de calidad. Al comprobar que la marca registrada Café de Colombia no impedía que algunas empresas tostadoras utilizaran en sus cafés las expresiones Colombian blend o Colombian type en cafés que no contenían 100% café colombiano, en diciembre del 2004 la FNC presentó ante el gobierno de Colombia la solicitud para aprobar Café de Colombia como una denominación de origen protegida⁵³, que fue aprobada en tres meses. Posteriormente su utilización se extendió a otros países de la Comunidad Andina. En el año 2005 la FNC abrió una nueva vía para diferenciar su café solicitando a la Unión Europea la aprobación de Café de Colombia como indicación geográfica protegida, que se aprobó oficialmente el 27 de septiembre del 2007. Fue la primera vez que un producto producido en el exterior de la Unión Europea conseguía esta distinción, tras haberse abierto la posibilidad del sistema europeo de indicaciones geográficas a productos de fuera de la Unión Europea. Posteriormente, en enero del 2013, se presentó la misma solicitud en Suiza tras cinco años de negociaciones, y el 29 de mayo del 2013 la Oficina Federal de Agricultura de Suiza entregó a la FNC el certificado de IGP bajo el nombre “Café de Colombia”. También en Suiza se convirtió en la primera IGP extranjera en ser aprobada. La estrategia seguida consiguió, de

52 En el artículo 22 del Anexo 1C del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, la Organización Mundial del Comercio (OMC) define las indicaciones geográficas como las que identifican un producto como originario de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determina calidad, reputación u otra características del producto que sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico (OMC, 1994).

53 La diferencia entre Indicación geográfica Protegida (IGP) y Denominación de Origen Protegida (DOP) depende de las respectivas legislaciones nacionales, en el caso de Europa la normativa está recogida en el Reglamento (UE) n° 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. En términos generales, las condiciones de las DOP son más exigentes y restrictivas que las de las IGP.

esta manera, una herramienta clave para diferenciar el café colombiano y agregarle valor, en un contexto en el que las empresas tostadoras prefieren restarle importancia al origen para ganar flexibilidad (March, 2007). En el desarrollo de esta estrategia de prestigiar el café colombiano no había pasado desapercibido el éxito comercial de indicaciones geográficas como champagne, cognac, tequila o numerosos vinos y quesos de muy diversas procedencias, como ejemplos de algunos casos relevantes.

En Costa Rica, un factor fundamental ha sido la estrategia diseñada conjuntamente por el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE) y representantes de grupos organizados del sector cafetalero, una estrategia que ha priorizado la calidad en el cultivo y procesamiento del café y su comercialización en nichos de cafés diferenciados. Durante años el ICAFFE promovió campañas entre los productores para que sólo recolectaran frutos maduros, y firmó acuerdos con empresas procesadoras para que reciban porcentajes muy bajos de café verde, no superiores al 2%. Las plantas procesadoras, además de rechazar café con un grado insuficiente de maduración, no admiten granos parasitados, por ejemplo por la plaga de la broca. Algunas plantas procesadoras también ofrecen incentivos a los productores para que entreguen su café limpio, sin restos de tierra u hojas. Este esfuerzo por la calidad fue acompañado por la creación, en 1993, de la Asociación de Cafés Finos de Costa Rica (SCA.CR), constituida por un grupo de productores, procesadores, tostadores y exportadores locales para posicionar el café de Costa Rica en los mercados internacionales de cafés de especialidad. En el momento álgido de la crisis de precios de principios de siglo, en el año 2002, los productores pertenecientes a la SCA.CR estaban vendiendo su café en una horquilla que iba desde los 120 US\$ hasta los 185 US\$ por cien libras, más del doble que los precios que prevalecían en los mercados mundiales (Kaplinsky, 2006). En el año 2008, dando continuidad a los esfuerzos de diferenciación del café costarricense, se promulgó la indicación geográfica Café de Costa Rica, y en el 2019 la denominación de origen Café Tarrazú (Ayala Durán y Radomsky, 2020).

Las estrategias de valorización del café seguidas por los diferentes países han tenido considerables efectos sobre la cotización de sus respectivos cafés. Así, dentro de la categoría de Arábicas Lavados, que incluye tanto Suaves Colombianos como Otros Suaves, Colombia y Costa Rica sistemáticamente consiguen mejores precios de exportación que México, lo que ha sido señalado en diversas ocasiones desde la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) de México, que agrupa unos 75.000 pequeños productores (Celis, 2008; CNOC, 2020a). Esto indica la conveniencia de valorizar las características intrínsecas del café en razón a su ubicación y métodos de cultivo y procesamiento. A diferencia de las marcas registradas, las indicaciones geográficas están intrínsecamente vinculadas a atributos y estándares de calidad relacionados con el origen⁵⁴. Los sistemas de indicaciones geográficas y denominaciones de origen tienen un notable potencial de crecimiento ante la creciente

54 En la entrevista mantenida el 22/1/2022 con Luis Fernando Samper Gartner, manifestó el importante efecto inducido que tiene la demanda de orígenes únicos en lugar de mezclas por parte de los consumidores, ya que se les otorga más fuerza a instrumentos de propiedad intelectual como las indicaciones geográficas.

demanda por parte de los consumidores de más y mejor información sobre los productos que consumen.

1.5.4 Consecuencias sobre las economías campesinas

Las consecuencias de los ciclos de auge y caída recaen principalmente en los productores, que acostumbran a tener la mayor inversión relativa y el mayor nivel de riesgo en el conjunto de la cadena de valor. El coste de las crisis del café es asumido, por lo tanto, principalmente por los eslabones más débiles de la cadena, pequeños productores y jornaleros (Díaz Cárdenas *et al.*, 1996). En el corto plazo, las señales de mercado son para los productores costosas de conseguir, opacas y plagadas de mensajes contradictorios, y las señales que envían las bajadas de precios les resultan poco útiles una vez que ya han plantado nuevos cafetos (Lewin *et al.*, 2004).

La imprevisibilidad de unos precios internacionales altamente volátiles hace difícil la planificación financiera de los productores agrícolas y de sus unidades domésticas, y genera una gran incertidumbre sobre la posibilidad de cubrir las necesidades familiares (Fairtrade Foundation, s/f; UNCTAD y FAO, 2017), a lo que hay que añadir los problemas para el mantenimiento y reposición de los activos involucrados en la actividad cafetalera, ya que la mayoría de las unidades productivas de café son pequeños productores con escaso nivel de ahorro y dificultades en el acceso a fuentes de financiación.

En lo que respecta a la tendencia decreciente de los precios en el largo plazo, diversos estudios han señalado los efectos económicos, sociales y específicamente en la pobreza rural de la persistencia y la amplitud de ciclos en los que se pagan precios bajos a los productores. Se estima que entre 1989 y 2005, los productores mexicanos vieron disminuida su renta en un 65% (Renard, 2010b). El caso del estado mexicano de Chiapas, uno de los más especializados en la producción de café en aquel país, es paradigmático del incremento de la pobreza como resultado del deterioro de los precios del café en términos reales. Durante el año 2001, con los precios reales del café en mínimos históricos, en Chiapas los intermediarios ofrecieron a los pequeños productores entre 20 y 30 dólares USA por cien libras de café pergamino, en tanto que los costes medios de producción estimados alcanzaban los 76 dólares USA por cada cien libras (Charveriat, 2001). En el trabajo de campo efectuado en Chiapas en el año 2002, los datos obtenidos en las asambleas mensuales de la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE) estimaban el coste de producción en 70 dólares USA por cada cien libras.

Los precios pagados a los productores asimismo estaban por debajo de los costes de producción en los países centroamericanos durante la crisis cafetalera del cambio de siglo. Para el año cafetalero 2000/2001 se estimaron unos costes de producción de 65 US\$/100 libras en Honduras, 67 en Nicaragua, 74 en Guatemala, 84 en El Salvador y 100 en Costa Rica (Varangis *et al.*, 2003). La diferencia de costes de producción entre diferentes países estaba

condicionada, entre otras razones, por el coste de la mano de obra y por el nivel de endeudamiento de las unidades productivas, que determina los gastos financieros. Durante el año 2001 se estimó una pérdida de 42,5 millones de jornales y 170.000 empleos en el conjunto de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica como efecto del desplome en la rentabilidad de la cafecultura (Flores de la Vega *et al.*, 2002).

Las crisis de precios posteriores a 1989 impulsaron y dieron legitimidad a los nichos de mercado de cafés diferenciados y a la necesidad para los pequeños productores de café de altura de diferenciarse de los cafés con bajos precios de Asia, Brasil y oeste de África. La especialización productiva y organizativa hacia estos mercados recibió el apoyo de agencias de desarrollo locales, nacionales e internacionales. La U.S. Agency for International Development aprobó en el año 2002 un programa de 20 millones de dólares, destinado a Centroamérica, que se extendió hasta el 2006. La reconversión tuvo un impacto notable en Guatemala, que en el año 2004 se había convertido en el país del mundo con un mayor porcentaje de su cosecha clasificada como café de la más alta calidad (Jordan, 2004). No obstante, por causa de los límites que presentan estos nichos de mercado en los principales países importadores, la mejora afectó (y lo sigue haciendo) a un restringido segmento de productores.

El descenso en los precios posterior a 1989 tuvo un impacto determinante en la región de los Grandes Lagos de África debido a la elevada dependencia de las exportaciones de café de algunos países de aquel área (ver Gráfico 1.3), y contribuyó al descontento social que desencadenó graves conflictos en la década de 1990 en Burundi y Ruanda. En algunos países de África los bajos precios de principios de los años 1990 ni siquiera permitían el transporte del café hacia los puertos marítimos, lo que provocó el abandono de su producción (Setem, 1999). En México, la crisis de la primera mitad de los años 1990 comportó la caída de la cotización del café mexicano desde 121 dólares las 100 libras en el ejercicio 1988/89, a un rango que osciló de 60 a 75 dólares entre los ciclos cafetaleros 1989/90 y 1993/94, con descensos históricos hasta los 48 dólares las cien libras. Este desplome de los precios tuvo como consecuencias más visibles: abandono de cafetales, con el corolario de mayor incidencia de plagas y enfermedades, mayor presión sobre los recursos naturales debida a la búsqueda de alternativas productivas, migración a los centros urbanos y, en términos generales, una radical disminución del nivel de vida en el medio rural cafetalero (Díaz Cárdenas *et al.*, 1996).

A raíz de la crisis del periodo 1998-2003, en Colombia, Ecuador, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador y Papua Nueva Guinea se produjo un grave descenso en los ingresos monetarios en las familias productoras, con afectaciones en el porcentaje de población que vivía bajo el umbral de la pobreza, aumento de la seguridad alimentaria y la malnutrición infantil y reducción de los gastos familiares en salud y educación, así como una fuerte pérdida de empleo tanto en las plantaciones como en el sector transformador. Entre 1998 y 2001, la tasa de escolarización primaria en Nicaragua descendió un 5% entre las familias productoras de café (Lewin *et al.*, 2004).

En El Salvador, el Programa Mundial de Alimentos distribuyó con urgencia, a partir de julio del 2003, suministros alimentarios a más de diez mil familias en dos departamentos del país que reunían el 30% de la producción salvadoreña de café (ICO, 2003b; Hernández Navarro, 2004), y los gobiernos de Costa Rica, El Salvador y Honduras aprobaron programas de emergencia para apoyar a los productores (Varangis *et al.*, 2003). A los 66 millones de dólares donados por el Programa Mundial de Alimentos en concepto de ayuda de emergencia a los países de la región se les añadieron otros 60 millones de dólares aportados por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos. En Guatemala y Nicaragua diversos informes evidenciaban elevadas cifras de desnutrición infantil en las regiones productoras de café entre el 2002 y el 2003 (Hernández Navarro, 2004; SODEPAZ, 2004). Un panorama semejante en los ingresos de las familias y en la pobreza rural se observó en los estudios de casos efectuados en Tanzania y México (Charveriat, 2001). El desempleo rural relacionado con la crisis de principios de siglo estuvo en el origen de un creciente malestar social y movilizaciones en México, Guatemala y Honduras, mientras los indicadores de pobreza y malnutrición mostraban cifras alarmantes (Eakin *et al.*, 2006). Las crisis cafetaleras han provocado adicionalmente la búsqueda de actividades económicas complementarias fuera de la agricultura (Bartra, 2008b) y la dedicación de las fincas a usos alternativos.

Muchos productores destinaron sus plantaciones a pastizales para el ganado, con las consecuencias ambientales que se detallan en el Capítulo 3, o a la siembra de estupefacientes. En otoño del 2001, la Drug Enforcement Agency (agencia antidroga de Estados Unidos) advirtió que la flor de amapola y la coca estaban reemplazando amplias extensiones de cultivo de café en Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador, y en otros países la marihuana estaba ejerciendo el mismo papel. En Etiopía, donde a finales del siglo XX el café brindaba empleo a unos 70.000 agricultores, una fracción relevante de ellos sustituyeron las plantas de café por el khat o qat (*Catha edulis*), una planta originaria de las zonas tropicales del África oriental que al masticar sus hojas ocasiona un efecto alucinógeno similar al que producen las anfetaminas. Se estimó que estos cultivos ilegales podían proporcionar a los campesinos un precio equivalente a entre tres y diez veces el del café (Crabtree, 2003; Oxfam America, 2005; Petchers y Harris, 2008; Jaffee, 2014).

Las crisis de precios también han tenido consecuencias de una gran relevancia sobre los movimientos migratorios. El café ha pasado de ser un cultivo que atraía mano de obra en la época de la recolecta, a expulsar ingentes cantidades de población rural. Las fuertes disminuciones de precios generan ciclos de endeudamiento que expulsan a los productores de su tierra y sus comunidades y los incorporan a los procesos migratorios, tanto de migración rural-urbana como internacionales (Hudson y Hudson, 2015). Entre 1995 y 2006, más de 4.000 personas procedentes de México y Centroamérica perdieron la vida en la frontera entre México y Estados Unidos. Un número considerable de ellas provenía de regiones productoras de café (Nevins, 2007). México ilustra el cambio de tendencia, y cómo los estados con mayor producción de café, que hasta la década de 1990 habían quedado al margen de las grandes

corrientes migratorias hacia Estados Unidos que sí se estaban dando en estados del centro del país no productores de café o con una producción residual del mismo, se han incorporado plenamente a los flujos migratorios hacia el norte (Hoffman, 1994; Durand y Massey, 2003; Aranda, 2008; Aquino, 2011; Villafuerte y García, 2014; Villafuerte, 2015).

Hoffman (1994), en el trabajo de campo efectuado durante la primera mitad de los años 1990 en el estado Veracruz, segundo del país por hectáreas cultivadas y tercero por número de productores, evidenció que en aquel momento sólo en un municipio productor de café de ese estado, Misantla, se daban casos de migración. Pérez Monterosas (2003) cuantificó la expulsión de mano de obra agrícola en Veracruz a partir de mediados de los años 1990: entre 1995 y 2000 abandonaron el estado 800.000 personas. De los 32 estados de la república, en 1992 estaba en el lugar 30 entre los que expulsaban más población. En 1997 ocupó el lugar 27, en el 2000 pasó al 14, y en el 2002 escaló hasta la cuarta posición. Chávez Lomelí (2000) estimó en 159.000 personas anuales el saldo migratorio neto negativo del estado entre 1996 y 2000. Según Mestries (2003), entre 1998 y 2002 uno de cada veinte hogares del estado había perdido uno o más de sus miembros a causa de la emigración a Estados Unidos. En algunas zonas de Veracruz productoras de café, como los municipios de Atzalan y Naolinco y la Sierra de Misantla, en el 2002 había emigrado el 20% de la población, lo que causó una importante ausencia de hombres jóvenes, ya que un 78,5% de los emigrantes eran hombres y un 78% tenía entre 15 y 34 años. Chávez Lomelí (2000) documentó cómo en la Sierra de Misantla una gran cantidad de pequeños productores vendieron, alquilaron o abandonaron sus parcelas

Durante la segunda mitad de la década de 1990 y principios de este siglo el fenómeno migratorio se extendió con rapidez e intensidad por los estados cafetaleros del sur de México (Binford, 2002). Desde 1989, la ubicación geográfica de la emigración internacional mexicana coincide con los municipios de las regiones productoras de café de los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla y Guerrero (Binford, 2007; Córdova y Fontecilla, 2008). El estado de Chiapas, primer estado de México por número de hectáreas cultivadas y productores de café, empezó a registrar importantes flujos de emigrantes en la segunda mitad de los años 1990, en mayor medida a partir de las lluvias torrenciales de septiembre de 1998, que destruyeron 200.000 hectáreas de cultivos (Nájar, 2002). En 1997, Chiapas ocupaba el número 27 entre los estados que recibían mayor cantidad de remesas de emigrantes desde el extranjero. En el 2001 escaló al lugar número 15, en el 2003 al 12 y en el 2004 al 11. En el año 2004 las remesas sobrepasaron los 500 millones de dólares, un valor superior a la totalidad de la cosecha de maíz del estado (Pickard, 2005). El progresivo incremento de la migración de residentes de Chiapas hacia Estados Unidos ocasionó que en el año 2012 ya existieran 18 organizaciones de migrantes chiapanecos en dicho país (Villafuerte y García, 2014). Las agencias turísticas que ofrecen viajes a las ciudades del norte fronterizas con Estados Unidos o cercanas a la frontera, empezaron a funcionar en un número moderado a mediados del decenio de 1990 pero cobraron fuerza a partir de 1999; contrataron los llamados ‘enganchadores’,

que recorrían ejidos y comunidades ofreciendo sus servicios, e incluso llegaban a poblados que sólo eran accesibles a pie o en caballo (Nájar, 2002). De acuerdo con Aquino (2011) y Villafuerte y García (2014), la expulsión de población se vincula a la crisis agrícola y a los bajos precios recibidos por los cultivos, particularmente el café, cuyas bajas de precios han tenido una especial incidencia en la profundización de la pobreza rural. Es preciso recordar que es el cultivo que en el estado de Chiapas proporciona mayores ingresos monetarios a las economías campesinas, y que la aportación del resto de cultivos acostumbra a ser residual o incluso nula. La tabla 1.22 muestra esta aceleración del fenómeno migratorio en Chiapas a partir de finales de los años 1990.

Tabla 1.22. Migrantes con residencia en Chiapas con destino a Estados Unidos y a los estados del norte de México, 1995-2008

AÑO	A ESTADOS UNIDOS	ESTADOS NORTE DE MÉXICO	TOTAL
1995	2.434	3.502	5.936
1999	3.391	22.942	26.333
2000	3.446	42.960	46.406
2001	4.472	30.022	34.494
2002	36.307	21.458	57.765
2003	53.828	15.922	69.750
2004	33.786	25.928	59.714
2005	60.427	21.548	81.975
2006	118.510	21.724	140.234
2007	143.939	22.598	166.537
2008	136.388	26.085	162.473

Fuente: Villafuerte y García (2014)

En la tabla se aprecia un punto de inflexión a partir del año 2002, que coincide con el momento álgido de la mayor crisis de precios del café experimentada hasta la actualidad. A partir de ese año se da un gran despegue de las migraciones hacia Estados Unidos, una vez consolidadas las redes de migrantes chiapanecos en aquel país. En los años 2006, 2007 y 2008, el porcentaje de migrantes a Estados Unidos sobre el total de ambos destinos se situó, respectivamente, en 84,5%, 86,4% y 83,9%. En el conjunto del periodo contemplado, las salidas hacia Estados Unidos supusieron el 70% del total de las dos destinaciones. No obstante, las migraciones hacia los estados del norte de México se mantuvieron en valores significativos aun disminuyendo su participación porcentual a partir del 2002.

Dentro del grupo de migrantes a Estados Unidos que tramitaron la matrícula consular que otorga el gobierno mexicano, un 38,7% se situaban en un rango de educación que iba desde no tener estudios hasta la posesión del certificado de enseñanza primaria, calificaciones que se corresponden, en su mayoría, con personas que provienen del ámbito rural, con pocas oportunidades para ampliar los estudios más allá de la primaria (Villafuerte y García, 2014).

La masiva salida de campesinos ha provocado, en relación a la producción de café en

México y Centroamérica: escasez de mano de obra familiar o asalariada, particularmente en la época de cosecha, envejecimiento de la población que se ocupa del cultivo y su feminización, incluso en actividades que, por su exigencia física, solían estar asignadas a los hombres, como limpias, podas y recepas (Aranda, 2008; Córdova y Fontecilla, 2008), una mayor incidencia de plagas y enfermedades, debido a los menores cuidados que se les brindan a las explotaciones (Córdova y Fontecilla, 2008), así como el abandono de un gran número de explotaciones cafetaleras (Hernández Navarro, 2002b) y el cese precoz de la escolarización por parte de niños y jóvenes que interrumpen la formación primaria o secundaria para unirse con sus progenitores u otros familiares en Estados Unidos (Nájar, 2002). En las asambleas mensuales de COOPCAFE que tuvieron lugar en el año 2002, en las que se explicaban los efectos que la grave crisis de precios estaba teniendo en otros estados de México, se informó que en el estado de Puebla el 50% del café no se había cosechado por los bajos precios, y en el estado de Veracruz tal porcentaje fue del 40%. Asimismo se informó del estado de quiebra económica de numerosos productores del estado de San Luis Potosí.

Debido a la presión combinada de la emigración de campesinos mexicanos y de los procedentes de Centroamérica, la coordinadora mexicana CNOC propuso, en el Foro Nacional de Productores de Café celebrado el 21/6/2019 en Xalapa, Veracruz, la creación de un grupo de trabajo sobre el fenómeno migratorio que integrara la Comisión de Asuntos Migratorios del Senado y las Secretarías de Agricultura, Bienestar Social y Medio Ambiente y Recursos Naturales, para tomar medidas contra los bajos precios del café y coordinarse con los países centroamericanos en todo lo relacionado con el café, ya que un elevado porcentaje de estos flujos migratorios procedían de regiones productoras de café (Celis, 2019b).

La suspensión de las cláusulas económicas del Acuerdo, que coincidió con la ya mencionada supresión de los organismos estatales con atribuciones sobre la producción y comercialización del café, tuvo como efecto en una gran cantidad de países productores la creación de numerosas cooperativas de pequeños productores, que respondían a la necesidad de tener mayor poder de negociación en un mercado cada vez más dominado por grandes corporaciones agroalimentarias y de proporcionar la asistencia técnica, administrativa, logística y comercial que hasta entonces habían asumido organismos gubernamentales. Las crisis de sobreproducción también inducidas por una oferta desregulada no hicieron más que intensificar la tendencia a la agrupación de los productores café. En el caso de Chiapas, ello tuvo como resultado tanto la creación de nuevas cooperativas como el crecimiento de las ya existentes mediante el ingreso en las mismas de comunidades y ejidos productores de café, los cuales habitualmente eran cercanos geográficamente a otros ya integrados en las cooperativas (Folch y Planas, 2019). Esta cuestión se trata con mayor profundidad en el Capítulo 3. Cabe resaltar que el café producido por las cooperativas de pequeños productores de México y Centroamérica, y de países suramericanos como Ecuador y Perú, es de mayor calidad que el producido por los países asiáticos que figuran entre los 11 principales productores mundiales y va destinado a un segmento de mercado muy diferente (Kilian *et al.*, 2006; Chávez y Jurado, 2015; Viales y Montero, 2015).

1.6 Intentos de regulación de la oferta desde finales del siglo XX

La presión de la sobreoferta ha hecho que, con posterioridad a la no renovación de las cláusulas económicas del AIC, los países productores hayan persistido en sus tentativas de regular la oferta para paliar el descenso a largo plazo de los precios internacionales. Las propuestas han consistido en planes de retención de las exportaciones y de regulación de las existencias internacionales, o la eliminación del café de menor calidad, ante la evidencia de que mejoras en la calidad están asociadas a incrementos en el consumo (Varangis *et al.*, 2003). Sin embargo, la continuidad de la sobreproducción durante periodos prolongados hace que eventuales políticas de estabilización de precios que se implementen puedan tener unos costes de almacenamiento y financiación que superen los beneficios de menores caídas de precios. Las dificultades presupuestarias de muchos países productores también suponen un problema para financiar los stocks de café durante largos periodos (Heijbroek y Schoemaker, 1993). Cabe añadir que tanto el café pergamino como el café verde, incluso en óptimas condiciones de almacenamiento, a partir de los doce meses empiezan a sufrir pérdida de aroma y sabor.

El más importante de los intentos regulatorios consistió en la creación de la Asociación de Países Productores de Café (ACPC por sus siglas en inglés). La gravedad de la crisis de los precios y la necesidad de hacer un frente común condujo a los países latinoamericanos a reunirse en junio de 1993 en Managua, donde elaboraron un plan de retención. Se les añadieron Indonesia y diversos países africanos, y el acta constitutiva se firmó el 23 de septiembre de 1993 en Brasilia. Agrupó 28 países exportadores de café de Latinoamérica, Asia y África, bajo el liderazgo de Brasil y Colombia, que conjuntamente representaban el 85% de las exportaciones mundiales. Cada país tenía derecho a cierta cantidad de votos, asignados en proporción a sus exportaciones. El objetivo primordial era regular las exportaciones y elevar los precios. El primer programa de retención dio inicio el 1 de octubre de 1993, y para su supervisión se estableció un Comité Administrador. El café retenido se depositaba en almacenes aprobados previamente por el organismo o autoridad cafetalera de cada país, y se debía emitir un certificado de depósito. El mero anuncio del programa de retención elevó los precios hasta 70 centavos de dólar por libra, lo que unido a las retenciones sobre las exportaciones que se empezaron a poner en práctica a finales de 1993 causó un descenso en los cuantiosos stocks acumulados por los países importadores durante los años de sobreproducción. México no se integró en la ACPC, alegando que las retenciones infringían los principios del GATT, pero la verdadera causa de su no adhesión estribaba en su compromiso con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA, por sus siglas en inglés), firmado por Canadá, Estados Unidos y México el 17 de diciembre de 1992 y que estaba previsto que entrara en vigor el 1 de enero de 1994. Una cláusula del NAFTA obligaba a México a no poner límites a sus exportaciones de café a Estados Unidos y Canadá, países que ya estaban adquiriendo un elevado porcentaje de las exportaciones mexicanas de café. Como represalia por el ACPC, Estados Unidos abandonó la OIC, a la que aportaba el 25% de su presupuesto (Renard, 1999).

En 1995 un nuevo plan de retención fue aprobado, pero con menos países firmantes, y ya en ese momento países como Colombia, Venezuela e Indonesia empezaron a manifestar que los planes de retención de exportaciones estaban teniendo efectos muy limitados en los precios. Fijó el objetivo de unas exportaciones máximas de 60,4 millones de sacos para el año cafetalero 1995/96. En 1998/99 Brasil no respetó el Acuerdo y exportó por encima de la cantidad que tenía asignada, lo que motivó incumplimientos de otros miembros. Algunos países, en consecuencia, abandonaron el Acuerdo (LADB, 1996; Montero, 2018).

En mayo del 2000 la Asociación de Países Productores de Café adoptó un nuevo plan que debía entrar en vigor el 1 de octubre de ese mismo año y que consistía en retener nuevamente el 20% de las exportaciones para mantener los precios por encima de los 95 US\$ por cien libras de café verde, y aumentar la disponibilidad en el mercado cuando se superasen los 105\$ por cien libras⁵⁵. Si bien 19 países se adhirieron al plan, entre ellos algunos no pertenecientes a la ACPC como Vietnam, pocos países colaboraron: Brasil, Colombia, Costa Rica, y Vietnam de forma temporal. Ni tan solo estos cuatro países retuvieron efectivamente el 20% de sus exportaciones. El plan no preveía medidas de destrucción de stocks, por lo que no abordaba el problema fundamental de la sobreproducción. El resultado fue que las exportaciones y las existencias siguieron creciendo, y los precios continuaron cayendo hasta mínimos históricos. En septiembre del 2001, el precio indicativo compuesto de la OIC marcó el mínimo histórico de 41,17 dólares por cien libras. Incluso con el ligero repunte del año 2002, los precios en términos reales equivalían a menos de una tercera parte del precio medio anual de 1960.

Pese a que la ACPC proclamó que había conseguido algunos logros a través de sus intervenciones, su impacto en los mercados fue muy limitado. Durante su vigencia, solamente en el bienio 1994/95 las cotizaciones del café registraron un incremento sustancial. La brusca caída de los precios posterior a 1989 hizo que paulatinamente un mayor número de productores no cosechara el grano, lo que tuvo efectos especialmente acusados entre 1992 y 1995. La crisis de la deuda pública de Estados Unidos motivó a los fondos de inversión a invertir en materias primas, y la subida que se estaba registrando el precio del café lo hizo muy atractivo en términos relativos, de forma que a partir de marzo de 1994 grandes cantidades de dinero fueron destinadas a la compra de futuros sobre el café. Cuando posteriormente los fondos deshicieron sus posiciones, la caída en los precios fue también muy abrupta. Las heladas que se produjeron en el sur de Brasil en junio y julio de 1994 acentuaron la tendencia alcista, y en septiembre de 1994 el indicador compuesto mensual de la OIC llegó a 202,39 centavos de dólar por libra, su valor más alto desde 1986.

En octubre del 2001 la ACPC anunció su disolución. Akiyama (2001) apunta dos motivos por los que su actuación no consiguió los objetivos deseados. En primer lugar, el Acuerdo no preveía cláusulas de vigilancia y sanción adecuadas. En segundo lugar, algunos exportadores

⁵⁵ Una libra de café verde equivale a 453,6 gramos, cien libras equivalen a 45,36 kg.

importantes como Vietnam o México nunca se adhirieron al acuerdo, y otros que se habían adherido renunciaron a él, como Guatemala. La competencia de estos países que no integraban la ACPC provocó que muchos países no cumplieran con la retención de exportaciones pactada. Además, la liberalización del sector de café que se había producido desde 1989 en la mayoría de países productores hacía difíciles y costosas las medidas que pretendían controlar el mercado.

Un obstáculo fundamental para llevar a cabo este tipo de planes de estabilización de precios radica en crear una estructura institucional que cuente con apoyo general y garantice el cumplimiento de lo acordado controlando los comportamientos free-rider, especialmente cuando la financiación del plan es incierta y si no participan en él los países importadores que, por definición, están excluidos de un acuerdo integrado solamente por productores (Ponte, 2002a; Hallam, 2004; Montero, 2018). La liberalización del sector, la conformidad de las multinacionales tostadoras con el funcionamiento de los mercados de café, que les garantiza grandes beneficios, y la ausencia de organismos reguladores de la producción y comercialización del café, impidieron que resultase exitosa cualquier tentativa de intervención en el mercado. A su vez, la retirada de Estados Unidos de la OIC lastró definitivamente la posibilidad de alcanzar un acuerdo internacional que implicara a exportadores e importadores.

Al carecer los países productores de mecanismos eficaces de retención, desde que finaliza la cosecha la totalidad de la producción se encuentra en el mercado (Renard, 1999). Entre 1975 y 1989 el café fue una materia prima cara, y simultáneamente predominaron los tipos de interés elevados durante ese periodo. Los tostadores, con el objetivo de reducir gastos financieros y de almacenamiento, empezaron a utilizar a principios de los años 1990 métodos innovadores de gestión de stocks tales como el just-in-time, que se unieron a mejoras en la logística y mayor rapidez en los transportes. Esto se tradujo en unas existencias equivalentes a una demanda de entre dos y cuatro meses, en lugar de entre ocho y doce meses que era el volumen de stocks con el que se trabajaba anteriormente, lo que ya a principios de la década de 1990 traspasaba al futuro una demanda de veinte millones de sacos (Marlin, 1993). El working stock o stock de trabajo en los países importadores, esto es el volumen de stocks disponible para ser expedido en cualquier momento, se redujo en un 50% entre los años 1980 y el año 2010⁵⁶. A mediados del año 2002 las reservas mundiales de café se estimaban en 40 millones de sacos, lo que favoreció el hundimiento de los precios (Intermón Oxfam, 2002; Osorio, 2002). Entre 2000 y 2004, el promedio del precio indicativo compuesto de la OIC fue de 54,33 dólares estadounidenses por cien libras, mientras que entre 1980 y 1989 había sido de 127,92 dólares por cien libras (ICO, 2013a). En términos corrientes, el promedio de los precios de 2000-2004 equivalió al 42,5% del promedio de los años 1980.

A partir de 1997 los tostadores empezaron a adoptar el sistema Supplier-Managed In-

56 Ver la página web del International Trade Centre (<https://www.intracen.org/133-World-coffee-trade-Stocks-or-inventories-in-importing-countries/>, consultada el 23/01/2022)

ventory (SMI), que externalizó la gestión de los stocks a los traders e incluso a algunos exportadores locales de los países productores. Las multinacionales tostadoras que cotizaban en mercados de valores, sujetas al escrutinio de los analistas, se vieron compelidas a contener el tamaño de los inventarios y del capital circulante dentro de unos parámetros óptimos definidos por los analistas financieros, según los cuales una elevada proporción de capital circulante se considera como una señal de ineficiencia. Los traders reaccionaron mediante la integración vertical hacia arriba en la cadena, con más presencia sobre el terreno en los países productores, con lo que los stocks pasaron a movilizarse con más velocidad y a estar más rápidamente disponibles, lo que acarrea que volúmenes bajos de stocks estimulen en menor medida alzas de los precios (Ponte, 2002a; Daviron y Ponte, 2005). Por otra parte los traders pasaron a desempeñar un importante rol de gestores de stocks con la finalidad de poder asegurar a las empresas tostadoras el suministro constante de las diferentes calidades, incluidas las que en el mercado están disponibles de forma discontinua.

Gracias a esta nueva estrategia, los tostadores han mostrado poco interés en la integración vertical y han concentrado sus esfuerzos en el marketing y en reforzar el prestigio de sus marcas. La lógica de la no integración vertical evita tener que gestionar grandes volúmenes de stocks y les exime de todos los trámites relacionados con el embarque, desembarque, trámites aduaneros, almacenamiento y control de calidad. Adicionalmente los plazos de entrega se han hecho más precisos: si hasta finales de los años 1980 los programas de entrega se establecían por meses, desde principios del decenio de 1990 se empezaron a planificar semanalmente. Por otra parte el sistema Supplier-Managed Inventory, junto al método just-in-time y las mejoras en la logística mencionadas anteriormente, reforzaron la tendencia a concentrar una mayor parte de los stocks en los países productores. La excepción a esta tendencia son aquellos tostadores especializados en las más altas gamas de café que comercializan determinados orígenes, los cuales tratan directamente con exportadores locales con los que han forjado en el tiempo una relación de confianza, e incluso con productores. Cuando se aprovisionan directamente en origen disponen de personal desplazado sobre el terreno que supervisa la calidad y se ocupa de gestionar toda la documentación antes del embarque del café, una cuestión estratégica ya que una documentación incompleta o mal cumplimentada retrasa o incluso paraliza el transporte, lo que en el caso del café de alta calidad supone un perjuicio muy notable.

Dentro de los elementos que han frenado contribuido a la sobreproducción deben considerarse los avances tecnológicos desarrollados por las grandes tostadoras multinacionales, que les han permitido disminuir la cantidad de café utilizada por unidad de producto de consumo final. Entre ellos, fue decisiva la puesta en práctica a partir de 1985 de un nuevo método de tueste denominado high yield roast, que permitió a las empresas tostadoras ahorrar entre un 10% y un 15% de café verde para obtener el mismo volumen de café tostado (Marlin, 1993). Entre las décadas de 1950 y 1980 la cantidad de café verde que se precisa para elaborar un kilo de café instantáneo se redujo en un 30% (Brandt, 1991).

Desde el colapso de los precios del periodo 1998-2003, de forma recurrente se ha propuesto la medida de eliminar del mercado los cafés de menor calidad, con el objetivo de elevar los precios por la triple vía de la reducción de la oferta, el incremento del precio medio del café ofertado y el estímulo de la demanda al ofertar cafés de mayor calidad (Perezgrovas, s/f; Perezgrovas y Celis, 2002; Gámez y Juárez, 2004; Celis, 2005; Renard, 2012). Tal práctica supondría la ventaja, en relación a los planes de retención, de no acumular inventarios de café en los países productores.

En mayo del 2001 el Consejo Internacional del Café, máxima autoridad de la OIC, aprobó la Resolución 399 que exhortaba a los países miembros a adoptar medidas para eliminar del mercado los cafés de peor calidad, a partir de las evidencias de que disponía sobre el estancamiento del consumo generado por el deterioro en la calidad de las mezclas ofertadas, el cual deprimía el consumo en mayor medida que las alzas de precios⁵⁷. El Consejo emplazaba al Director Ejecutivo a que coordinara la elaboración de los estudios necesarios para materializar la medida. Los documentos resultantes, como el EB-3778/01, indicaban que debía ser posible restringir las exportaciones de café que no alcanzaran un mínimo de calidad exigible y desviar los peores cafés hacia usos alternativos. El Director Ejecutivo presentó las directrices que debían conducir a la aplicación de un Programa de Mejora de la Calidad del Café. La Resolución Número 406, de octubre del 2001, decidió crear un Comité de Calidad integrado por cuatro representantes del sector privado en calidad de asesores especializados. A partir de las recomendaciones de este Comité, el Consejo Internacional del Café adoptó nuevas resoluciones entre febrero del 2002 y mayo del 2004 para la aplicación de lo acordado. La Resolución Número 407, que entró en vigor el 1 de octubre del 2002, concretaba el Programa de Mejora de la Calidad del Café. Además de garantizar la calidad básica, la observancia de sus normas contribuía a eliminar del café la contaminación por micotoxinas⁵⁸, que se generan más fácilmente cuando el café contiene un excesivo porcentaje de humedad o materia defectuosa como las cáscaras, resultado de un procesamiento seco incorrecto. Más tarde fue derogada por la Resolución Número 420, que entró en vigor el 1 de junio del 2004 y mantenía lo estipulado en la Resolución 407 en cuanto a la calidad. Dicho programa detallaba una serie de normas óptimas no obligatorias para el café de exportación, y disponía que los países miembros exportadores “se esforzarán” por no exportar café que presente las siguientes características:

- para el Arábica, más de 86 defectos por muestra de 300 gramos; y para el Robusta, más de 150 defectos por muestra de 300 gramos
- para el Arábica y el Robusta, un contenido de humedad superior al 12,5% o inferior al 8%, medida con el método ISO 6673

57 Véase el documento Improving Quality en la página web de ICO (https://www.ico.org/improving_quality.asp, consultada el 29/6/2021)

58 Las micotoxinas son compuestos tóxicos producidos de forma natural por algunos tipos de mohos.

Las Resoluciones 407 y 420 se encontraban amparadas por el Artículo XI del GATT, que permite estas medidas.

Paralelamente a la información sobre la aplicación del Programa contenida en la Resolución 420, el documento ED-1918/04 especificó los datos adicionales que deben ser completados en los certificados de origen sobre defectos y porcentaje de humedad del café, en cumplimiento de la mencionada Resolución. Adicionalmente se confeccionaron tres documentos con abundante información sobre cómo mejorar la calidad del café en todos los procesos que van desde la cosecha hasta el transporte:

- ED-1988/06, con directrices encaminadas a la prevención de la formación de moho en el café, elaboradas como parte del proyecto OIC/FAO/FCPB “Mejora de la calidad del café mediante la prevención de la formación de moho”
- Código de Práctica: Mejora de la calidad del café mediante la prevención de la formación de moho
- Directrices para la compra de café verde

Este conjunto de disposiciones y recomendaciones emitidas por la OIC encaminadas a mejorar la calidad del café en los mercados internacionales siempre tuvo el carácter de voluntario pese a que la OIC recomendara vigorosamente su cumplimiento, por lo que su eficacia fue limitada. Como incentivo para el cumplimiento de las normas de calidad, la OIC confirió a los países exportadores la potestad de no otorgar el certificado de origen de la OIC al café que no se ajustara a las normas establecidas, pero la cooperación de los importadores en informar a la OIC sobre los envíos que no cumplieran con la normativa era totalmente voluntaria. Igualmente, para exigir una mayor calidad y garantizar un precio más alto, los consumidores deben estar en condiciones de reconocer las diferentes categorías y estar dispuestos a pagar las calidades superiores, lo que exige que estos planes de mejora estén respaldados por campañas promocionales e informativas (Hallam, 2004). Aun así, entre septiembre del 2004 y septiembre del 2005, el número de países que indicaban la calidad de sus exportaciones en los certificados de origen pasó de 8 a 17, y estos diecisiete países representaban más del 65% de las exportaciones mundiales al estar incluidos en ellos Brasil y Colombia. Entre los exportadores de Robusta, el progreso en el cumplimiento de la normativa fue más modesto. Entre octubre del 2003 y junio del 2004, el volumen de Robusta clasificado por debajo de las normas óptimas por el mercado de futuros de Londres fue de 1,68 millones de sacos. Entre octubre del 2004 y junio del 2005 la cifra bajó a 1,18 millones (ICO, 2005a).

A principios del siglo XXI, la Specialty Coffee Association of America, conjuntamente con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que exporta una parte importante del café producido en Colombia, el Consejo Mexicano del Café y representantes de productores centroamericanos, reclamaron al gobierno de los Estados Unidos la aprobación de la Coffee Purity Act, que incluyera medidas como las de la Resolución 407 del OIC sobre defectos y

porcentajes de humedad, mucho más estrictas que la normativa de la Food and Drug Administration estadounidense. El café o los productos elaborados con café que no cumplieran con los estándares propuestos debían ser etiquetados como subproductos del café. La presión ejercida condujo a que en julio del 2002, el Subcommittee on the Western Hemisphere of the House Committee on International Relations celebrara audiencias sobre la crisis del café en las que, de nuevo, los llamados a imponer estándares de calidad más exigentes tuvieron un protagonismo destacado (Lindsey, 2003).

Las dificultades comprobadas en la adopción coordinada de medidas internacionales desde el lado de la oferta que frenaran la caída de los precios, hicieron resurgir el interés por la toma de medidas que incidieran en la promoción de la demanda. No obstante, se tenía la constancia de que una promoción genérica del consumo de café consigue efectos a largo plazo, pero no es eficaz para combatir la variabilidad de los precios en el corto plazo. La industria internacional del café ya contaba con una larga experiencia en actividades promocionales. Las campañas más intensas se desarrollaron entre 1976 y 1990 a través del Comité de Promoción de la OIC, enmarcadas en los sucesivos convenios internacionales del café. Consistían en campañas genéricas, sin referencias a tipos de café, procedencias o marcas, y a ellas se destinaron más de 43 millones de dólares. El apoyo financiero contaba con la práctica totalidad de los países productores, cuyas aportaciones se prorrateaban dependiendo de sus cuotas de mercado, y la cofinanciación de la industrias del tueste, pero las actividades se ejecutaban en el plano nacional, en colaboración con las organizaciones de cada país.

A finales de los años 1980 e inicios de los años 1990 los presupuestos para campañas menguaron, a lo que se añadió la falta de unanimidad en relación a las campañas entre las empresas tostadoras, que proponían las ideas para las campañas promocionales. Se interrumpieron las promociones genéricas respaldadas internacionalmente y se optó por campañas más focalizadas en segmentos de mercado, países o en determinados aspectos del consumo de café. Los países productores y los mercados emergentes fueron calificados como estratégicos, ya que se contaba con la evidencia de que los estímulos a la demanda ofrecían más posibilidades de éxito en los países productores. Fue el caso de Brasil, cuyo consumo durante los años 1990 pasó de 480.000 toneladas a 750.000 toneladas anuales. En los países desarrollados de altos ingresos se consideró que las probabilidades de fomentar incrementos de la demanda eran escasas, pues en ellos sólo estaba experimentando crecimientos significativos el consumo de cafés de alta calidad (Hallam, 2004).

En enero del 2005 la OIC publicó una Guía para promover el consumo de café, elaborada por una firma brasileña de consultoría y financiada por el Fondo de Promoción de la OIC. Inicialmente fue diseñada para ser dada a conocer en los países productores, pero muchas de sus secciones y recomendaciones también eran aplicables a los países importadores, especialmente los mercados emergentes. Se organizaron talleres para difundir la Guía entre representantes de los productores y de la industria transformadora en varios eventos cafetaleros. El eje

fundamental de la Guía giró alrededor de los beneficios para la salud humana derivados de la ingesta de café. Se instrumentalizó con el Programa Positively Coffee, que tradujo a un lenguaje entendible información científica bien fundada sobre los beneficios de tomar café, en artículos de fácil difusión en los cuatro idiomas oficiales de la OIC (español, francés, inglés y portugués). La difusión se efectuó mediante envíos masivos a médicos de cabecera, eventos en universidades, participación en congresos y noticieros dirigidos a determinadas audiencias. La combinación de medios se adaptó a las características de cada país. En la reunión del Comité de Promoción que se celebró en Brasil en el año 2005, los países exportadores acordaron aportar 150.000 dólares USA para que el Programa tuviera continuidad en los años 2006, 2007 y 2008.

1.7 Conclusiones

En este capítulo hemos analizado la debilidad de los países productores de café y de las economías campesinas de estos países que se dedican a su cultivo ante el funcionamiento de los mercados. La elevada dependencia que tienen los países en vías de desarrollo de las exportaciones de productos primarios les genera vulnerabilidad debido al veloz crecimiento de la producción agropecuaria y la mayor eficiencia de la industria transformadora en el uso de materias primas, lo que se acaba traduciendo en dificultades para la obtención de divisas por la vía de las exportaciones. En el caso del café la oferta, si bien ha mostrado fluctuaciones en su crecimiento, ha mantenido la tendencia a largo plazo a crecer más que la demanda, cuyo comportamiento es más estable.

El Acuerdo Internacional del Café vigente entre 1962 y 1989, al asignar cuotas de exportación a los países productores estabilizó sus ingresos, eliminó las grandes oscilaciones en los precios y evitó desajustes importantes entre oferta y demanda. La suspensión del Acuerdo, en un contexto de creciente prevalencia a nivel internacional del orden económico neoliberal, condujo a un mercado inestable en el que las características de la oferta y la demanda, ambas muy inelásticas en relación al precio, amplifican los vaivenes de los precios y causan cíclicas crisis de sobreproducción.

Como hemos podido comprobar, la tendencia descendente en los precios, tanto en términos nominales como reales, recibió un impulso añadido a partir de la segunda mitad de los años 1980 con la pujante demanda de café Robusta, de inferior calidad y precio, por el grado de sustituibilidad que existe entre las especies Arábica y Robusta en los cafés de consumo masivo.

La liberalización y desregulación de los mercados financieros a partir de la década de 1980 y la consiguiente mayor variación en los precios propiciaron la entrada masiva de los capitales especulativos en la negociación del café, fundamentalmente en los mercados financieros de derivados, de tal manera que los precios del café pasaron a estar firmemente

vinculados a las cotizaciones en los mercados de futuros. En estos mercados los movimientos rápidos en los precios atraen nuevos capitales especulativos, lo que exacerba las oscilaciones de precios, que porcentualmente son mucho mayores que las alteraciones en los fundamentos del mercado: oferta, demanda y volumen de stocks. Esta entrada de nuevos inversores en la negociación del café está protagonizada por actores ajenos a la industria del café, en su mayoría se trata de fondos de inversión ligados a la banca comercial. Estas disfunciones, unidas a la gran diferencia entre el volumen de dinero que se negocia en este tipo de mercados y el comercio físico que efectivamente se realiza, han suscitado propuestas para limitar tanto el volumen de fondos negociado en los mercados derivados como el porcentaje de contratación en relación al total del mercado que efectúan aquellos inversores que no comercian físicamente.

Paralelamente a la financiarización de los mercados de café, tras la ruptura del Acuerdo Internacional del Café se ha generado una elevada asimetría de poder en la cadena de valor, con una gran concentración empresarial en determinadas fases de la cadena de valor. Hemos podido constatar que las alzas de precios se transmiten con más rapidez e intensidad a los consumidores finales que a los productores, y en las coyunturas de bajadas de precios sucede lo opuesto, los descensos se repercuten más vigorosamente a los productores. Se han apuntado como causas de esta divergencia la posición oligopólica y ooligopsónica de los actores situados en los eslabones finales de la cadena de valor y las limitaciones que tienen los productores en el acceso a la información sobre los mercados.

En un mercado globalizado y fuertemente competitivo, en el que países como Brasil y Vietnam compiten con costes de producción muy reducidos, se indica como estrategia para hacer viable la comercialización de los cafés de mayor calidad de los pequeños productores la capacidad de generar activos intangibles que generan más valor añadido, tales como el origen, el prestigio de marca, las connotaciones asociadas a la sostenibilidad en la producción y la equidad en la distribución del ingreso, y el know-how sobre comercialización minorista en las fases finales de la cadena de valor.

Las crisis de sobreproducción y la tendencia a largo plazo a la erosión en los precios reales, y por lo tanto en el poder adquisitivo de los productores, han tendido consecuencias contundentes en las economías campesinas, ocasionando precios de mercado por debajo de los costes de producción. Entre los efectos sociales y económicos se pueden mencionar el empeoramiento de la seguridad alimentaria y de indicadores como la desnutrición infantil, la reducción de las tasas de escolarización y un importante crecimiento en los flujos migratorios con el consecuente abandono de la producción de café o su feminización y el paulatino aumento en la edad media de los productores. Al mismo tiempo la volatilidad de los precios los hace difícilmente previsibles para los pequeños productores, con lo que les resulta complejo poder planificar tanto las actividades productivas como la economía doméstica.

Las problemáticas expuestas han llevado a los países productores a intentar nuevas formas de regulación de la oferta tras la suspensión de las cláusulas económicas del AIC. La más importante de ellas fue la creación en 1993 de la Asociación de Países Productores de Café, cuyo cometido esencial era coordinar programas de retención de exportaciones. Tuvo un impacto limitado por la ausencia de importantes países productores como Vietnam, México, Guatemala, Honduras y Nicaragua, en una coyuntura de proliferación de tratados de libre comercio y la oposición de Estados Unidos a cualquier intento de poner trabas al libre comercio. La no inclusión de adecuadas disposiciones de vigilancia y sanción también le restó eficacia.

En un entorno económico y político en el que prevalece el paradigma neoliberal, se ha demostrado la complejidad de crear estructuras institucionales de regulación de la oferta que cuenten con un apoyo generalizado, y la no participación de los países importadores le resta efectividad. Ante estas circunstancias, seguramente la vía más adecuada para mejorar los niveles de renta de los campesinos productores de café consiste en seguir apostando por la calidad, la diferenciación y la creación de activos intangibles, pero conviene tener presente que los límites cuantitativos (en porcentaje sobre el total del mercado de café) de los nichos de mercados de cafés con mayor valor añadido hacen que no sea una estrategia generalizable a la totalidad de los productores, con lo que deberá ser complementada con apropiadas políticas públicas dirigidas a los productores (diversificación productiva, apoyos directos en coyunturas de grandes descensos de los precios) si se quieren paliar los graves costes sociales que comportan las crisis del café. Entre las iniciativas impulsadas por los productores desde los años 1980 para conseguir mayores precios por el café producido, destacan la reconversión hacia la producción de café orgánico y la comercialización en los circuitos solidarios del fair trade, que tienen como objetivo fundamental garantizar una distribución más equitativa del ingreso que se genera a lo largo de la cadena de valor, con lo que una parte de los productores ha sacado partido de la creciente demanda en estos segmentos de mercado. El nacimiento y evolución de estos mercados se analizan en el siguiente capítulo de este estudio.

CAPÍTULO 2: EL COMERCIO JUSTO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO

2.1 Introducción

Tras haber tratado en el Capítulo 1 el funcionamiento del mercado internacional de café, los problemas que se derivaron para los países productores de la liberalización de estos mercados y haber apuntado qué consecuencias acarreó para los pequeños productores un mercado desregulado, en este capítulo se tratan las alternativas que surgieron para mejorar la situación de los pequeños productores, fundamentalmente la producción de café orgánico y la comercialización a través del Comercio Justo.

Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial surgieron experiencias de comercio solidario con sectores de población desfavorecidos. Eran iniciativas conformadas por colectivos religiosos y políticos que compartían unos valores de justicia social, las cuales se fueron imbricando con la problemática del subdesarrollo y la dependencia y el rechazo a las leyes que regían el comercio internacional. A finales de los años 1980 se dio un punto de inflexión en el Comercio Justo con la adopción de certificaciones que garantizaban los atributos sociales y ambientales de los productos y el surgimiento de un nuevo paradigma de consumo entre un sector de las poblaciones de los países occidentales, preocupado por los efectos sociales, ambientales, económicos y culturales de los patrones de consumo. En el siglo XXI el centro de gravedad del Comercio Justo progresivamente se desplazó del activismo al crecimiento comercial, acompañado de la entrada de nuevos actores económicos, lo que originó la aparición de divergencias sobre cómo entender y practicar el Comercio Justo.

El crecimiento comercial del Comercio Justo y su irrupción en los canales de distribución masivos nació en torno al café, el producto que siempre ha contado con más países donde se cultivaba y mayor número de cooperativas de productores, y con un más alto volumen de ventas. La colaboración entre la cooperativa mexicana UCIRI y la ONG neerlandesa Solidaridad dio lugar a la certificación del café como mecanismo para generar confianza ante los consumidores que lo adquirirían en los circuitos comerciales mainstream. La lógica de justicia social que impregnaba esta alternativa productiva y comercial rápidamente se solapó con la de la sostenibilidad ambiental, de modo que la producción orgánica y sus comercialización en los circuitos del Comercio Justo siguieron trayectorias coincidentes, mediante productos que incorporaban ambas certificaciones.

La experiencia precursora en los Países Bajos se extendió a la totalidad de los países del centro y norte de Europa, siempre con el café como producto inicial y emblemático, aunque se añadieron otros productos tradicionalmente producidos en el Sur y consumidos en el Norte, como el cacao, el azúcar de caña, el té y las bananas. El crecimiento de las ventas atrajo a grandes empresas, deseosas de incursionar en un nicho de mercado en el que no estaban,

certificando una parte de sus ventas o impulsando la creación de sellos de garantía con unos estándares menos exigentes.

Después de esta introducción, en el apartado 2.2 se lleva a cabo un estado de la cuestión de cuál ha sido la aproximación académica al Comercio Justo, los debates en torno a su carácter de movimiento social y sus posibles concomitancias con la Soberanía Alimentaria. En el apartado 2.3 se expone la evolución del Comercio Justo desde las primeras experiencias de comercio alternativo, destinadas a pagar mejores precios por la producción de los sectores más desfavorecidos, y los actores que desarrollaron este tipo de comercio, hasta su institucionalización y su coordinación supranacional desde finales de los años 1980.

El apartado 2.4 analiza los importantes cambios que se dieron en el Comercio Justo relacionados con su institucionalización a finales de los años 1980 y durante la década de 1990, la implantación de los sellos de garantía y el impulso que supusieron las nuevas pautas de consumo. Finalmente, el apartado 2.5 se centra en el café, el producto pionero y más relevante del Comercio Justo, caracteriza la cafeticultura orgánica y describe el solapamiento de los mercados orgánico y de Comercio Justo. Este apartado finaliza con las señales de crisis que se vienen observando en las dos últimas décadas.

En los apartados 2.4 y 2.5 se traza la evolución cuantitativa de la producción y venta del conjunto del Comercio Justo y específicamente del producto más relevante, el café. Para ello se analizan las bases de datos de Fairtrade International, Fairtrade Foundation, International Trade Centre, European Fair Trade Association y la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (España), además de fuentes secundarias.

2.2 La aproximación al Comercio Justo desde el ámbito académico

2.2.1 El Comercio Justo frente al libre comercio

Existe una vasta investigación sobre el Comercio Justo desde diversas disciplinas: Sociología, Economía, Ciencia Política, Antropología, Geografía y Administración y Dirección de Empresas, entre otras. Desde el ámbito académico se han propuesto diversas aproximaciones que matizan, desarrollan y ponen énfasis en diferentes aspectos de las definiciones, principios y objetivos enunciados por las organizaciones y redes rectoras del Comercio Justo.

Desde el ámbito de la Economía, el Comercio Justo ha sido encuadrado dentro de la contestación a los postulados de los economistas clásicos y a las corrientes de pensamiento que les fueron coetáneas. Algunos autores apuntan al Comercio Justo como una alternativa que hilvana lo económico y lo social, y de esta manera propone una opción frente el mainstream económico. La acción de productores y consumidores integrados en el movimiento del Comercio Justo saca a relucir algunas debilidades y contradicciones. Murray y Reynolds (2007) plantean que mientras la Teoría Económica afirma que los consumidores buscan el mínimo

precio de los bienes, ante cualquier calidad dada, para maximizar sus ganancias, millones de consumidores en todo el mundo adquieren productos de Comercio Justo en lugar de alternativas más baratas. Además, la lógica económica tradicional nos dice que los productores maximizan su ventaja competitiva sobre otros productores, pero los productores ya insertos en el Comercio Justo proporcionan asistencia técnica, comercial y administrativa a los nuevos productores que entran o intentan entrar en el Comercio Justo¹. Finalmente, si la Economía convencional afirma que las empresas comprarán los inputs al mínimo precio posible para reducir sus costes, siempre que sea posible, mediante estrategias de abastecimiento que generen competencia entre los competidores, surge la pregunta de por qué un creciente número de empresas están dispuestas a pagar precios más altos por bienes que han sido producidos bajo los estándares del Comercio Justo.

Johnson (2003) extiende la crítica a la ortodoxia económica al quehacer de los organismos multilaterales. El tipo de debates y discusiones que tienen lugar en el marco de la Organización Mundial de Comercio, por ejemplo, dan por sentado que el paradigma del “homo economicus” se demuestra en la realidad diariamente, cuando hay un conjunto de prácticas que intentan construir otro tipo de comercio basado en la justicia, la equidad y la transparencia. Estas prácticas forman parte de una tendencia general que interpela a los consumidores a sentirse responsables de los impactos ambientales y sociales del comercio, lo que comprende actividades económicas como la agricultura orgánica o ecológica.

El Comercio Justo es concebido como una relación social alternativa, y su propósito no es únicamente introducir ajustes en la operativa de los mercados, sino transformar un modelo que, dejado a su propia inercia, no tiene en cuenta los valores sociales, culturales y ambientales de lo producido. Los campesinos entienden las relaciones económicas equitativas que plantea el Comercio Justo como el desarrollo de alianzas sociales solidarias entre diferentes sectores y, como un factor adicional, que éstas se reflejen en los términos monetarios del intercambio. La vertiente mercantil del Comercio Justo, pues, es parte de una relación social más extensa, profunda y compleja (Bartra, 2008a). Lo más relevante del Comercio Justo es su capacidad para crear nuevos vínculos entre productores marginalizados de los países poco desarrollados y consumidores concienciados en los países ricos que palían la división entre el Norte Global y el Sur Global². Crear redes de comercialización igualitarias es más prioritario que la cuota de mercado que se alcance, que presumiblemente siempre será baja (Raynolds, 2002; Raynolds y Bennett, 2015).

El Comercio Justo se posiciona en favor de los productores de los países menos desarrollados y pretende dignificar efectivamente sus condiciones sociales y laborales, frente a

1 Como se verá en el Capítulo 3, en las entrevistas mantenidas con cooperativas de productores de café de Chiapas se ha podido constatar que son muy numerosos y prolongados en el tiempo los casos de cooperativas ya consolidadas que han prestado ayuda a otras con menor recorrido.

2 El término Sur Global se refiere habitualmente a los países que tienen una historia interconectada de colonialismo, neocolonialismo y una estructura económica y social con grandes desigualdades en niveles

un modelo de relaciones comerciales muy desfavorable para ellos y un sistema económico que aumenta las desigualdades entre el Norte y el Sur, ya que se basa en unas reglas de juego incapaces de responder a las necesidades de los países menos desarrollados. El Comercio Justo, unido inequívocamente al consumo responsable, debe fomentar cambios productivos y sociales en el Norte y el Sur (Cantos, 1998). Por tanto, es una alternativa para los campesinos del Sur que, en la globalización, quedan excluidos de las oportunidades que brindan los mercados, por no ser competitivos ni tener capacidad para reformular sus procesos de producción o integrarse en las cadenas productivas. Cuando consiguen entrar en algún eslabón de la cadena de valor, están expuestos a mercados altamente complejos y volátiles, para los que carecen de herramientas de supervivencia. Todo ello genera una espiral descendente que hace muy difícil que los pequeños productores emprendan procesos de desarrollo autónomos. Ante este panorama tan desalentador, el Comercio Justo organiza cadenas alternativas de comercialización eliminando intermediarios y así corrige los aspectos más perjudiciales para los campesinos del Sur (Chávez y Natal, 2012).

Las organizaciones de productores y las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que participan en los mercados solidarios impulsan un proyecto político de oposición a las dinámicas de diferenciación social y exclusión que se derivan del modelo neoliberal. Es un proyecto cimentado en los valores de justicia social, solidaridad, respeto por el medio ambiente y preservación de los valores comunitarios. El control de los productores y las ONG sobre la producción y la comercialización permite que los productores se liberen de la tutela ejercida por los intermediarios y las grandes corporaciones. Centrándose en el café, González Cabañas *et al.* (2003) definen como solidario el café producido por pequeños productores agrupados en organizaciones democráticas, comercializado fuera de los canales que controlan las grandes empresas del ramo y reconocido como tal por los organismos certificadores. Al hacer referencia a una comercialización alternativa a la controlada por las empresas multinacionales, conceden importancia a la actitud de consumo consciente y responsable por parte de los consumidores. La actitud responsable de los consumidores es el factor diferencial del Comercio Justo para Micheletti (2003), que considera que su éxito o fracaso, al igual que otros nuevos movimientos, depende en mayor medida de un consumo consciente que de la acción política directa o de boicots organizados, como el que se promovió desde 1960 y durante varias décadas contra el régimen del apartheid en Sudáfrica. Hudson y Hudson (2015) también ponen el acento en el consumo consciente o responsable. Creen necesario que el Comercio Justo visibilice cómo se producen los bienes y servicios, mediante qué tipo de relaciones sociales y qué consecuencias sociales, ambientales y económicas tiene esa producción. El Comercio Justo presenta como desigual lo que es desigual, las características de los procesos

de vida, acceso a recursos o esperanza de vida. Tiene la intención de ser menos jerárquico que expresiones como Mundo en Desarrollo o Tercer Mundo. Norte Global es un término utilizado en estudios postcoloniales, transnacionales y altermundistas que puede referirse tanto al primer mundo como al conjunto de países desarrollados. En general, se caracteriza por reunir a países ricos económicamente, que tienen acceso a tecnologías avanzadas, con sistemas políticos estables y una alta esperanza de vida.

de trabajo y el impacto en la naturaleza, mientras que en la cadena capitalista de intercambio de mercancías, las diferencias en el proceso de producción entre productos quedan reducidas a unidades de trabajo.

Johnson (2003) entiende el Comercio Justo en oposición al libre comercio, en el que las grandes compañías no internalizan las externalidades ambientales de su consumo de recursos de toda índole ni las externalidades sociales provocadas por su utilización de la fuerza de trabajo, particularmente de la mano de obra de los países menos desarrollados. Al mismo tiempo, los consumidores están mal informados de las consecuencias sociales y ambientales de los productos que consumen. El Comercio Justo, en cambio, incorpora estas externalidades.

Roozen y Vanderhoff (2002) cuestionan la premisa según la cual en la economía de libre mercado sobreviven las unidades productivas más eficientes que pueden ofrecer menores precios gracias a su eficiencia organizativa, innovaciones tecnológicas y acertadas estrategias de mercado. Al eludir los costes sociales y ambientales derivados de su actividad, la supervivencia de unas unidades productivas y no de otras no siempre responde a la eficiencia. Los costes sociales comprenden unas condiciones laborales dignas y unos salarios que permitan la reproducción de la mano de obra y su desarrollo. Estas condiciones se vulneran más gravemente en los países del Tercer Mundo, donde los trabajadores no son libres de asociarse sindicalmente y los gobiernos son demasiado débiles como para aplicar legislaciones protectoras que eviten el trabajo infantil, fijen la jornada máxima, introduzcan la seguridad social e impongan condiciones de seguridad e higiene en el ambiente laboral. La constante amenaza de que las actividades productivas sean trasladadas a países con costes aún menores limita la capacidad reguladora de estos gobiernos.

Algo muy similar ocurre con los costes ambientales de la producción. La tierra, el agua y el aire son contaminados por causa de legislaciones ambientales laxas o inexistentes, por lo que no se incorporan en los precios los costes de su conservación, costes que son trasladados a las generaciones futuras y causan un déficit ecológico por falta de una adecuada legislación. De ahí que cobre todo el sentido el Comercio Justo, que canaliza hacia el Norte bienes de los países del Sur producidos de forma justa socialmente y respetuosa ambientalmente. No obstante, respecto a la reivindicación de internalizar las externalidades, Lockie y Goodman (2006) consideran que esta visión del Comercio Justo en realidad no escapa del marco conceptual del neoliberalismo, según el cual la degradación social y ambiental es causada por la incapacidad de los mercados para reflejar la totalidad de los costes de producción.

Para Audebrand y Pauchant (2009), la cuestión fundamental es incrementar la equidad en el comercio internacional y no tanto el volumen, ya que a pesar de que cuantitativamente el comercio internacional se multiplicó por 14 entre el final de la Segunda Guerra Mundial y principios del siglo XXI, un tercio de la población mundial, más de dos mil millones de personas, continuaban bajo el umbral de la pobreza; y de ellas, mil cuatrocientos millones tenían unos ingresos diarios inferiores a dos dólares estadounidenses. Un aspecto crucial del

Comercio Justo es que se basa primordialmente en la agricultura, porque, por un lado, supone el modo de vida o de subsistencia de 2.060 millones de personas, aunque en los países occidentales sólo emplee entre un 2% y un 3% de la fuerza de trabajo; y, además, los países del Sur a menudo dependen de la exportación de materias primas o productos agrícolas básicos como el café, el azúcar, el cacao o las bananas, cuyos precios a largo plazo tienden a decrecer.

Varios autores han puesto de relieve la idea de empoderamiento de los productores. Para Dragusanu *et al.* (2014), al mismo tiempo que a los productores se les ofrecen mejores condiciones de comercialización, se les ayuda a organizarse colectivamente. Senillosa (1997) afirma que el objetivo del empoderamiento es que los grupos más desfavorecidos entiendan la naturaleza de su opresión, y dotarlos de los medios que permitan realizar actuaciones eficaces para erradicar sus causas mediante la plena participación en los asuntos globales y locales que repercuten en sus vidas. Bowen (2001) resalta la formación y capacitación de los productores, tanto productiva como administrativa y financiera, que puede ser realizada por las organizaciones de productores y también por sus contrapartes en el Norte, tanto las importadoras de sus productos, como organizaciones de cooperación al desarrollo que no necesariamente realicen actividad comercial. La formación y capacitación están estrechamente relacionadas con el Principio Ocho del Decálogo de la International Federation for Alternative Trade (IFAT) (véase subapartado 2.3.3): hoy las organizaciones de productores conocen el funcionamiento de los mercados mundiales de las commodities y siguen la evolución de sus cotizaciones en los mercados de valores; asimismo la prefinanciación de la producción, que no figuraba en el mencionado decálogo fundacional pero que ha sido un elemento central del funcionamiento del Comercio Justo, ha aumentado su autonomía e independencia, ya que ha posibilitado realizar la actividad productiva sin depender de las habituales condiciones abusivas que imponían los prestamistas. Gomes (2007) no ve el Comercio Justo como algo limitado a la actividad meramente comercial, sino que también lo considera innovación económica y social, empoderamiento y organización de los pequeños productores, artesanos y prestadores de servicios urbanos y rurales.

Existe una corriente que considera el Comercio Justo no sólo como una alternativa al sistema capitalista sino también como una alternativa a la economía planificada, ante el fracaso de sucesivos modelos de desarrollo y el hecho de que las desigualdades no fueron erradicadas por ninguno de los sucesivos paradigmas. Enmarcan el Comercio Justo en el contexto de la crisis del pensamiento sobre los modelos de desarrollo, ya que los movimientos contestarios de carácter revolucionario no consiguieron crear sociedades basadas en la democracia, la equidad y la prosperidad, de ahí que para luchar contra la exclusión y la pobreza emerjan propuestas concretas cuya validez se comprueba en los resultados sociales y económicos que logran (Roozen y Vanderhoff, 2002). Se pone de manifiesto que el Comercio Justo encarna un nuevo paradigma económico. En una etapa de confrontación entre los dos modelos dominantes, el de libre mercado y el de la economía dirigida por el Estado, el Comercio Justo arraigó en pequeñas comunidades que se sitúan en los márgenes de ambos sistemas (Audebrand y

Pauchant, 2009), porque los precios y la producción no vienen determinados ni por la libre fluctuación de los mercados ni por la planificación gubernamental.

La definición de Comercio Justo de Bennett (2012) es una síntesis de las aportaciones de los autores mencionados, pues ve en el Comercio Justo un mecanismo para apoyar a los productores más desfavorecidos y para empoderarlos, un sistema de comercialización que regula el mercado en oposición a los mercados completamente liberalizados y un modelo alternativo al de las grandes empresas que construye relaciones sociales diferentes y propicia un consumo responsable. Clasifica el propósito general y los objetivos del Comercio Justo en cuatro categorías. Primero, el Comercio Justo como red de seguridad que ayuda a los grupos marginados por sus gobiernos, por conflictos bélicos o por desastres naturales a no vivir en la pobreza, tener que recurrir a trabajos indeseables o emigrar. En segundo lugar, el Comercio Justo como proyecto de desarrollo que brinda acceso al mercado, información y crédito a los pequeños productores marginalizados, de modo que los productores se vuelvan económicamente sostenibles. En tercer lugar, el Comercio Justo como mecanismo regulador para asegurar la equidad social y la sostenibilidad ambiental de lo que se comercializa. Y cuarto, el Comercio Justo como alternativa al modelo de negocios de las grandes empresas. De forma similar a lo que ocurre en los mercados locales de agricultores, el Comercio Justo crea un espacio social y relaciones personales. Es una alternativa al fetichismo de la mercancía y un retorno al consumo consciente y responsable.

Frente a estas aportaciones que subrayan la capacidad transformadora del Comercio Justo, otros autores se han centrado en la contradicción intrínseca del Comercio Justo como un movimiento que está contra el mercado al que pretende transformar pero actúa dentro de él (Raynolds, 2002; Levi y Linton, 2003; Moore, 2004; Nicholls y Opal, 2005; Taylor, 2005; Lockie y Goodman, 2006; Fridell, 2007). El Comercio Justo, que surgió con el objetivo explícito de modificar las relaciones comerciales existentes en el sector agroalimentario global, cuando quiso aumentar su impacto vio cómo su producto más emblemático, el café, empezó a alejarse de los nichos de mercado alternativos para venderse en los establecimientos de venta al por menor masivos. Esto ejemplifica un proceso, a menudo sutil, por el que operar en el mercado convencional puede llevar a desviarse de los propósitos originales (Taylor, 2005).

Otros autores apuntan que lo deseable es subsanar los efectos más perniciosos del libre mercado. Renard (1999), centrándose en los pequeños productores de café, afirma que el desafío estriba en conciliar los mecanismos del mercado con el respeto a los intereses de los pequeños productores. Para Levi y Linton (2003), lo que singulariza al Comercio Justo es que intenta conciliar valores propios de los mercados con otros que pertenecen a ámbitos no mercantiles. Mientras ofrece en el mercado productos tangibles, lo que esencialmente está intentando conseguir es que la ciudadanía de los países ricos tenga en cuenta los valores de justicia social global en sus decisiones de compra.

Habiéndose constatado que el Comercio Justo presentaba algunas limitaciones como herramienta de desarrollo, surgieron visiones partidarias de engarzar el Comercio Justo con estrategias de más amplio alcance. Coscione (2016), haciéndose eco de la concepción que predomina en los espacios representativos de los productores latinoamericanos, pone de relieve la noción de Comercio Justo como contrato social cuyo objetivo es la transformación y el desarrollo a través del comercio y no la caridad, y enmarca el Comercio Justo como una expresión más de la Economía Solidaria, construcción teórica y práctica cuyas raíces están precisamente en América Latina. Existen diferentes ejemplos de nexo entre Comercio Justo y Economía Solidaria. Los fundadores de la Sociedad Cooperativa Andaluza Sandino, una de las importadoras de productos de Comercio Justo pioneras en España, desde la creación de la cooperativa en 1989 tuvieron el proyecto de crear redes y alianzas y de avanzar en la construcción de la Economía Solidaria, con objeto de que los principios del Comercio Justo se propagaran a la globalidad de la actividad económica. A tal fin se entablaron contactos con entidades de inserción sociolaboral y de reciclaje y ya se planteaba la necesidad de una Banca Ética. La relación entre diversas entidades cristalizó en la fundación en 1993 de la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), que por primera vez planteaba en España extender los principios del Comercio Justo al conjunto de actividades económicas. La importadora de Comercio Justo más antigua de Cataluña, Alternativa 3, pertenece a la Xarxa d'Economia Solidària (Red de Economía Solidaria) de Cataluña, a la que pertenecen centenares de entidades de distintos sectores productivos. La inserción del Comercio Justo en un marco de actuación más amplio como es el de la Economía Social y Solidaria permitió que en los años 1990, en un momento en que la vertiente comercial adquiría una gran importancia, conservara su vigor como movimiento social y enlazara con movimientos emergentes como el de la Soberanía Alimentaria.

2.2.2 ¿Un movimiento social contemporáneo?

La visión del Comercio Justo como un movimiento social está extendida tanto entre la comunidad académica como entre las organizaciones y colectivos que trabajan bajo sus principios, si bien no es unánime. CECJ y EMAUS (2008a) y Mili (2017) explican la diversidad de planteamientos dentro del Comercio Justo por su nacimiento a partir de un movimiento ciudadano de base, descentralizado y heterogéneo, con vocación militante y en constante evolución. Dentro de esta pluralidad, los diferentes enfoques ponen el acento en distintos aspectos: introducir la equidad en las transacciones comerciales, el desarrollo y empoderamiento de los productores del Sur, la sensibilización de los consumidores en el Norte o incrustar el Comercio Justo en movimientos sociales de mayor alcance como la Soberanía Alimentaria o en planteamientos que abarquen la totalidad de la actividad productiva, como la Economía Solidaria.

En los actores que consideran el Comercio Justo como un movimiento social, dos cuestiones aparecen de forma predominante. En primer lugar, la actividad comercial queda muy

limitada en su eficacia si no va acompañada de la movilización ciudadana y la presión política. En segundo lugar, la inserción del Comercio Justo en movimientos de amplio alcance que cuestionan la totalidad del modelo social, político y económico y de manera particular el sistema agroalimentario. Según Raynolds y Murray (2007), el Comercio Justo es un movimiento social preocupado por la justicia social y orientado al desarrollo que busca fundamentalmente desafiar las desigualdades globales y las instituciones y valores de los mercados convencionales. En los colectivos que han puesto en práctica la actividad comercial del Comercio Justo, predomina una visión que trasciende la comercialización y ponen el acento en las luchas sociales y en la presión política. Huybrechts (2012) señala que la dimensión social del Comercio Justo descansa en la noción de redistribución, y la dimensión política la entiende vinculada a la noción de transformación política de Laville (2003), que tiene lugar a través de espacios públicos de participación ciudadana que contestan el absolutismo de la economía de mercado y su concomitante sociedad de mercado, y que cuestionan la creciente tendencia a identificar ciudadanos con consumidores o contribuyentes.

Tilly (2004) define los movimientos sociales como “políticas contenciosas” (contentious politics). Contenciosas en el sentido de que implican la realización colectiva de reivindicaciones que, de realizarse, entrarían en conflicto con los intereses de otra persona o colectivo, y políticas porque su actividad se extiende al ámbito político. Los movimientos sociales surgen como una síntesis de tres elementos: 1) un esfuerzo público sostenido y organizado que formula reivindicaciones colectivas a las autoridades, en definitiva campañas; 2) empleo de una combinación de diversas formas de acción política, como creación de asociaciones, reuniones públicas, mítines, manifestaciones, edición y distribución de panfletos, campañas de peticiones, y declaraciones en los medios de comunicación; 3) demostraciones públicas de unidad, dignidad, masa crítica y compromiso.

Algunos autores ubican el Comercio Justo dentro de la emergencia de los movimientos contra la Globalización, impulsados esencialmente desde las ONG y las redes creadas por ellas. En el Comercio Justo se da una combinación de colaboración comercial y de movimiento social adscrito a los movimientos altermundialistas, los cuales extienden su actuación más allá de las protestas y cuyas propuestas configuran una economía social, popular y solidaria, que promueve un desarrollo sostenible, el fomento del cooperativismo, la ayuda a los más desfavorecidos, los microcréditos y las finanzas éticas, y el Comercio Justo (Mili, 2017). Al formar parte de una serie de movimientos que conforman lo que se ha denominado “nueva globalización”, el Comercio Justo pretende reconfigurar los patrones que rigen el comercio internacional y el proceso mismo de expansión de las grandes corporaciones en la economía global, que históricamente han socavado las condiciones sociales y ambientales en todo el mundo (Murray y Raynolds, 2007). El Comercio Justo queda englobado dentro de una serie de nuevos movimientos sociales vinculados a las ONGs y sus redes, y no a los sindicatos o

partidos políticos³. Es parte de una lucha de más envergadura para conseguir la sostenibilidad y contra la explotación de personas, animales y medio ambiente, junto a la agricultura ecológica, la reivindicación de unos salarios dignos, la protección de la biodiversidad, la preservación de las culturas indígenas, la soberanía alimentaria y la defensa de los derechos animales (Linton, 2012).

El rechazo a la explotación social y ambiental conecta con una serie de autores que advierten en el Comercio Justo un movimiento que desafía al sistema agroalimentario hegemónico por su carácter explotador. Shreck (2005) lo considera como un movimiento social contemporáneo que, en comparación con otras reivindicaciones agroalimentarias contestatarias, posee la singularidad de intentar ir más allá de mejorar las condiciones de producción y quiere alterar realmente las relaciones comerciales convencionales. Por el contrario McMichael (2000) no lo percibe como un movimiento tan único, sino que aprecia tanto en el Comercio Justo como en los otros movimientos de oposición al modelo agroalimentario, un conjunto de grupos e individuos que participan en una acción colectiva y organizada que desafía al régimen corporativo alimentario dominante.

Entre los responsables de las organizaciones que han puesto en práctica el Comercio Justo, resulta nítida la idea de la indisolubilidad de la actividad comercial y la movilización social. Setem (1999), una ONG de cooperación al desarrollo implicada activamente en el Comercio Justo, tanto a través de su colaboración con la importadora Alternativa 3, como a través de proyectos de desarrollo llevados a cabo con cooperativas productoras de café de México y Centroamérica, en su formulación del Comercio Justo resalta la duplicidad de actuaciones, la comercializadora y la de presión política y sensibilización. Propugna que, para hacer frente al crecimiento comercial, se expanda el apoyo a los productores en lo concerniente a desarrollo y manufactura de los productos, organización eficiente de la producción, mejora de la calidad y transferencia de conocimientos en gerencia, administración y control de costes. Junto a ello, reclama movilizar a los partidarios del Comercio Justo y hacer valer el poder de los consumidores, ante la certidumbre acumulada durante los años 1990 de que el ámbito político y el mundo empresarial son sensibles a lo que piensen un gran número de votantes y consumidores. Rodríguez de Vera (2015), fundador y socio de Eticambio, importadora de productos de Comercio Justo con sede en Murcia, se pronuncia a favor de la característica de movimiento social del Comercio Justo. Considera el Comercio Justo como un actor colectivo cuya actuación presenta una clara continuidad temporal, inmerso en un conflicto social, que está organizado en forma de red para sensibilizar a la opinión pública y exigir, de forma organizada y consciente, unos objetivos de carácter público y transformadores socialmente acordes a su identidad colectiva.

3 No obstante, existieron casos de implicación directa de sindicatos en el Comercio Justo. Fue el caso de la Associació Pau i Solidaritat, una ONG de cooperación al desarrollo creada en 1991 por la estructura territorial en Catalunya del sindicato Comisiones Obreras. La asociación incluyó entre sus líneas de actuación la venta de productos de Comercio Justo, hasta principios del siglo XXI, en una tienda abierta al público.

Esta investigación defiende una visión menos optimista. En los años 1970 y 1980, y en algunos países incluso en la década de 1990, el Comercio Justo podía conceptualizarse sin duda como movimiento social. Como se verá en este capítulo, estaba articulado en torno a unas tiendas solidarias denominadas World Shops (Tiendas del Mundo), que aglutinaban colectivos con un alto sentido del activismo, un considerable trabajo voluntario y poca profesionalización. La actividad comercial era un elemento que acompañaba las campañas de denuncia y sensibilización. La coyuntura internacional favoreció una gran movilización solidaria con los países de Centroamérica que sufrían en su territorio conflictos armados que enfrentaban un bando revolucionario contra otro apoyado por los Estados Unidos, lo que generó profundos vínculos políticos y personales entre los colectivos solidarios del Norte y las organizaciones del Sur.

Desde 1988, la introducción de los sellos de garantía comportó automáticamente la difusión del Comercio Justo en los canales comerciales mainstream, lo que diluyó y debilitó mucho el mensaje y la información que sí transmitían las tiendas solidarias y, en consecuencia, su carácter de movimiento social. A partir del siglo XXI, las empresas multinacionales empezaron a certificar un (pequeño) porcentaje de sus ventas con el sello de Comercio Justo, lo que le redujo aún más su componente reivindicativo. El caso de España, donde la institucionalización del Comercio Justo se produjo en la primera década del siglo XXI y con un gran decalaje temporal respecto a la mayoría de países de Europa Occidental, ilustra perfectamente cómo la incorporación de los sellos de garantía, el crecimiento de las ventas y la imitación del modelo seguido por los países vecinos, coexistieron con la progresiva desmovilización.

Carraro *et al.* (2006), en su trabajo con organizaciones de Comercio Justo⁴, constatan que la mayoría se sienten partícipes de un movimiento social, pero que lo es sólo si la acción de sus actores no se limita a vehicular objetos de consumo producidos total o parcialmente en países empobrecidos. Una concepción únicamente comercial del Comercio Justo, que tenga una débil conexión con la transformación del modelo de consumo y con la denuncia sistemática de las injusticias del comercio internacional y de sus causas, ubica al Comercio Justo en una esfera de intervención social continuista y conservadora.

Montagut y Dogliotti (2006) desarrollaron su enfoque del Comercio Justo desde su labor en la Xarxa de Consum Solidari-Red de Consumo Solidario, importadora de productos de Comercio Justo fundada en septiembre de 1996 en Barcelona como una iniciativa conjunta de la importadora Equimerca⁵, con sede central en Pamplona (Navarra) y una oficina en Barcelona, y la ONG Sodepau. Entienden el Comercio Justo como parte de una lucha ha-

4 Federica Carraro es miembro desde la década de 1990 de Sodepaz Madrid, ONG de cooperación para el desarrollo e importadora de Comercio Justo.

5 Equimerca era un proyecto creado en 1993 por la Fundación Adsis, a través de la cual el movimiento cristiano de base Adsis desarrollaba proyectos de solidaridad, cooperación y transformación social. A partir de la labor de la Fundación Adsis en Chile, surgió la idea de comercializar los productos de las comunidades con las que se trabajaba. El primero de ellos fue la miel de Valdivia.

cia unas condiciones sociales y económicas diferentes, objetivo que tiende a realizarse en alianza con otros sectores y movimientos de la sociedad. Para ello el Comercio Justo actúa en tres ámbitos. En primer lugar, ha articulado un discurso crítico sobre las relaciones Norte-Sur, el mercado y el consumo, y lo ha llevado a la sociedad, contribuyendo así al cambio de hábitos. Vinculado con este aspecto está la capacidad de movilización social, ya que las organizaciones de Comercio Justo han adquirido un cierto prestigio en el conjunto de la sociedad y han hecho evidente la posibilidad de un movimiento autónomo de ciudadanos como consumidores críticos. Finalmente está la actividad del comercio alternativo, centrado en algunos productos que sólo pueden ser cultivados en climas tropicales pero que desde hace tiempo están en la dieta de los países occidentales, por lo que forman parte del comercio internacional.

Dentro de los actores que han llevado a cabo la actividad del Comercio Justo, aun cuando existe unanimidad en que es imprescindible el componente de activismo y reivindicación colectiva, se observan diferencias sobre dónde enfatizar lo esencial del movimiento, motivadas por la pluralidad ideológica existente dentro de él. Así, Carraro *et al.* (2006) y Montagut y Dogliotti (2006) sitúan la actividad comercial en un plano subalterno respecto al componente de lucha social y política y de movilización ciudadana. Las personas y organizaciones que han priorizado la incidencia política son las que de forma más decidida vincularon el Comercio Justo con la Soberanía Alimentaria e incluso en algún caso relegaron el comercio de los productos tradicionales del Comercio Justo a una posición marginal o complementaria.

2.2.3 Comercio Justo y Soberanía Alimentaria

El origen del concepto de Soberanía Alimentaria es impreciso. En 1983 el gobierno de México anunció el Programa Nacional de Alimentación (PRONAL), cuyo objetivo esencial era “conseguir la soberanía alimentaria”, un concepto que se entendía que iba más allá de la autosuficiencia alimentaria, ya que implicaba el control nacional sobre diversos aspectos de la cadena alimentaria, reduciendo por tanto la dependencia de capitales extranjeros y de la importación de alimentos básicos, inputs y tecnología. El factor clave de esta estrategia era la adopción de un enfoque amplio que comprendía políticas relativas a las fases de producción, transformación, comercialización y consumo. En la década de 1980 algunos gobiernos centroamericanos empezaron a emplear términos relacionados con la Soberanía Alimentaria en sus políticas. Fue el caso del gobierno de Nicaragua, que en 1983 utilizó el término “autosuficiencia” nacional en la oferta de alimentos, y del de Costa Rica, que en 1989 declaró la necesidad del “autoabastecimiento” en algunos granos básicos. En los años 1980 se fueron intensificando los contactos entre los movimientos campesinos de México y Centroamérica, aunque se desconoce si México exportó el concepto de Soberanía Alimentaria a sus países vecinos mediante contactos entre colectivos campesinos u otras organizaciones de la sociedad civil, o a través de los medios de comunicación, o surgió de forma simultánea en diferentes países (Edelman, 2014).

En su formulación política contemporánea, el concepto de Soberanía Alimentaria emergió en los años 1990 ante la necesidad de encontrar alternativas a la Globalización Neoliberal y que esencialmente reclama el derecho de los pueblos de decidir qué modelo agroalimentario desean seguir al margen de las multinacionales del sector y de instituciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Mundial del Comercio (OMC) o el Banco Mundial (BM). El principal actor de la reivindicación de la Soberanía Alimentaria es La Vía Campesina, un movimiento internacional que hace una década ya aglutinaba unas 150 organizaciones locales e internacionales en 70 países. En la Segunda Conferencia Internacional de La Vía Campesina, celebrada en Tlaxcala (México) en abril de 1996, por primera vez se debatió sobre la Soberanía Alimentaria. Los delegados acordaron que deseaban tener una representación adecuada en la Conferencia Técnica Internacional sobre Recursos Filogenéticos que debía tener lugar en Leipzig (Alemania) en junio de ese mismo año y en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación que se celebraría en Roma en noviembre del mismo año (Windfuhr y Jonsén, 2005).

En el foro alternativo de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación, organizada en Roma en noviembre de 1996, expuso por primera vez su defensa del concepto de Soberanía Alimentaria, compartido por otras organizaciones de carácter global como Veterinarios sin Fronteras (VSF) o Genetic Resources Action International (GRAIN) (González Esteban, 2014). Se trataba de un concepto que se contraponía al de Seguridad Alimentaria definido por la FAO. En la declaración “Por el derecho a producir y por el derecho a la tierra. Soberanía Alimentaria: un futuro sin hambre”, La Vía Campesina afirmaba su determinación a crear economías rurales basadas en la Soberanía Alimentaria, el Comercio Justo y el respeto a los campesinos y a la tierra. No establecía una distinción muy clara entre los conceptos de Soberanía Alimentaria y Seguridad Alimentaria, y proclamó unos principios esenciales:

- La alimentación como un derecho humano
- Reforma Agraria para la consecución de la Soberanía Alimentaria
- Preservación de los recursos naturales
- Reorganización del comercio de alimentos
- Eliminar la globalización del hambre
- Paz social como condición de la Soberanía Alimentaria
- Control democrático de las instituciones⁶

La Soberanía Alimentaria fue aceptada y reivindicada por más colectivos y organizaciones, y en la cumbre alternativa de la Cumbre Mundial de la Alimentación organizada por la

6 Véase la página web de La Vía Campesina (<https://viacampesina.org/es/1996-declaracion-de-roma-de-la-via-campesina-que-define-por-primera-vez-la-soberania-alimentaria/>, consultada el 23/11/2022)

FAO en el 2002, de nuevo en Roma, La Vía Campesina hizo público el manifiesto “Tierra y Dignidad” y convocó una marcha en Roma, adonde acudió con una delegación internacional de un centenar de personas. Actualmente La Vía Campesina define la Soberanía Alimentaria como “el derecho de los pueblos a alimentos saludables y culturalmente apropiados, producidos mediante métodos ecológicamente sanos y sostenibles y el derecho a definir sus propios sistemas alimentarios y agrícolas” (Patel, 2009; Holt y Altieri, 2013). Esta formulación del concepto explicita la defensa de la producción orgánica o ecológica. La Vía Campesina y sus aliados regionales, nacionales y transnacionales han adoptado mayoritariamente la agroecología como la forma de producción que es coherente con el conjunto de sus principios (Edelman *et al.*, 2014).

La creencia en la agroecología quedó reforzada desde organizaciones supranacionales. Olivier De Schutter, Relator Especial de Naciones Unidas por el Derecho a la Alimentación entre el 2008 y el 2014, en el informe presentado en diciembre del 2010 en el 16º período de sesiones del Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas calificó la agroecología como un modo de desarrollo agrícola que mostraba fuertes lazos conceptuales con el derecho a la alimentación y que había demostrado que ofrecía resultados para avanzar rápidamente en la concreción de ese derecho. En conexión con la mención al Comercio Justo que hacía la primera definición propuesta por La Vía Campesina en 1996, afirmaba la necesidad de poner en contacto las explotaciones agrícolas sostenibles con los mercados justos (De Schutter, 2011). La fortaleza del movimiento quedó ratificada en el Foro Mundial de Soberanía Alimentaria del 2001 en La Habana, en septiembre del 2003 en la cumbre de la OMC en Cancún y en el Foro Mundial de la Soberanía Alimentaria del 2007 en Sélingué (Mali), entre otros eventos. La Vía Campesina representa en la actualidad a millones de campesinos y campesinas, pequeños y medianos productores, pueblos sin tierra, indígenas, migrantes y trabajadores agrícolas de todo el mundo. Comprende 182 organizaciones nacionales y locales en 81 países de África, América, Asia y Europa⁷.

La visión del Comercio Justo ligado a la lucha por la Soberanía Alimentaria suele coincidir con quienes abogan por un Comercio Justo que no se limite a las relaciones Sur-Norte, sino que también contemple el comercio Norte-Norte y Sur-Sur (Jaffee *et al.*, 2004; Carraro *et al.*, 2006; Montagut y Vivas, 2006; Gomes, 2007; Vivas, 2008; Cuéllar y Reintjes, 2009; Dogliotti *et al.*, 2010; Xarxa de Consum Solidari, 2015; Coscione, 2016). Para los productores del Sur, el Comercio Justo puede suponer la obtención de mejores precios en los productos destinados a los mercados del Norte, pero para los productos que se comercializan en los mercados domésticos no sólo no supone ninguna mejora, sino que estos productos enfrentan la competencia de los que provienen del Norte (Gomes, 2007). Esta competencia a menudo es desleal por las prácticas de dumping de productos subvencionados en los países donde han sido producidos (Holt, 2009; De Schutter, 2011; Kremen *et al.*, 2012; Holt y Altieri, 2013). El

⁷ Véase la página web de La Vía Campesina (<https://viacampesina.org/es/la-via-campesina-la-voz-las-campesinas-los-campesinos-del-mundo/>, consultada el 14/10/2022)

resultado conjunto de los subsidios agrícolas en los países del Norte y de la liberalización del comercio es un sistema de comercialización en el que el éxito depende menos de las ventajas comparativas que del acceso comparativo a los subsidios (González Esteban, 2014; Rosset, 2006). Adquiere todo el sentido, en consecuencia, poner la atención sobre los productos que tradicionalmente no han formado parte del elenco del Comercio Justo.

Desde esta perspectiva, que trasciende los productos de origen colonial tradicionalmente característicos del Comercio Justo, diferentes autores coinciden en la necesidad de sobrepasar los cauces habituales y adoptar una estrategia más amplia de desarrollo de los pequeños productores. La superación de los históricos límites del Comercio Justo, las exportaciones del Sur hacia el Norte, debe asentarse en el apoyo a la agricultura familiar agroecológica y en las políticas públicas de seguridad y soberanía alimentaria, con el objetivo de erradicar el hambre y la pobreza (Gomes, 2007). La relación de confianza que se establece entre consumidores y agricultores con la venta directa en los mercados locales se estima semejante a la que se da en el Comercio Justo entre productores del Sur y consumidores del Norte (Montagut y Dogliotti, 2006; Murray y Raynolds, 2007; Bennett, 2012). La colaboración con los agricultores locales adquiere una importancia estratégica. Esto supone desmarcarse de las concepciones del Comercio Justo que únicamente plantean una mayor transferencia monetaria del Norte al Sur sin llegar al fondo de la problemática de la agricultura y la alimentación, concepciones que fácilmente son cooptadas por el discurso neoliberal (Montagut y Dogliotti, 2006).

La Soberanía Alimentaria, en su formulación teórica y en su aplicación práctica tiene un importante componente local enfocado a priorizar el abastecimiento de los mercados locales y regionales y a garantizar el derecho humano a la alimentación por encima del comercio internacional. Presenta, por consiguiente, aspectos diferenciales con el Comercio Justo, en el cual los cultivos son de clara vocación exportadora, como el café, el cacao, el té y el azúcar. Asimismo ya en los años 1990 surgió el debate sobre si tenía sentido comercializar productos de Comercio Justo del Sur que podían ser producidos en el Norte, como la miel o las mermeladas. La decisión que acabaron adoptando las organizaciones más apegadas a la Soberanía Alimentaria fue la de adquirir los productos siempre con un criterio de máxima cercanía, lo que obviamente implicó dejar de importar miel de países del Sur⁸.

Respecto a los productos de clima tropical que no pueden ser producidos en países del Norte de clima templado, el Comercio Justo y la Soberanía Alimentaria coinciden en el retorno del poder a la ciudadanía y a los productores sustrayéndolo de los oligopolios de la industria (Dogliotti *et al.*, 2010). En el caso del café ello se concretaría en una política impositiva sobre las empresas multinacionales que financiara una reconversión productiva en los países productores encaminada a disminuir la oferta mundial de café. La política arancelaria debería

8 Según Miguel Rodríguez de Vera Mouliá, socio fundador de Eticambio, el criterio que siguen es abastecerse de los productos siempre donde estén más próximos, con la condición de que cumplan los estándares que fija el sello de garantía Símbolo de Pequeños Productores (SPP), que es por el que han optado para certificar los productos que comercializan (entrevista mantenida el 19/1/2023).

favorecer que la transformación se realizara con la máxima cercanía posible a los productores del Sur, para generar valor añadido allí y no en el Norte. Estas medidas deberían ir acompañadas de un nuevo acuerdo internacional que regule el mercado e impida los crónicos excesos de oferta. Para el cacao, igualmente la solución pasa por un nuevo acuerdo internacional que regule la oferta y garantice unos precios dignos para los productores. En el azúcar, advierten del oligopsonio de la gran industria alimentaria que en Europa supone el 75% de la demanda, principalmente la industria de los refrescos, aunque también se dan grandes consumos en la industria de derivados lácteos y en la de bollería industrial. Estas empresas serían las grandes beneficiadas de una rebaja de los precios mundiales del azúcar. Como en el café y el cacao, su propuesta radica en el control de los mercados por medio de un acuerdo internacional que beneficie a los pequeños productores con modelos de producción sostenibles tanto en Europa, que produce azúcar a partir de la remolacha azucarera, como en los países en desarrollo, donde se produce azúcar de caña.

La fórmula que plantean para los tres cultivos forma parte de una visión del Comercio Justo que va más allá del intercambio y ve la necesidad de una profunda transformación de las reglas y prácticas del comercio convencional, un cambio que empodere a los pequeños productores y los consumidores y en el que dejen de tener el poder, la soberanía y la capacidad de imponer sus reglas e intereses las empresas multinacionales. La óptica que tenían respecto a algunos de los productos más relevantes del Comercio Justo y la imposibilidad que comprobaron de cambiar las reglas del comercio internacional relativas a ellos condujo a que, durante la segunda década del siglo XXI, la Xarxa de Consum Solidari fuera reduciendo progresivamente su actividad en el Comercio Justo tradicional, que pivotaba sobre los productos de origen colonial, para centrarse en la colaboración con campesinos locales que siguen un modelo agroecológico.

No se puede dudar que resulta lógico extender los principios del Comercio Justo más allá de los productos propios de climas tropicales que son ampliamente consumidos en el Norte y defender la concepción más amplia de la Soberanía Alimentaria como modelo de desarrollo. Sin embargo, en la medida en que son productos, como el café, que suponen un gran volumen de comercio internacional y unas elevadísimas cifras de consumo en los países occidentales, parece razonable que las organizaciones que en su filosofía fundacional tienen la solidaridad con los más desfavorecidos sigan pronunciándose sobre las condiciones en las que tienen lugar la producción y el comercio de estos productos y hagan propuestas al respecto, ya que su trabajo gira alrededor de la agricultura y la alimentación. La defensa de la Soberanía Alimentaria y la continuidad de las propuestas en torno a los productos de Comercio Justo no tienen por qué ser incompatibles.

2.3 Los orígenes del Comercio Justo

2.3.1 Las primeras experiencias de comercio alternativo tras la Segunda Guerra Mundial

En 1946, una integrante de la comunidad Menonita de Estados Unidos, Edna Ruth Byler, quedó fuertemente impresionada por la pobreza y las condiciones de vida que presenció en un viaje a Puerto Rico. En el Valle de la Plata conoció mujeres que tenían dificultades para poder alimentar a sus hijos y se sintió interpelada a realizar alguna acción al respecto, ya que ella misma había sufrido la pobreza durante la Gran Depresión. Al ver las piezas de fino bordado que elaboraban las mujeres, que tenían una escasa salida comercial, tomó la iniciativa de comprarlas y de vuelta a Estados Unidos se dedicó a venderlas, dispuestas en el maletero de su vehículo y sin obtener beneficio, a sus vecinos y amistades y en las reuniones que tenían lugar en la Iglesia⁹. En 1952, ella y otra persona de la comunidad Menonita exhibieron y vendieron artesanías en la Mennonite World Conference celebrada en Basilea, Suiza (Bennett, 2012). Además, viendo el efecto a largo plazo que los ingresos continuados en el tiempo podían tener para las comunidades empobrecidas, el Mennonite Central Committee (MCC) apoyó y facilitó los viajes de Byler al extranjero, no sólo a Puerto Rico sino también a otros países como Jordania o la India. Durante los años 1950, Byler recorrió todo el país con su vehículo cargado de bordados de varios países, asistiendo a círculos de costura de mujeres y reuniones de personas interesadas. En cada encuentro explicaba la situación y la historia de las personas que habían producido los bordados, y de esta manera se expandió el discurso de que cada compra contribuía a que una mujer mejorara su independencia económica y pudiera ofrecer un futuro mejor a su familia.¹⁰ A la oferta de bordados se añadieron bordados en punto de cruz elaborados por refugiados palestinos y artesanías de madera talladas a mano procedentes de Haití (Redfern y Snedker, 2002).

Simultáneamente, la American Church of the Brethren inició una tarea similar de apoyo a refugiados en la Europa de la postguerra. Se trataba de la corriente más numerosa proveniente de la Iglesia de los Hermanos de Schwarzenau, de Alemania. La primera congregación en Estados Unidos se fundó en el siglo XVIII en Pensilvania. Su primera tarea consistió en importar relojes de cuco de madera procedentes de Alemania para revenderlos en el estado de Maryland. Esta práctica dio lugar a la fundación de SERRV International, acrónimo de Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation. En 1950, SERRV International abrió en New Windsor, Maryland, la que es considerada como la primera tienda de comercio alternativo, denominada International Gift Shop (Bennet, 2012). En 1951 SERRV International imprimió su primer catálogo de productos, que eran vendidos mediante el sistema de consigna¹¹.

9 Véase la página web de la organización Ten Thousand Villages (<https://www.tenthousandvillages.com/history>, consultada el 23/10/2021)

10 Ibid.

11 Véase la página web de la organización SERRV International (<https://www.serrv.org/category/about-us>, consultada el 27/10/2021)

Las iniciativas de la comunidad Menonita y de la American Church of the Brethren tuvieron lugar en el contexto posterior a la Segunda Guerra Mundial, en el que grupos religiosos solidarios y personas a título individual de Estados Unidos y Europa empezaron a comprar artesanías en los países menos desarrollados o devastados por guerras para venderlos sin añadirles ningún margen en sus países (Nicholls y Opal, 2005). La comunidad Menonita de Estados Unidos, una rama trinitaria y pacifista del movimiento cristiano anabaptista, tuvo un papel destacado y no restringió su acción a países subdesarrollados, sino que amplió la ayuda a grupos sociales pobres de Estados Unidos. A finales del decenio de 1940, el Mennonite Central Committee (MCC) estableció lazos comerciales con comunidades pobres del sur de Estados Unidos para generar ingreso y empleo (Jaffee, 2014).

En Europa surgieron iniciativas similares a las que se desplegaban en Estados Unidos. En 1959, el Oxford Committee for Famine Relief in Great Britain (posteriormente Oxfam), un colectivo creado en 1942 para proporcionar ayuda humanitaria durante el conflicto bélico, empezó a vender artesanías en la primera tienda de comercio alternativo que se inauguró en Europa. En un viaje a Hong Kong, el director del Oxford Committee tuvo la idea de vender en el Reino Unido artesanías producidas por refugiados chinos que habían huido a Hong Kong durante la Revolución Comunista. Los primeros productos importados fueron almohadillas para clavar alfileres (Bowen, 2001).

Estos proyectos pioneros de un comercio que eliminaba intermediarios fueron la base del desarrollo de toda una serie de esfuerzos humanitarios por parte de personas de congregaciones religiosas para ayudar a los países en vías de desarrollo, y perfilaron los principios de equidad en los intercambios comerciales y justicia social que luego fueron centrales en el movimiento del Comercio Justo (Murray y Reynolds, 2007). Numerosas organizaciones no gubernamentales de ayuda humanitaria no querían limitarse a recolectar dinero para aliviar situaciones de hambruna, conflictos armados o desastres naturales, el ánimo era comercializar, entendido como la acción de dotar a un producto de calidad y competitivo del Sur de una serie de condiciones para su venta en el Norte. Con esta iniciativa trataban de vehicular una oportunidad a los pequeños productores de los países menos desarrollados de vender parte de su producción en los mercados de países ricos (Cantos, 1998).

A medida que las diferentes organizaciones iban precisando más sus objetivos y tácticas, nuevas diferencias ideológicas se hicieron patentes. El objetivo básico desde un inicio había sido luchar contra la pobreza o los desastres de todo tipo en el Sur proporcionando una red de comercialización para los productos artesanales al principio y los de alimentación posteriormente, como veremos más adelante. Sin embargo, muchos colectivos consideraron que su trabajo debía dar respuesta a las injusticias que enfrentaban las poblaciones pobres de todo el mundo, y a las relaciones comerciales desiguales que ellos veían como una causa central de esa pobreza, actuando más sobre las causas que sobre las consecuencias. Los objetivos del comercio alternativo se debían extender más allá de la solidaridad y la ayuda al desarrollo y

proponían luchar contra la inherente injusticia de las relaciones comerciales, reducir las dependencias de todo tipo del Sur respecto al Norte y aportar mecanismos para que los países se pudieran desarrollar autónomamente (Bennett, 2012).

2.3.2 El contexto histórico: una reacción ante los problemas del subdesarrollo y la dependencia

La ampliación de los objetivos del comercio alternativo para dotarlos de un mayor contenido político se dieron en el contexto de la descolonización posterior a la Segunda Guerra Mundial en el que se pusieron en cuestión las relaciones Norte-Sur y la dependencia económica de los países menos desarrollados respecto a los industrializados. La conformación del Comercio Justo estuvo determinada por el contexto de un orden global desestabilizado por las consecuencias de la descolonización, en el que persistían estructuras coloniales de tipo sociológico y filosófico que sobrevivieron la conversión de los países colonizados en estados soberanos (Schwarz, 2000). Los movimientos partidarios de una mayor equidad global tenían en común sus respuestas implícitas y explícitas a los desafíos que planteaba el advenimiento de un mundo postcolonial. El Comercio Justo se inspiró en las demandas insatisfechas de los países menos favorecidos, manifestadas en conferencias, a través de publicaciones y en muchos encuentros personales, y propuso estrategias para superar la dependencia y lograr la igualdad global como intentos de completar la descolonización (van Dam, 2016).

En 1958, el GATT publicó el informe “Las tendencias del comercio internacional”, también denominado “Informe Haberler” en honor al profesor Gottfried Haberler, presidente del grupo de economistas responsables de su elaboración. Este informe constataba que las reglas del comercio internacional no eran favorables para los países productores de productos básicos y altamente dependientes de sus exportaciones, muchos de ellos países antiguamente colonizados y poco industrializados, y recomendaba reducir el proteccionismo agrícola de los países desarrollados y estabilizar las fluctuaciones a corto plazo de los precios de las materias primas. El informe planteaba que la igualdad entre desiguales es desigualdad. Se propuso un trato diferente y apropiado a cada Estado según su grado de desarrollo. En esta recomendación se incluía la posible fórmula de la teoría de la dualidad de las normas, de manera que las diferentes tipologías de Estados deberían tener diferentes normas compensadoras que regulasen sus relaciones. Asimismo se proponía estudiar fórmulas de compensación financiera en el supuesto de pérdida importante de divisas en un país como resultado de los intercambios comerciales. En el año 1959, retomando los planteamientos del Informe Haberler, la Resolución 1.423 (XIV) de la Asamblea General de Naciones Unidas pidió al Secretario General el nombramiento de un grupo de expertos que examinase la posibilidad de instituir, dentro de la estructura de Naciones Unidas, un mecanismo que contribuyese a contrarrestar las consecuencias de las grandes oscilaciones en los precios de los productos básicos sobre las balanzas de pagos de los países, con especial referencia a las medidas financieras compensatorias (Cantos, 1998).

Durante los siguientes años, los países productores de materias primas solicitaron a Naciones Unidas la convocatoria de un foro para tratar los problemas del comercio internacional y del desarrollo económico encaminado a dar aplicación al Capítulo IX de la Carta de las Naciones Unidas titulado “Cooperación internacional económica y social”. La respuesta fue la celebración del primer período de sesiones de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), del 23 de marzo al 16 de junio de 1964 en la ciudad suiza de Ginebra, de acuerdo con la resolución 1785 (XVII) de la Asamblea General de fecha 8 de diciembre de 1962, bajo el lema Trade, not Aid. En este primer periodo de sesiones ejercieron una fuerte influencia las teorías estructuralistas de desarrollo económico de Raúl Prebisch, que entre 1950 y 1963 había ejercido de Secretario Ejecutivo de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL), y en 1964 fue nombrado Secretario General de la UNCTAD. Prebisch consideraba el subdesarrollo como una rémora del colonialismo y la consecuencia de los intercambios desiguales entre el Norte y el Sur (Prebisch, 1986). Vinculó el contenido de la conferencia con la defensa de una política de sustitución de importaciones que redujera la dependencia de las exportaciones de productos primarios en los países del Sur. El segundo periodo de sesiones de la UNCTAD se llevó a cabo en Nueva Delhi entre el 1 de febrero y el 29 de marzo de 1968. El mensaje central continuaba siendo que la estructura del comercio internacional perjudicaba a los países menos desarrollados¹².

En 1974 la UNCTAD presentó el Integrated Programme for Commodities (Programa Integrado para los Productos Básicos). La iniciativa provino de los países en desarrollo y se redactó formalmente por primera vez en el Programa de Acción sobre el Establecimiento de un Nuevo Orden Económico adoptado en la Sexta Sesión Especial de la Asamblea General de las Naciones Unidas. Según Johnson (1976), sus objetivos eran: reducción de las excesivas fluctuaciones de la oferta y los precios de los productos básicos, tomando en consideración la especial importancia de este objetivo en el caso de los alimentos esenciales y productos naturales que se enfrentan a la competencia de substitutos con precios estables; fijación y mantenimiento de los precios de los productos básicos en niveles que, en términos reales, fueran equitativos para los consumidores y remuneradores para los productores; garantía del acceso a productos básicos para los países importadores, particularmente alimentos esenciales y materias primas; y garantía del acceso a los mercados, en especial los de los países desarrollados, para los países exportadores de productos básicos.

Se estaba concibiendo la necesidad de edificar un Nuevo Orden Económico Internacional para revertir el empobrecimiento que los países menos desarrollados seguían padeciendo por su dependencia tecnológica, económica, financiera y cultural del Norte. No obstante, los acuerdos entre los gobiernos tuvieron escaso éxito, y el propósito de un nuevo orden económico internacional fracasó por la oposición de los países desarrollados y la poca cooperación

12 Véanse las Actas del Segundo Período de Sesiones en la página web de la UNCTAD (https://unctad.org/es/system/files/official-document/td97vol1_sp.pdf, consultada el 18/10/2021)

Sur-Sur, ya que Asia por un lado, y América Latina y África por otro, mantenían posiciones divergentes (Coscione, 2012a). A partir de mediados de los años 1960, las redes de ciudadanos, organizaciones sociales y asociaciones preocupadas por los efectos de la pobreza, sobre todo las radicadas en Estados Unidos y Europa, hicieron propio el lema Trade, not Aid, y las incipientes iniciativas de comercio directo y alternativo se difundieron rápidamente.

En las organizaciones de comercio alternativo gozaban de una gran autoridad intelectuales de referencia para los movimientos solidarios como Gunnar Myrdal y el ya mencionado Raúl Prebisch, que habían criticado repetidamente el círculo vicioso de dependencia en el que estaban inmersos los países del Sur en relación a los países industrializados, y preconizaban que los países más pobres debían conseguir una posición internacional más independiente mediante la mejora de las relaciones de intercambio de las materias primas que ya exportaban y el incremento de su propia producción industrial (van Dam, 2016). Lo que estaba teniendo lugar en los años 1960 y 1970 fue el auge de una amplia escuela de pensamiento sobre el subdesarrollo y la teoría de la dependencia. Dentro de ella se pueden distinguir dos corrientes, la estructuralista y la que se aglutinaba en torno a la teoría de la dependencia, predominantemente neo-marxista. La primera, encabezada por estructuralistas latinoamericanos como Celso Furtado y Raúl Prebisch, defendía que el intercambio desigual entre el Sur y el Norte tenía su origen en el gradual deterioro de los precios de los productos primarios en relación a los bienes manufacturados. Al contrario de lo que sucede con las manufacturas, la demanda de los productos primarios acostumbra a ser inelástica, por lo que descensos en los precios no generan una mayor cantidad demandada. Prebisch y otros estructuralistas argumentaban que estos problemas podían ser superados a través del desarrollo capitalista, sin necesidad de romper lazos con las empresas transnacionales del Norte. Esto requería una fuerte política de industrialización por sustitución de importaciones promovida por los estados del Sur, y una acción coordinada de estos estados dirigida a presionar a los estados del Norte para que adoptaran prácticas comerciales más justas.

La corriente integrada por neo-marxistas como Immanuel Wallerstein, Arghiri Emmanuel, André Gunder Frank, Samir Amin, Fernando Henrique Cardoso y Enzo Faletto, por el contrario, afirmaba que el sistema capitalista mundial, dividido entre las naciones imperialistas del Primer Mundo y las coloniales o neocoloniales del Tercer Mundo, existía desde el siglo XVI. La operativa habitual del sistema capitalista mundial desembocaba en una transferencia de riqueza excedente desde el Sur hacia el Norte. Esta situación, de acuerdo con la corriente neo-marxista, era debida a las relaciones de intercambio desigual que hundían sus raíces en el legado colonialista, que había impulsado a las naciones del Tercer Mundo a depender de las del Primer Mundo en tecnología, capital y mercados, lo que restringía y distorsionaba su desarrollo. La brecha entre el Norte y el Sur se veía como irremontable, y aconsejaban que los países del sur rompieran de forma radical con el sistema capitalista mundial por medio de una elevada intervención estatal orientada a la construcción de estados socialistas que se desvincularan completamente del sistema. Mili (2017) apunta que el reparto de la riqueza en

el mundo y la estructura del comercio internacional vienen determinadas por las relaciones comerciales que existieron durante siglos entre las metrópolis y sus colonias y por la especialización productiva que acarrearón. El proceso descolonizador posterior a la Segunda Guerra Mundial no alteró significativamente los patrones del comercio internacional.

A mediados de los años 1970 y más intensamente en la siguiente década, con el progresivo abandono de los postulados keynesianos, se iba estableciendo un marco político y económico que dejaba desprotegidos a amplios sectores sociales de los países menos desarrollados y en particular a los campesinos, lo que hacía emerger críticas al nuevo paradigma. Una crítica que supuso una enmienda contundente al paradigma económico que se estaba convirtiendo en hegemónico provino del representante de Perú en los organismos reguladores del comercio internacional. De Rivero (2001) describió el modelo de libre mercado como “Darwinismo Internacional”. Según él, los cambios en el mercado global y las profundas transformaciones tecnológicas estaban aplicando los mismos mecanismo de selección de las especies que había descrito Darwin y permitían sobrevivir solamente a los individuos, las empresas y las naciones más adaptadas a la competencia, y ello, además, en un lapso de tiempo muy breve.

El cuarto periodo de sesiones de la UNCTAD, celebrado entre el 5 y el 31 de mayo de 1976 en Nairobi (Kenia), tuvo una especial importancia para el movimiento por un comercio más justo. Los países del Sur intensificaron la presión para continuar con la agenda por un comercio más justo que se había iniciado en 1964, mediante la propuesta de un Integrated Programme for Commodities (Programa Integral para Materias Primas). El programa exigía cambios en el régimen de comercio internacional y desarrollo, entre ellos la creación de stocks internacionales de materias primas para controlar las fluctuaciones de los precios, que debían ser financiados mediante un fondo común. También reclamaba compensaciones financieras para aquellas materias primas en las que la acumulación de stocks no podía asegurar unos precios adecuados, y poner fin a las injustas barreras proteccionistas de los países del Norte. Los países industrializados rechazaron todas las demandas excepto la creación del fondo común para financiar la estabilización de los precios de las materias primas¹³. Aun así, se produjo un gran retraso en las aportaciones monetarias que realmente se requerían para estabilizar los precios (Bello, 2004; Fridell, 2007). La insuficiente respuesta de los países desarrollados a las demandas provenientes del Sur en lo concerniente al comercio de materias primas potenció las reivindicaciones que venían formulando los colectivos que alentaban un comercio alternativo.

13 Véanse las Actas del Cuarto Período de Sesiones en la página web de la UNCTAD (https://unctad.org/system/files/official-document/td218vol1_sp.pdf, consultada el 26/09/2022)

2.3.3 La organización del Comercio Justo y sus actores: grupos religiosos y activistas de la izquierda política

En los inicios y posterior desarrollo del Comercio Justo hasta finales de los años 1980, el Comercio Justo estuvo protagonizado por dos colectivos, grupos religiosos de base y activistas de la izquierda política, que tenían en común una serie de valores como el humanismo, la solidaridad con las poblaciones más pobres y la disconformidad ante lo que consideraban como injustas estructuras de la economía y el comercio mundiales, causantes de grandes desigualdades entre países y en el interior de ellos. Desde finales de los años 1960, en un contexto de surgimiento de movimientos de protesta y antimperialistas, los colectivos ligados a la izquierda más contestataria fueron adquiriendo mayor participación dentro del movimiento. Van Dam (2016) subdivide las dos categorías en cuatro corrientes: activistas preocupados por las cuestiones del desarrollo; grupos religiosos, principalmente ecuménicos; defensores de la solidaridad con el Tercer Mundo, colectivo que pasaría a ser denominado internacionalistas; y organizaciones juveniles. Sin embargo, a menudo es imposible distinguir claramente entre las cuatro corrientes. Por ejemplo, muchos grupos ecuménicos estuvieron profundamente implicados en los debates sobre el desarrollo y en la solidaridad internacional.

A partir de los años 1960 la actividad del comercio alternativo se fue sistematizando, el rango de productos comercializados se hizo más diverso y se amplió el alcance geográfico de los grupos de productores o cooperativas que suministraban las artesanías. Durante la primera mitad de los años 1960 el MCC amplió el apoyo a la venta de bordados y artesanías e impulsó la red de tiendas SELFHELP Crafts of the World (más adelante SELFHELP Crafts), denominada Ten Thousand Villages desde 1996, de forma que superó el ámbito del trabajo de Edna Ruth Byler y se convirtió en un programa oficial del MCC con sede en Akron, Pensilvania, y una tienda insignia en la cercana localidad de Ephrata. En 1965, la iniciativa se expandió al Canadá, con el lanzamiento del Proyecto Canadiense de Costura y Artesanía del Extranjero en Saskatchewan, y con la apertura de la primera tienda SELFHELP Crafts of the World en Canadá en Altana, Manitoba, en 1972¹⁴. Asimismo SERRV International, creada a partir de la actividad solidaria de la American Church of the Brethren, en 1976 empezó a importar artesanías de los grupos de productores Asha Handicrafts y Tara Projects, de la India, y Community Crafts Association, de Filipinas, que vendía a través de su red de iglesias¹⁵.

En los Países Bajos, colectivos católicos habían creado en 1959 en la ciudad de Kerkrade el SOS: Komitee Steun Onderontwikkelde Streken (Comité de Apoyo a las Regiones Subdesarrolladas) dedicado a la ayuda humanitaria¹⁶, en un momento en que conceptos como países

14 Véase la página web del Mennonite Central Committee (<https://mccintersections.wordpress.com/2020/06/23/ccm-y-comercio-justo-de-selfhelp-crafts-of-the-world-a-ten-thousand-villages/>, consultada el 21/10/2021)

15 Véase la página web de SERRV International (<https://www.serrv.org/category/about-us>, consultada el 12/10/2022)

16 Véase la página web de Fairtrade Original (<https://www.fairtradeoriginal.com/about-us/>, consultada el 25/10/2021)

en desarrollo o Tercer Mundo no eran conocidos ni utilizados. La primera actividad consistió en envíos de leche en polvo a zonas de Sicilia donde había problemas importantes de desnutrición. En el trabajo con países del Sur se centraron en proyectos que permitieran conseguir independencia económica. El apoyo económico se dirigía a la formación profesional y a los proyectos de pequeños talleres. No obstante, pronto se hizo evidente que los mercados locales tenían muy poca capacidad de dar salida comercial a los productos manufacturados.

Entonces nació la idea de importar las artesanías para venderlas en los mercados del Norte, y en 1967 crearon SOS Wereldhandel (SOS Comercio Mundial), denominada Fair Trade Organisatie a partir de 1994 y Fairtrade Original desde el 2006. Inicialmente se dedicó a la importación de artesanías que vendía a través de grupos de solidaridad, iglesias, ferias y venta por catálogo. Los primeros productos importados fueron tallas de madera de los barrios marginales de la capital de Haití, Puerto Príncipe. Se amplió la gama de artesanías, la mayoría procedían de proyectos promovidos por misioneros. Entre ellas se encontraban macetas de cactus, colgadores de plantas, ceniceros de bambú y artículos decorados con conchas de Filipinas, artículos elaborados con arcilla y paja de México, sandalias de la India y esculturas de madera de Haití. Las ventas se incrementaron de forma acelerada, lo que motivó la exportación del modelo a otros países, con la apertura de sucursales en Alemania, Austria, Bélgica y Suiza. La gran popularidad de los productos importados del Sur llegó a provocar rupturas de stock a SOS Wereldhandel. Posteriormente las sucursales de estos cuatro países se convirtieron en organizaciones nacionales independientes (EFTA, 1995; Rodríguez de Vera, 2015).

A fin de localizar proyectos que merecieran ser apoyados en países del Sur, en la década de 1960 SOS Wereldhandel empezó a trabajar en estrecha colaboración con Misereor, una organización católica alemana de Aquisgrán. Se convirtió en un socio importante debido a su proximidad a Kerkrade y sus numerosos contactos en países en desarrollo. Ante las dificultades comerciales que tenían los proyectos productivos que respaldaban, SOS Wereldhandel y Misereor diseñaron una estrategia para incrementar sus ventas en Países Bajos, Alemania y Bélgica. Los beneficios se canalizaban de nuevo hacia los productores para que pudieran ampliar su capacidad productiva o impulsar proyectos de desarrollo por sí mismos. A lo largo de los años 1960 el discurso de SOS Wereldhandel fue transformándose, al poner menos énfasis en el empoderamiento de los productores y más en la injusticia intrínseca del comercio internacional. Un documento elaborado por el fundador Paul Meijs alegaba que la ayuda a los países del Sur podía ser reemplazada por el comercio sólo si los países occidentales cambiaban drásticamente sus políticas, como los subsidios a la agricultura o las barreras comerciales para impedir la competencia, de países en vías de desarrollo de productos similares a los producidos dentro de sus fronteras. La presión ejercida por los países del Sur, sobre todo en las conferencias de la UNCTAD, alentó el cambio discursivo (van Dam, 2016).

En diciembre de 1964 el Oxford Committee for Famine Relief in Great Britain creó una organización específica para el comercio alternativo, Oxfam Activities Ltd. (posteriormente Oxfam Trading) con objeto de dar formalidad a la actividad que había iniciado en 1959 con

la venta de artesanías elaboradas por refugiados chinos en Hong Kong. En 1967 auspició la importación desde países del Sur bajo el programa *Helping by Selling*. El programa generó controversia en el interior de Oxfam, ya que algunas voces apuntaban que no era una relación comercial que se estuviera ciñendo a los principios de transparencia y solidaridad, lo que llevó al gerente de Oxfam Trading, Roy Scott, a promover el programa *Bridge*, como una nueva forma de operativa comercial que superase las carencias observadas en el anterior programa y se ajustase más a lo que la organización entendía como comercio equitativo (Anderson, 2013). Durante los años 1960, estas iniciativas de comercialización directa con el Sur eliminando intermediarios se expandieron rápidamente (Bennett, 2012).

En los años 1960 y 1970, dentro del movimiento por un comercio equitativo se percibió la necesidad, tanto desde organizaciones no gubernamentales europeas como desde colectivos de países empobrecidos, de crear organizaciones in situ también en los países del Sur, de tal manera que se pudiera organizar la producción y facilitar la asistencia, asesoría y apoyo a los productores en situación más precaria. Organizaciones religiosas y agencias de desarrollo, entre ellas Oxfam, Cáritas, Bread for the World y otras, financiaron en las naciones del Sur asociaciones y cooperativas que organizaban grupos de personas en situación de pobreza para exportar lo que producían, sobre todo artesanías. Además de la eliminación de intermediarios, un precepto que se consideró esencial fue el de construir relaciones a largo plazo para proporcionar seguridad, previsibilidad y estabilidad a los productores. Se crearon numerosas organizaciones en Latinoamérica, Asia y África que establecieron vínculos con sus contrapartes occidentales basados en los principios de diálogo, respeto, transparencia y cooperación¹⁷. Lo más habitual era que desarrollaran la doble vía de proyectos de desarrollo y actividad comercial. A principios de los años 1970, organizaciones como CORR The Jute Works en Bangladesh ya estaban suministrando a sus contrapartes europeas un creciente surtido de artesanías. Creada en 1973 por Cáritas Alemania, en 1981 CORR The Jute Works se constituyó como una asociación autónoma con sede en Dhaka¹⁸. En 1975 se constituyó en Indonesia Pengembangan Kerajinan Rakyat Indonesia-Pekerti (Desarrollo de la Artesanía Popular de Indonesia) gracias al esfuerzo coordinado de cinco organizaciones no gubernamentales indonesias, con la misión de mejorar las condiciones de vida de la población rural.

El primer producto alimenticio de comercio equitativo que se importó fue el azúcar de caña, comercializado por los colectivos neerlandeses. En las etiquetas de los paquetes de azúcar inscribían leyendas como “Al comprar azúcar de caña das a la gente en los países pobres un lugar en el sol de la prosperidad” o “Al comprar azúcar de caña, incrementas la presión sobre los gobiernos de los países ricos [...] para dar a los países pobres también un lugar en el sol de la prosperidad” (Rodríguez de Vera, 2015).

17 Véase la página web de la World Fair Trade Organisation (<https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>, consultada el 26/10/2021)

18 Véase la página web de la importadora de Comercio Justo con sede en Córdoba IDEAS (<https://ideas.coop/productor/corr-the-jute-works/>, consultada el 13/09/2022)

Las organizaciones europeas definieron su trabajo como “comercio alternativo” y ampliaron su red de Tiendas del Mundo (World Shops) (Jaffee, 2014), denominadas también “Tiendas del Tercer Mundo”, “Tiendas de la Solidaridad”, “Tiendas Solidarias” o “Tiendas UNCTAD” (Setem, 1999). La primera en los Países Bajos fue abierta en la ciudad holandesa de Breukelen en 1969, y el modelo fue rápidamente replicado en otras localidades. En 1969 diez tiendas de los Países Bajos empezaron a coordinarse y en mayo de 1970 se unieron para fundar una coordinadora nacional, la Landelijke Stichting Wereldwinkel (Fundación Nacional de Tiendas del Mundo). Dos años después se habían adherido a esta federación 140 tiendas. La fundación cambió de nombre y pasó a llamarse Landelijke Vereniging van Wereldwinkels (Asociación Nacional de Tiendas del Mundo).

En aquellos años hubo muchos debates y discusiones sobre cuál debía ser la estrategia que adoptara la solidaridad: poner el énfasis en las ventas o en la concientización, incidir más en el apoyo material a los productores o en la protesta política contra las estructuras comerciales injustas, centrar los esfuerzos en una campaña nacional o en la sensibilización local, así como el debate sobre si las tiendas debían implicarse en la lucha política de las organizaciones del Tercer Mundo que reclamaban cambios políticos, sociales y económicos radicales. A principios de los años 1970 se abrieron Tiendas del Mundo por numerosos países de Europa. Las más activas estaban en Reino Unido, promovidas por Oxfam, y Países Bajos, aunque también se extendieron por Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Suecia y Suiza. Alternativamente a las tiendas, el otro canal para la venta de los productos era el envío por correo.

Las iniciativas que fueron surgiendo en los años 1960 y 1970, de las cuales la que tuvo mayor alcance fue la de las Tiendas del Mundo, obedecían en buena medida a la corriente de pensamiento sobre subdesarrollo y dependencia generada tras la Conferencia de la UNCTAD de 1964 y al lema Trade, not AID que los países menos desarrollados habían hecho suyo (López Julián, 2003; Coscione, 2012a). Igualmente estas tiendas solidarias ayudaron a estrechar las relaciones entre productores del Sur y consumidores del Norte y a consolidar la premisa en la que se basa el Comercio Justo de impulsar el desarrollo de los más desfavorecidos y la solidaridad a través del comercio (Barrientos *et al.*, 2007).

En el año 1973 se importó por primera vez café, producido por varias cooperativas de agricultores agrupadas en la Federación de Cooperativas Agrícolas de Productores de Café de Guatemala (FEDECOCAGUA) e importado en Europa por SOS Wereldhandel y la iniciativa nacional que SOS Wereldhandel había creado Alemania, comercializado bajo el nombre Indio Kaffee (Johnson, 2006). La relación entre productores e importadores fue facilitada por el contacto que los obispos de Guatemala, que apoyaban a la FEDECOCAGUA, establecieron con los obispos católicos alemanes que habían creado la organización Misereor, la cual trabajaba para mejorar las condiciones de vida en comunidades rurales de Latinoamérica¹⁹. El volumen de ventas del café rápidamente excedió al de los productos de artesanía (EFTA, 1995;

19 Véase la página web de la FEDECOCAGUA (<https://www.fedecocagua.com.gt/historia/>, consultada el 26/10/2021)

Setem, 1999). Posteriormente se fueron incorporando otros productos alimenticios como el té, el cacao, la miel y las especias, en tanto que el azúcar ya lo había hecho, así como el ron y el algodón. Lo que hasta aquel momento había sido un movimiento residual y desarticulado se fue cohesionando. A medida que un número creciente de grupos y colectivos adoptaron el concepto, más consumidores y países productores se añadieron al comercio alternativo, que empezó a cobrar estatus de movimiento (Bennett, 2012).

En Alemania, desde principios de la década de 1970 colectivos de jóvenes tanto católicos como protestantes empezaron a reclamar una política de cooperación al desarrollo más orientadas a las necesidades reales de los países empobrecidos, y comenzaron a comprar artesanías a la organización SOS Wereldhandel de Países Bajos, acompañando la actividad comercial con campañas sobre las injustas estructuras del comercio mundial, bajo el lema *Lernen Durch Handel* (aprender a través del comercio). Este movimiento acabó cristalizando en 1975 en la fundación, en la ciudad de Schwelm, de *Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH* (GEPA) (Sociedad para la Promoción de la Cooperación con el Tercer Mundo), promovida por Misereor, el colectivo de Tiendas del Tercer Mundo, las organizaciones juveniles que habían impulsado el Comercio Justo a principios de la década, y la organización de iglesias regionales evangélicas-luteranas *Kirchlichen Entwicklungsdienst* (KED) (Servicio de Desarrollo de la Iglesia). Con el paso del tiempo GEPA se convirtió en la importadora de productos de Comercio Justo con mayor volumen comercial en Europa (en el año 2021, su volumen de ventas fue de 85 millones de euros). En 1977 GEPA definió los criterios que debían guiar la relación con sus contrapartes en países del Sur, y a finales de los años 1970 ya había entablado relaciones comerciales con cooperativas de Bangladesh, India, México, Kenia y Tanzania. A principios de la década de 1980, en los inicios de la Revolución Sandinista, impulsó la importación de café Nicaragua en el marco de la campaña *Solidarität mit Nicaragua* (Solidaridad con Nicaragua)²⁰.

En 1975 se constituyó en Salzburgo la organización pionera de comercio equitativo en Austria, *EZA Development Cooperation with Third World GmbH*, como una filial de SOS Wereldhandel de Países Bajos. Posteriormente pasó a denominarse *EZA Fairer Handel GmbH*. Fue una iniciativa liderada por Paul Meijs, director de SOS Wereldhandel, y Anton Wintersteller, entonces secretario de la *Katholische ArbeiterInnenjugend-KAJ* (Juventud Obrera Católica) de Austria y primer director de EZA. Anton Wintersteller había conocido en 1972 la experiencia del comercio equitativo en Países Bajos durante un viaje organizado por la KAJ a ese país. En 1976 EZA empezó a importar el café de cooperativas guatemaltecas *Indio Kaffee* que tres años antes había comenzado a importar SOS Wereldhandel. A partir de 1980, EZA se sumó a la campaña de apoyo a la Revolución Sandinista que estaba teniendo lugar en otros países occidentales mediante la importación de café nicaragüense²¹.

20 Véase la página web de GEPA (<https://www.gepa.de/gepa/geschichte.html>, consultada el 4/9/2022) y el portal de promoción de productos y servicios ecológicos ECO-World (http://www.eco-world.de/scripts/basics/eco-world/service/main/basics.prg?nap=intern&a_no=323, consultado el 4/9/2022)

21 Véase la página web de EZA (<https://www.eza.cc/eza-chronik-1975-1989>, consultado el 5/9/2022)

En 1974 se fundó en la ciudad inglesa de Newcastle la organización Tearcraft, como el brazo comercial de Tearfund, impulsada por colectivos de la Iglesia Evangélica, en cuyo origen estuvo la solidaridad con Bangladesh. En 1970, un tifón azotó lo que entonces se conocía como Pakistán Oriental (actual Bangladesh), devastó miles de viviendas y causó más de medio millón de víctimas mortales. Tearfund comenzó a brindar ayuda a la población de Bangladesh y en 1974 se creó la división comercial (Tearcraft) y se llenó un avión chárter con artesanías de yute de pequeños productores. Diferencias entre los miembros de ambas organizaciones de tipo teológico y sobre cómo enfocar el desarrollo desembocaron en 1979 en la escisión de Tearcraft y la fundación de Traidcraft, la primera organización de comercio alternativo del Reino Unido convertida en sociedad mercantil por acciones bajo la forma jurídica de Public Limited Company (Osman, 2020). El primer catálogo de artesanías incluía cestas, colgadores de plantas y alfombras de yute, adquiridas en su totalidad a pequeñas cooperativas de muy diversas localidades de Bangladesh. El éxito comercial animó a la organización a empezar a importar dos años después café, té, cacao y azúcar (Alldred, 2020). El ciclón que asoló Bangladesh estuvo también en el origen del Comercio Justo en Francia, cuando un sacerdote decidió apoyar a la población afectada importando arpilleras producidas artesanalmente a un precio superior al de mercado en lugar de enviar ayuda directa (Waridel y Teitelbaum, 2002).

El movimiento del comercio alternativo no era ajeno al debate que acompañaba las sucesivas conferencias de la UNCTAD, y como estaba vertebrado alrededor de las Tiendas del Mundo, generó un activismo ciudadano articulado en torno a ellas que hizo que comprar en estas tiendas se considerase como un acto de fe político así como una forma de identificarse con un movimiento que trazaba una frontera entre el consumismo capitalista y el consumo responsable. La venta de productos era planteada esencialmente como una manera de informar y concienciar a la población. Las tiendas solidarias dejaron de ser meramente puntos de venta y se convirtieron también en sedes de campañas (EFTA, 1995; Cantos, 1998). El contenido ideológico de las campañas estaba influenciado por portavoces de los movimientos del Tercer Mundo que se sintieron muy concernidos por el movimiento solidario que tenía lugar en el Norte, como el mencionado Raúl Prebisch y el líder sindicalista argentino Emilio Máspero, formado originalmente en la Juventud Obrera Católica (JOC) y secretario general durante más de treinta años de la Central Latinoamericana de Trabajadores (CLAT), quienes de forma directa o indirecta se comprometieron con la labor de los activistas del Norte, a través de reuniones presenciales, apariciones en los medios de comunicación y numerosas publicaciones.

Emergió una nueva línea de solidaridad no vinculada a movimientos religiosos. Eran grupos seculares de activistas de la izquierda política que utilizaban el comercio alternativo para prestar ayuda a movimientos de izquierda en el Sur que eran objeto de represión por sus respectivos Estados. Este enfoque devino esencial en la formación de la identidad del Comercio Justo, y más tarde se amplió a la solidaridad con países socialistas cuyo acceso

a los consumidores del Norte estaba total o parcialmente bloqueado. En los años 1970 se fundó en Gran Bretaña el colectivo que a partir de 1985 sería Twin Trading, cuya finalidad era abrir mercados para los productos procedentes de países con regímenes socialistas o que libraban conflictos políticos que eran vistos como de liberación, como Argelia, Cabo Verde, Cuba²², Mozambique, Tanzania, Vietnam del Norte y, ya en los años 1980, Nicaragua, cuyo acceso a los consumidores de los países del Norte estaba parcial o totalmente bloqueado (Waridel y Teitelbaum, 2002; Jaffee, 2014). Stichting Ideële Import en Países Bajos y Oxfam Wereldwinkels en Bélgica surgieron de la misma tradición. En 1974, un informe de la federación neerlandesa de tiendas solidarias remarcaba que mientras el objetivo primordial de SOS Wereldhandel era incrementar las ventas, las tiendas ponían más énfasis en despertar la conciencia política en sus localidades. Para muchos activistas, la procedencia de los productos que importaba Stichting Ideële Import los hacía más atractivos. En Alemania, Austria, Bélgica y Suiza, las tiendas se fueron desvinculando de SOS Wereldhandel y buscaron sus canales de importación alternativos (Jaffee, 2014; van Dam, 2016). La disyuntiva sobre poner más énfasis en la concienciación política y en las campañas de denuncia o en la actividad comercial y el incremento de las ventas ha acompañado al comercio equitativo hasta la actualidad²³.

El giro discursivo más anticolonialista cristalizó en campañas de boicot. En 1972 y 1973 el comité de solidaridad con Angola de los Países Bajos, el Angola Comité-Komité Zuidelijk Africa, ayudado por grupos locales de las tiendas solidarias, llevó a cabo una intensa campaña pidiendo a los consumidores que no compraran café de Angola porque los colonizadores portugueses utilizaban los beneficios del comercio de café para continuar oprimiendo a la población angoleña. La campaña era parte de un movimiento, el Boycot Outspan Actie, que también incluía el boicot a las frutas producidas en Suráfrica (Kruijt, 2020). Activistas de las tiendas solidarias realizaron piquetes en los supermercados, distribuyeron folletos, colocaron carteles y adhesivos en los espacios públicos y concedieron entrevistas a periodistas locales. A finales de 1972, la mayoría de los tostadores de café y las cadenas de la distribución habían cedido. Se produjo una segunda ola de protestas cuando la cadena de supermercados Albert Heijn, la más grande del país por volumen de ventas, anunció que reanudaría la venta de café de Angola en el verano de 1973. Después de un prolongado enfrentamiento, en el otoño de ese año Albert Heijn se retractó, afirmando que había tenido en cuenta la preocupación de sus clientes por la animadversión que había surgido con respecto al café de Angola (van Dam, 2016).

22 En los inicios del Comercio Justo en España en la segunda mitad de los años 1980 y durante los años 1990, uno de los productos con mayor volumen de ventas fue el ron Liberación, importado de Cuba a través de Colombia por la organización vasca Herriak Aske.

23 En la entrevista mantenida el 4/10/2018 con Carina García Sanagustín, coordinadora de la asociación Cafè Rebeldia que importa en España café de las cooperativas cuyos socios pertenecen al Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), explicó que los colectivos europeos que importan café de las cooperativas zapatistas son contrarios a entrar en una lógica de gran incremento de las ventas, ante el temor de que ello pueda ir en detrimento de otros cultivos o del espacio para los animales de granja, y comprometer por tanto la seguridad alimentaria de los productores.

En la segunda mitad de los años 1970, el fundador de SOS Wereldhandel, Paul Meijs, fue obligado a dimitir como director de la entidad debido al descontento que se había ido creando respecto al modo de gestión y los objetivos de la organización. La nueva gerencia optó por enfocarse en importar productos de organizaciones que tuvieran un trasfondo político más explícito y trabajaran más activamente para cambiar las estructuras económicas. Los productos importados también debían ser útiles para crear conciencia en los Países Bajos. Bajo la nueva dirección, la organización enmarcó sus objetivos en términos explícitamente anticoloniales. El discurso anticolonialista y de liberación fue el eje conductor del primer congreso europeo de Tiendas del Mundo celebrado en 1984, con motivo del quince aniversario de la apertura de la primera tienda en Breukelen, bajo el lema “Trabajando hacia la Liberación”. En los folletos que se repartían a los asistentes se podía leer “Los pisoteados se están organizando. Nosotros acogemos su llamada, nos organizamos y la liberación se vuelve algo más que una palabra” (van Dam, 2016). El congreso significó el inicio de la cooperación entre los voluntarios que trabajaban en las Tiendas del Mundo de toda Europa.

Los conflictos bélicos en Centroamérica y sobre todo la Revolución Sandinista que estalló en Nicaragua en 1979 contra el régimen de Anastasio Somoza Debayle tuvieron un impacto enorme, por la movilización que suscitaron en colectivos solidarios e internacionalistas de todo el mundo. Los comités que se crearon en muchos países en solidaridad con la situación que se vivía en los años 1980 en Guatemala, El Salvador y, sobre todo, Nicaragua, fueron el germen de numerosas organizaciones no gubernamentales de cooperación al desarrollo que han perdurado hasta hoy. También lo fueron de nuevas iniciativas de Comercio Justo, que se añadieron a las organizaciones europeas mencionadas anteriormente que estaban importando café de la Nicaragua gobernada por los sandinistas. En 1985 Paul Katzeff, el propietario de Thanksgiving Coffee Company, con sede en Fort Bragg (California), aceptó la invitación de la Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos (UNAG) de Nicaragua, organización de productores agropecuarios y forestales que luchaba en el bando Sandinista, para visitar el país, y se unió a los Sandinistas en las áreas montañosas, donde éstos se enfrentaban a la Contra, grupos armados y entrenados por Estados Unidos que intentaron acabar con el gobierno del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), que gobernó en Nicaragua desde julio de 1979 hasta 1990. Allí tomó conciencia de la importancia del café para Nicaragua y al retornar a California cambió el eslogan de su empresa a Not Just a Cup, but a Just Cup (no sólo una taza, sino una taza justa), etiquetó el café nicaragüense que tostaba como Coffee for Peace (café para la paz) y empezó a donar cincuenta céntimos por cada libra de café vendida al régimen sandinista. Cuando la administración de Ronald Reagan impuso en 1986 el embargo a todos los productos procedentes de Nicaragua, Katzeff tomó la alternativa de exportar el café de Nicaragua a Canadá y tostarlo allí, de forma que pudiera entrar en Estados Unidos como un producto canadiense (Pendergrast, 1999; Linton, 2012).

La otra gran iniciativa de apoyo a Nicaragua desde Estados Unidos, a través del comercio equitativo, provino de la cooperativa Equal Exchange. Se fundó en 1986 en Boston, con

el objetivo de ser un modelo para el mundo de los negocios respetuoso con los pequeños productores agrícolas, los trabajadores, los consumidores y el medio ambiente. Para hacer efectiva su misión consideraron que lo idóneo era constituirse como una cooperativa, con una escala salarial igualitaria y a través de su oferta de café y té de comercio justo y orgánicos (Waridel, 2002). Para eludir el embargo sobre Nicaragua, Equal Exchange empleó un mecanismo similar al de Paul Katzeff e importó el café de Nicaragua a través de una organización solidaria de Países Bajos, que lo reexportaba a Estados Unidos ya tostado. El gobierno de Estados Unidos se percató de la maniobra y cada vez que el café llegaba al puerto de Boston era incautado por los funcionarios de aduanas. Ello obligaba a los tres fundadores de la cooperativa, Jonathan Rosenthal, Michael Rozyne y Rink Dickinson, a estar durante días en las aduanas portuarias acompañados de abogados especialistas en comercio internacional para conseguir la posesión del cargamento de café²⁴.

La solidaridad con la Nicaragua sandinista del mismo modo estuvo en el origen de la primera iniciativa de certificación de Comercio Justo en Estados Unidos, TransFair USA (Fair Trade USA a partir del año 2010). El impulsor de la iniciativa, Paul Rice, que vivió en Nicaragua entre 1983 y 1994, trabajó como especialista en desarrollo rural y colaboró en la fundación de la Promotora de Desarrollo Cooperativo de las Segovias (PRODECOOP), la cual inició su andadura con una membresía reducida pero en el 2008, quince años después de su fundación, se había convertido en una organización de segundo nivel que aglutinaba 39 cooperativas y 2.300 productores en el norte de Nicaragua, orientados fundamentalmente a la producción y comercialización de café orgánico en el mercado del Comercio Justo (Valdivia, 2010). El éxito de PRODECOOP, y el comprobar cómo en épocas de bajos precios el comercio equitativo pagaba el café a los pequeños productores a un precio diez veces superior al que pagaban los intermediarios, convenció a Rice de su poder como una estrategia innovadora para el empoderamiento de las organizaciones de base y la sostenibilidad, y de vuelta a su país impulsó la creación de Fair Trade USA como iniciativa nacional estadounidense del movimiento global por un comercio alternativo, que se inauguró formalmente en 1998²⁵. La solidaridad de los activistas occidentales de la izquierda política con los países del Sur que estaban inmersos en procesos revolucionarios o de luchas antimperialistas, particularmente los de Latinoamérica y el Caribe, pasó a tener un peso sustancial en un movimiento que hasta ese momento había estado protagonizado fundamentalmente por organizaciones de tipo confesional. No obstante, el movimiento no estaba exento de solapamientos entre ambas tipologías de impulsores de este tipo de solidaridad, la izquierda activista y los movimientos cristianos de base.

24 Véase la página web de la cooperativa Equal Exchange (<https://equalexchange.coop/story>, consultada el 29/10/2021)

25 Véase la historia de TransFair USA en su página web (<https://www.fairtradecertified.org/about-us/our-history/>, consultada el 30/04/2019), y la historia de PRODECOOP en la web del centro de investigación para el desarrollo VIVA Idea (<https://www.vivaidea.org/recursos/corto-documental-paul-rice>, consultada el 14/01/2022).

También en Europa los lazos solidarios con Nicaragua cristalizaron en iniciativas de Comercio Justo. En España, la Cooperativa Sandino, una de las primeras organizaciones que se dedicó al Comercio Justo en este país, fue fundada en Córdoba en 1989 por miembros de la ONG Asociación Andaluza por la Solidaridad y la Paz (ASPA), creada a su vez por brigadistas que tenían experiencia como voluntarios en la Nicaragua gobernada por el Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), y siempre tuvo una inclinación preferencial hacia Centroamérica, de modo que las contrapartes centroamericanas tuvieron un elevado peso en el conjunto de la actividad²⁶.

Dentro del movimiento se fue consolidando una visión muy crítica de la ayuda oficial al desarrollo, que se veía como un mínimo retorno al Sur de los beneficios obtenidos por el Norte a través de un comercio desigual. Se quería diferenciar una filosofía propia de empoderamiento y desarrollo local a través del comercio en contraposición al asistencialismo paternalista, la corrupción y la ineficiencia de la ayuda oficial destinada a (y proporcionada por) gobiernos. Los grupos solidarios veían en la instauración de redes de comercio alternativo una parte constitutiva de una crítica más amplia del capitalismo y del sistema económico mundial. Aunque la cooperación al desarrollo no gubernamental, directa, descentralizada y a pequeña escala no presentaba las múltiples disfunciones de la ayuda oficial gubernamental, algunos colectivos solidarios que impulsaron el comercio alternativo le seguían viendo limitaciones²⁷. Asimismo se veía la necesidad de acompañar la actividad comercial con la de sensibilización de la ciudadanía. El ánimo de llevar a cabo acciones más efectivas que la cooperación al desarrollo, y al mismo tiempo una nítida distinción entre la cooperación oficial que maneja grandes sumas de dinero, y la cooperación más independiente y a menor escala, ha sido una línea de pensamiento extendida desde los años 1980.

Durante la década de 1980, las campañas de concienciación popular y las de denuncia, los dos otros ejes del movimiento, se situaron en un plano de igualdad dentro de las actividades de las organizaciones impulsoras junto a la venta de productos del Sur. A partir de mediados de los años 1980, el eje de las campañas de denuncia empieza a virar de los gobiernos hacia las empresas multinacionales. Mientras que los movimientos antiimperialistas que habían surgido anteriormente durante el siglo XX centraban sus ataques principalmente en los gobiernos de los países occidentales y los de sus naciones tuteladas, ahora las empresas multinacionales y sus prácticas comerciales y laborales también pasaron a ser objeto de las críticas (Redfern y Snedker, 2002).

En el otoño de 1986, la ONG neerlandesa Solidaridad y otras organizaciones lanzaron una campaña nacional sobre el café en la que cuestionaban la política de compras de

26 Entrevistas mantenidas el 17/10/2021 con Luis Begara Pérez y el 18/10/2021 con Carola Reintjes, socios fundadores de la Sociedad Cooperativa Andaluza Sandino.

27 En entrevista mantenida el 18/10/2021 con Carola Reintjes, fundadora de Cooperativa Sandino y ex coordinadora de IFAT y EFTA, manifestó que buscaban un tipo de solidaridad que generara empleo en los países del Sur y pudiera tener más sostenibilidad en el tiempo.

las principales empresas tostadoras. Solidaridad había sido creada durante la campaña de Adviento de 1969, un año después de la Segunda Conferencia General del Episcopado Latinoamericano celebrada en Medellín, Colombia, la cual tuvo un gran impacto en la Iglesia Católica y supuso el inicio de un giro hacia una mayor sensibilidad por parte de la Iglesia con la problemática de la pobreza en el mundo. Fue fundada por obispos católicos de los Países Bajos para proporcionar ayuda al desarrollo en Latinoamérica e indujo el compromiso de las parroquias católicas holandesas con la cooperación al desarrollo (Solidaridad, 2019). En 1973 se le añadieron la *Nederlandse Hervormde Kerk* (Iglesia Reformada Neerlandesa) y algunas pequeñas iglesias protestantes representadas por la *Stichting Oecumense Hulp* (Fundación de Ayuda Ecuménica) para crear una organización ecuménica con la misión de apoyar a los movimientos de base de Latinoamérica, vinculados o no a las iglesias latinoamericanas²⁸. Además de la campaña sobre las prácticas de las empresas procesadoras del café, también lanzó las campañas “Las causas estructurales de la malnutrición”, “La deuda de los países del Tercer Mundo” y “Los campesinos sin tierra” (Roozen y Vanderhoff, 2002). Con el paso del tiempo las campañas de denuncia en los Países Bajos fueron más articuladas, implicaron a más organizaciones y tuvieron un mayor alcance. A finales de los años 1980, *Stichting Ideële Import*, *SOS Wereldhandel*, la *Landelijke Vereniging van Wereldwinkels* y el *Nicaragua Komitee Nederland* lanzaron una campaña entre los consumidores de los Países Bajos para comprar azúcar de caña de Nicaragua con el fin de contrarrestar los efectos de los embargos al comercio internacional que estaban teniendo lugar contra el régimen sandinista (van Dam, 2016).

En el ámbito de la venta de productos, desde la segunda mitad del decenio de 1980 se comenzó a poner más énfasis en la calidad tanto de la materia prima como de su elaboración, así como en la estrategia comercial para acercar cada vez más los productos y el mensaje a los consumidores. Progresivamente se iba conformando un movimiento más estructurado en su triple vertiente de actividad comercial, sensibilización ciudadana sobre la problemática de la pobreza persistente y campañas de denuncia contra las malas prácticas de las empresas multinacionales, que serán los tres pilares del movimiento.

2.3.4 La institucionalización del Comercio Justo y su coordinación supranacional

El término Comercio Justo no se empezó a utilizar hasta finales de los años 1980, ya que hasta entonces las acepciones más habituales eran Comercio Alternativo y Comercio Equitativo (Pruijn, 2008). El término “Fair” (Justo) comenzó a usarse con más asiduidad tras la conferencia *Who Cares About Fair Trade*, celebrada en 1989 en el Conway Hall de Londres y organizada por Twin y Twin Trading. Los organizadores de la conferencia optaron por la palabra *fair* para hacer más amplio el concepto de lo que se estaba poniendo en práctica que, en tanto que sistema de comercialización paralelo a los mercados convencionales, lo conce-

28 Véase la página web de la ONG Solidaridad (<https://www.solidaridadnetwork.org/our-history/>, consultada el 18/09/2022).

bían como un desafío al sistema²⁹.

La institucionalización del Comercio Justo tuvo tres sostenes fundamentales: la definición de unos principios que delimitaban qué era Comercio Justo y qué quedaba fuera de él, la certificación del cumplimiento de tales principios y la coordinación internacional. Se verá que los tres elementos evolucionaron al unísono y entrelazados.

Desde finales de los años 1980, los organismos supranacionales del Comercio Justo se encomendaron la tarea de sistematizar lo que entendían que debía ser esta forma de comercio alternativo. En la década de 1990, la International Federation for Alternative Trade (IFAT), que en el año 2008 cambió su nombre por el de World Fair Trade Organization (WFTO), propuso el decálogo de principios asumido como referencia por los actores del Comercio Justo y que gozó de mayor aceptación general. Se ha mantenido hasta nuestros días con leves variaciones, y en la actualidad se enuncia así³⁰:

- Creación de Oportunidades para Productores con Desventajas Económicas
- Transparencia y Responsabilidad (Rendición de Cuentas)
- Prácticas Comerciales Justas y de largo plazo, basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo
- Pago Justo, que se desglosa en Precios Justos, Salarios Justos y Salario Digno Local
- Garantía de que en la producción y comercialización no haya existido trabajo infantil o trabajo forzoso
- Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la Mujer y la Libertad de Asociación
- Garantizar las Buenas Condiciones Laborales
- Proporcionar el Desarrollo de Capacidades de los productores desfavorecidos
- La Promoción y Defensa del Comercio Justo, acompañada de labor educativa dirigida a los consumidores
- Respeto por el Medio Ambiente

Este decálogo recogía propuestas lanzadas, desde la Conferencia de la UNCTAD de 1964, en foros internacionales de carácter intergubernamental y no gubernamental, e intentaban superar lo que estos no habían conseguido, o habían malogrado. De los principios se

29 Comunicación personal de Pauline Tiffen el 15/11/2021, organizadora de la conferencia y ex directora de Twin, organización humanitaria propietaria de Twin Trading.

30 Véase en la página web de la WFTO los diez principios redactados en inglés (<https://wfto.com/our-fair-trade-system#10-principles-of-fair-trade>, consultada el 02/11/2021)

desprende un enfoque multidisciplinar basado en la convicción de que el desarrollo humano traspasa el ámbito de la economía. Ponían mucho más énfasis en los aspectos productivos en el Sur que en la sensibilización en el Norte, recogida tan solo en el Principio Nueve, entendida como el conjunto de acciones encaminadas a que los consumidores se muestren receptivos ante un status quo internacional desfavorable para grupos de población y países, y sobre las implicaciones que sus hábitos de consumo pueden acarrear en los países del Sur (Cantos, 1998). Posteriormente, la importancia del componente de sensibilización, como factor conformador de la opinión pública, condujo a la exigencia a los gobiernos de mayor determinación política para lograr transformaciones reales en las relaciones comerciales Norte-Sur. Aquello que inicialmente se creó para proporcionar una salida comercial a la producción de ciertos productores del Sur y como una forma de incentivar el Consumo Responsable y sensibilizar a los consumidores del Norte, abarcó elementos de presión política y de denuncia de determinadas prácticas empresariales y de políticas comerciales discriminatorias. De aquí se derivaron nuevos acuerdos y ejes de actuación.

Desde principios de siglo, las redes supranacionales que agrupan las organizaciones del Comercio Justo llevaron a cabo un nuevo esfuerzo de sistematización del concepto de Comercio Justo. La Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA, por sus siglas en inglés) definió el Comercio Justo como un enfoque alternativo de comercio que tiene como objetivo crear relaciones comerciales internacionales que contribuyan al desarrollo sostenible de los grupos de productores excluidos y marginados (Bisaillon *et al.*, 2005). El grupo FINE, acrónimo de las letras iniciales de las cuatro principales redes de organizaciones del Comercio Justo (FLO, IFAT, NEWS! y EFTA) amplió la definición en el año 2001 al considerar el Comercio Justo como:

“[...] una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales para, y asegurando los derechos de, los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, respaldadas por los consumidores y consumidoras, están activamente comprometidas en el apoyo a los productores, en la sensibilización y en las campañas para cambiar las normas y prácticas del comercio internacional convencional”. El Comercio Justo es más que solo comercio, es una visión de negocios y comercio que antepone las personas y el planeta a las ganancias; lucha contra la pobreza, el cambio climático, la desigualdad de género y la injusticia; es un concepto que muestra los modelos empresariales de la nueva economía³¹.

En el año 2009, las dos redes con mayor alcance geográfico y número de organizaciones representadas, WFTO (World Fair Trade Organisation) y FLO (Fair Trade Labelling Orga-

31 Véase la página web de la World Fair Trade Organization (<https://wfto.com/who-we-are>, consultada el 02/11/2021)

nisation), redactaron la Carta de los Principios del Comercio Justo. En ella se enumeraban cinco principios esenciales y tres principios básicos que guardaban una estrecha similitud con los principios proclamados por la IFAT en los años 1990. Eran los siguientes:

- Principios esenciales:
 - Acceso al mercado de los pequeños productores
 - Relaciones comerciales sostenibles y equitativas
 - Desarrollo de capacidades y empoderamiento
 - Sensibilización de los consumidores e incidencia política
 - El Comercio Justo como un “contrato social”
- Principios básicos:
 - Condiciones de trabajo decentes según lo estipulado en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
 - Sostenibilidad ambiental
 - Monitoreo y evaluación

Los principios tenían como referentes los convenios de la OIT y las recomendaciones en materia ambiental del Programa 21 de las Naciones Unidas, un acuerdo para promover el desarrollo sostenible aprobado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, reunida en Río de Janeiro del 3 al 14 de junio de 1992. Como había ocurrido con la definición propuesta en el 2001, la elaboración de la Carta adoleció de una escasa participación de las redes de productores del Sur. El párrafo tercero de la Carta aseveraba que “la <<razón de ser>> de todas las iniciativas de Comercio Justo, se basa en una diversa gama de actividades y programas prácticos para responder mejor a las necesidades y circunstancias particulares de las personas beneficiarias del Comercio Justo” (WFTO y FLO, 2009). Fue un párrafo que no estuvo exento de polémica, ya que desde el lado de los productores se consideró que, precisamente gracias a unas relaciones comerciales más dignas, de largo plazo, solidarias y transparentes, habían dejado de ser simples beneficiarios para convertirse en verdaderos actores de desarrollo en sus comunidades en las que, por la ausencia del Estado, son las cooperativas las que desempeñan el papel de imprescindible actor económico y social (Coscione, 2016).

Sin embargo, desde la óptica latinoamericana sí que se puso en valor un punto de la Carta que se consideró muy relevante, la consideración del Comercio Justo como un contrato social:

“Las transacciones de Comercio Justo existen dentro de un ‘contrato social’ implícito en el que los compradores (incluidos los consumidores finales) aceptan hacer más de lo que sería de esperar en el mercado convencional, como por ejemplo pagar precios justos, proporcionar prefinanciación y ofrecer apoyo para el desarrollo de capacidades. A cambio, los productores utilizan los beneficios del Comercio Justo para mejorar sus condiciones sociales y económicas, sobre todo entre los miembros más desfavorecidos de su organización. De este modo, el Comercio Justo no es caridad sino una asociación para el cambio y el desarrollo a través del comercio” (WFTO y FLO, 2009).

Otro factor que sostuvo la institucionalización del Comercio Justo fue el de las certificaciones. Según Cuéllar y Reintjes (2009), la certificación es un mecanismo mediante el que se verifica el cumplimiento de unos principios predeterminados y se otorga un certificado o sello que identifica los productos de cara a los consumidores. Los principios se deben concretar en unos estándares técnicos que habrá que seguir.

Giovannucci y Ponte (2005) definen tres categorías de estándares: obligatorios, voluntarios y privados. Los estándares obligatorios son los que establecen los gobiernos en forma de regulación (por ejemplo, normativa sanitaria sobre procesado de alimentos) e imponen requisitos técnicos y procedimientos de comprobación, certificación y etiquetado de las mercancías. Los estándares voluntarios surgen de un proceso formal y coordinado en el que los participantes clave de una industria o sector buscan consenso. Pueden introducirse normas voluntarias como respuesta a las solicitudes de los consumidores o como resultado de iniciativas lideradas por ONGs o asociaciones industriales. La normativa orgánica o ecológica y la de Comercio Justo son ejemplos de estándares voluntarios. Los estándares privados son aquellos ideados, desarrollados y monitoreados internamente por una determinada empresa.

Los estándares voluntarios generalmente se verifican mediante auditorías de terceros, también denominadas auditorías o certificaciones de tercera parte. Cuéllar y Reintjes (2009) señalan los cuatro pasos que siguen las certificaciones de tercera parte: considerar los principios que se desea promover, transformarlos en estándares que se deben cumplir, definir unos indicadores que midan con credibilidad y de forma fiable el cumplimiento de los estándares y trabajar con una entidad certificadora que deberá evaluar el efectivo cumplimiento de los estándares. Si la entidad certificadora dictamina dicho cumplimiento, otorgará el sello de garantía a la entidad solicitante. El proceso por el que una entidad certificadora puede cumplir con este cometido se denomina acreditación. De acuerdo con Hatanaka *et al.* (2005) y Cuéllar y Reintjes (2009), es el tipo de certificación que se ha hecho más habitual, pues presenta la ventaja de que separa el proceso de certificación de la compraventa, es decir, evita que el comprador tenga que incurrir en costes de información sobre las características del producto.

Una auditoría de segunda parte, a diferencia de la de tercera parte, se realiza por agentes que tienen un interés en la empresa, cooperativa o asociación, como pueden ser clientes o proveedores. Auditoría de primera parte es aquella en la que la organización audita su propio

sistema, documentación, contabilidad, etc. Es la modalidad que se utiliza en los estándares privados.

Estas distinciones, sin embargo, no siempre son fáciles de aplicar a los estándares de sostenibilidad, categoría que comprende los estándares que regulan aspectos sociales, laborales y ambientales de la producción, que con frecuencia tienen más fuerza coercitiva que las leyes (Busch, 2010). El motivo es que resulta usual que cada una de las tres categorías de estándares incorpore características de las otras dos. La frontera no siempre nítida entre estándares lleva a Renard y Loconto (2013) a calificar algunas certificaciones como semiprivadas. A pesar de estos límites difusos entre los tres tipos de estándares, la clasificación que proponen Giovannucci y Ponte (2005) tiene más solidez analítica que la más rudimentaria que sólo distingue entre estándares públicos y privados.

En el año 1989, como resultado de las reuniones informales que tenían lugar entre organizaciones de Comercio Justo, varias organizaciones constituyeron una secretaría central, la International Federation of Alternative Trade (IFAT). Tenía por objeto planificar formas de abrir su membresía a organizaciones de países del Sur, fortalecer la comunicación y servir como paraguas global del movimiento del comercio alternativo. Con el ánimo de aumentar las ventas, dentro de la IFAT se planteó sobrepasar el límite que suponía la comercialización en las Tiendas del Mundo y dar el salto a los canales mayoritarios de venta minorista, o sea supermercados y grandes superficies, en línea con lo que en 1988 había empezado a hacerse en los Países Bajos y se estaba comenzando a hacer en Bélgica, basado en la certificación de los productos.

En el 2002, la IFAT introdujo un sistema de monitorización de organizaciones, y en el 2004 lanzó el Fair Trade Organization Mark durante el Foro Social Mundial celebrado en Mumbai (India), que podía ser usado en materiales informativos, páginas web, catálogos y posters, pero no en productos. A diferencia de FLO, la IFAT no certificaba productos sino organizaciones, que debían ser cooperativas u asociaciones, quedando la certificación vetada a empresas mercantiles privadas. No evaluaba un producto, un ingrediente o una cadena de suministro específica, sino el funcionamiento, modelo de negocio, estructura y procesos internos, así como todas las cadenas de suministros de un negocio. La IFAT, tras una posición inicial favorable a aumentar las ventas, había constatado el desvío del Comercio Justo de su filosofía fundacional y buscaba así restaurar la visión original del Comercio Justo, acercando a consumidores y productores, ya que sus relaciones se habían vuelto menos directas con la comercialización de productos certificados de Comercio Justo en la gran distribución (Bisai-llon *et al.*, 2005). Las organizaciones miembro podían exhibir el logo si superaban el sistema de evaluación, que incluía autoevaluación, revisión mutua y auditoría externa. En un momento en que Fairtrade International estaba potenciando la entrada de empresas transnacionales en el Comercio Justo, el posicionamiento de IFAT era significativo, pues al quedar excluidas de su certificación las empresas mercantiles, quedaban fuera de ella las grandes corporaciones que certificaban una (mínima) parte de sus ventas de café, cacao u otros productos.

Según Cuéllar y Reintjes (2009), como IFAT funcionaba de forma asamblearia, las 331 organizaciones que la integraban tenían el mismo peso. El procedimiento mediante el que se definían los estándares era inclusivo y democrático y se sometía a aprobación en la Asamblea General que se celebraba bianualmente, en la que participaban todos los miembros de IFAT. Este mecanismo contrastaba con la opacidad de FLO, en cuya web no estaba disponible tal información. Las autoras pudieron averiguar que los estándares eran propuestos por el Comité de Estándares y Políticas y aprobados por la Junta Directiva, que en aquel momento tenía representación minoritaria de los productores (ver Tabla 2.3). Los productores, a través de sus representantes, tenían por consiguiente poca capacidad de decisión sobre los estándares que debían aplicarse. En España, la importadora Equimerca decidió certificarse con IFAT en lugar de con FLO, ya que no deseaba ostentar un sello que también certificaba productos de empresas multinacionales y consideraba que el sello de FLO comportaba unos costes excesivos que no beneficiaban a los productores. Dio preferencia al de IFAT, que certificaba el cumplimiento de los valores del Comercio Justo en toda su estructura y actividad. Ello no impedía que algunos de los productos que compraban, como la panela o determinados téis, estuvieran certificados con el sello FLO porque así lo había decidido la cooperativa suministradora, pero ellos no lo incorporaban en sus productos³².

En el año 2013 IFAT, en aquel momento ya denominada World Fair Trade Organization (WFTO), creó el WFTO Guarantee System, que además de las cadenas de suministro también auditaba de forma más rigurosa la estructura de gestión. Fue una respuesta a la propagación de certificaciones de carácter ético o sostenible. Introdujo auditorías independientes, de tal manera que las organizaciones que superaban la verificación obtenían el estatus de Guaranteed Fair Trade Organization y podían utilizar el logo de la WFTO, que ahora sí que podía ser exhibido en los productos y tenían la potestad de incluirlo en la totalidad de ellos. Esto lo diferenciaba del sello de FLO, que certificaba un producto específico y la empresa u organización que lo elaboraba no tenía derecho a utilizarlo en otros productos que eventualmente fabricara³³. El sello de la WFTO se utilizó fundamentalmente en textil, artesanía, juguetes y bisutería, por dos motivos. En primer lugar, se trataba de productos con producciones cuantitativamente reducidas, por lo que la certificación de FLO hubiera resultado muy costosa en términos unitarios. En segundo lugar, la elaboración de ese tipo de productos no estaba tan estandarizada como la de los productos alimenticios, y por tanto no se ajustaba bien a los mecanismos de certificación de los otros sellos³⁴.

La cuestión de quién y cómo fijaba los estándares del Comercio Justo era especialmente relevante, ya que ilustraba cómo un modelo alternativo de producción y comercialización fue paulatinamente sustraído a los pequeños productores por la estructura directiva de FLO. De

32 Entrevista con Sandra Larráinzar Alustiza, responsable de administración de Equimerca, el 30/8/2021.

33 Las empresas multinacionales, con un amplio portafolio de productos, que adquirían uno de ellos bajo los estándares de FLO, obviamente no tenían la potestad de incluir el sello de FLO en otros productos.

34 Con todos, en los últimos tiempos se puede observar el logo de la WFTO en algunos productos de la importadora IDEAS.

acuerdo con Renard y Loconto (2013), Barry (2017) y Tepox y González Cabañas (2021), aunque el proceso de certificación y el sello, con su correspondiente logo, eran mecanismos eficaces para generar confianza, existía una asimetría de poder, ya que éste lo detentaba quien fijaba los estándares, que como hemos visto eran el Comité de Estándares y Políticas y la Junta Directiva de FLO, dos organismos en los que la participación de los productores era nula en un caso y minoritaria en el otro. Determinar los estándares, por consiguiente, acabó siendo más importante que el propio procedimiento de certificación.

Fiel a su funcionamiento democrático, en la Conferencia Bienal celebrada en Milán en el año 2015 la WFTO concluyó que la Carta aprobada en el 2009 necesitaba ser revisada, que la WFTO debía tomar la iniciativa en ese proceso y que un gran número de actores del Comercio Justo debían ser consultados, con objeto de que estuviera respaldada por el mayor número posible de organizaciones y redes nacionales e internacionales involucradas en el Comercio Justo. Un grupo internacional de personas expertas asesoraron a WFTO y Fairtrade International (en el año 2011, Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) había cambiado su nombre por Fairtrade International) durante la elaboración del documento.

El 25 de septiembre del 2018, coincidiendo con el tercer aniversario de la adopción por la Asamblea General de Naciones Unidas de la Agenda 2030, que estableció los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible que debían regir los programas de desarrollo mundial durante los siguientes quince años, la WFTO y Fairtrade International (FI) hicieron pública la Carta Internacional de Comercio Justo, que revisaba y actualizaba la anterior Carta de Principios y modificó los aspectos que habían generado más controversia. Se afirmaba que los valores fundamentales del Comercio Justo debían conducir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Estaba articulada en ocho principios:

- Crear las condiciones para el comercio justo
- Lograr un crecimiento económico inclusivo
- Proporcionar trabajo digno y ayudar a mejorar salarios e ingresos
- Empoderar a las mujeres
- Proteger los derechos de los niños e invertir en la próxima generación
- Cuidar la biodiversidad y el medio ambiente
- Incidir en las políticas públicas
- Implicar a los ciudadanos en la construcción de un mundo justo

La nueva Carta buscaba destacar el papel que el Comercio Justo desempeña desde hace décadas en el abordaje de desafíos como la desigualdad, el cambio climático, los derechos de género y otros ejes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Se

hacía eco del informe “Una economía para el 99%” que Oxfam presentó en el Foro Económico Mundial de Davos en enero del 2017, el cual exponía un dramático crecimiento de las desigualdades hasta extremos sin precedentes, ya que un 1% de la población total mundial poseía una riqueza equivalente al restante 99%, y la riqueza de las 8 personas más ricas era igual a la del 50% más pobre. La revisión de la Carta era vista como una oportunidad, en un momento de propagación de estándares y sellos equitativos, para reafirmar los valores fundamentales del Comercio Justo que, de acuerdo con el documento, cohesionan a las diversas redes y organizaciones que conforman el movimiento mundial del Comercio Justo. Incluyó un concepto de Organizaciones de Comercio Justo más amplio que la anterior:

“todas las organizaciones y redes que, como parte de su misión, se involucran en la lucha contra la pobreza y la desigualdad a través del comercio. Esto incluye la producción, el intercambio y la comercialización de bienes como parte de las iniciativas de Comercio Justo así como la promoción, la sensibilización y la incidencia del concepto de Comercio Justo” (WFTO y FI, 2018).

La WFTO (anteriormente IFAT) acabó siendo la organización que agrupa el Comercio Justo a nivel global y tuvo el papel central en la definición de los 10 principios del Comercio Justo. Aglutina cooperativas y asociaciones de pequeños productores, exportadores, importadores, minoristas, redes nacionales y regionales e instituciones financieras involucradas en el Comercio Justo (por ejemplo, la entidad británica de banca ética Shared Interest). De forma generalizada en el movimiento se acepta que es Comercio Justo aquello que está certificado con los sellos que reconoce la WFTO, que son aquellos sellos que garantizan que los proveedores de los productos certificados cumplen los diez principios. Las organizaciones que utilizaban el sello FLO, por ejemplo, tenían libertad para adherirse o no a la WFTO, lo esencial es que utilizaban un sello reconocido por la WFTO.

Hemos visto que las etapas iniciales del Comercio Justo institucionalizado se caracterizaron por la creciente coordinación supranacional. En el decenio de 1980, algunas de las más grandes organizaciones europeas impulsoras del Comercio Justo empezaron a mantener reuniones informales en las que intercambiaban información, unían recursos y coordinaban esfuerzos comerciales, e ideaban maneras de obtener apoyo para campañas comunes. En 1987, nueve de estas organizaciones de ocho países diferentes constituyeron, en un inicio informalmente y sin personalidad jurídica la European Fair Trade Association (EFTA), que en 1990 se formalizó legalmente. Su soporte social estaba compuesto por grupos religiosos y políticos que compartían unos valores de justicia económica y social (Faircompanies, 2007). Las nueve organizaciones eran: Stiftelsen Alternativ Handel (Noruega), Artisans du Monde (Francia), EZA (Austria), GEPA (Alemania), Oxfam-Magasins du Monde (Bélgica), Oxfam Wereldwinkels (Bélgica), OS3 (Suiza), SOS Wereldhandel (Países Bajos) y Traidcraft Plc (Reino Unido)³⁵. Su objetivo era apoyar el trabajo de sus organizaciones miembros, cada vez

35 Comunicación personal de Marlike Kocken, ex coordinadora de EFTA, el 02/10/2022.

más profesionalizado, y fomentar la coordinación y cooperación entre ellas. El volumen de actividad de las organizaciones que componían EFTA era relevante si se tiene en cuenta que en 1998, a pesar de la proliferación de organizaciones importadoras, todavía suponía el 60% de las ventas de Comercio Justo en Europa³⁶.

En 1998 el número de organizaciones integradas en EFTA había ascendido a 12: habían causado baja Stifelsen Alternativ Handel y Artisans du Monde y se habían incorporado CTM (Italia), IDEAS (España), Intermón Oxfam (España), Solidar'Monde (Francia) y Oxfam Trading (Países Bajos). Desde entonces ha facilitado el trabajo en red y el intercambio de información, y promovido una labor de identificación y desarrollo de proyectos conjuntos. Lo ha llevado a cabo organizando reuniones de los miembros y distribuyendo información relevante. Asimismo ha desarrollado una base de datos de proveedores de la EFTA, denominada Fairdata, con información sobre los proveedores y sus productos.

Un paso más en el proceso de creciente coordinación internacional se dio en 1994 con la creación de la Network of European Worldshops (NEWS!), que agrupaba al conjunto de Tiendas del Mundo de Europa. Promovió el intercambio de información sobre ventas y trabajo de sensibilización entre diferentes países y organizaba conferencias bienales para estimular la confluencia de intereses entre todos sus miembros. En 1995 ya existían en Europa unas tres mil tiendas de Comercio Justo (EFTA, 1995). A finales del decenio de 1990, aun cuando hacía una década que se había iniciado la comercialización en los supermercados, el 50% de las ventas de Comercio Justo en Europa se seguía realizando por los canales alternativos controlados por las entidades que habían impulsado el Comercio Justo en los años 1960 y 1970, fundamentalmente las Tiendas del Mundo y en menor cuantía las ventas por catálogo y envío por correo³⁷. Una década más tarde, NEWS! estaba compuesta de quince organizaciones nacionales de tiendas de trece países (Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Suecia y Suiza) en las que participaban unos cien mil voluntarios. Coordinó las campañas europeas Food for Thought, Made in Dignity y Kidz@work, para las que proveyó a sus miembros de los materiales necesarios para participar en ellas (CECJ y EMAUS, 2008b). Para expandir el movimiento, las tiendas integradas en la red proponían a los comercios tradicionales adherirse al Comercio Justo poniendo a la venta uno o dos productos certificados. Las acciones de denuncia y sensibilización tuvieron continuidad con programas educativos para escuelas, exposiciones y campañas o jornadas.

La creación de redes de alcance supranacional, la relevancia pública que adquirieron y la presión ejercida propició efectos significativos en las instituciones de la Unión Europea.

36 Véase la Comunicación 51999DC0619 de la Comisión Europea al Consejo Europeo, relativa al Comercio Justo, de fecha 29/11/1999 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0619&from=ES>, consultado el 30/10/2022)

37 Véase la Comunicación 51999DC0619 de la Comisión Europea al Consejo Europeo, relativa al Comercio Justo, de fecha 29/11/1999 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0619&from=ES>, consultado el 30/10/2022)

En la sesión del 19 de enero de 1994, cuya acta fue publicada en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE) No. C44 de 14 de febrero de 1994, el Parlamento Europeo aprobó la “Resolución sobre un comercio justo y solidario entre el Norte y el Sur”. Dentro de la exposición de motivos, se han seleccionado algunos especialmente relevantes:

“A. Considerando que las relaciones comerciales injustas son una de las causas determinantes del desequilibrio estructural existente entre el Norte y el Sur,”

“B. Considerando que es cada vez mayor el número de ciudadanos comunitarios que no están dispuestos a seguir tolerando tal injusticia y que estarían dispuestos a aceptar determinados sacrificios para lograr una compensación,”

“D. Considerando que numerosos proyectos de ayuda al desarrollo no han producido en absoluto en los últimos decenios los efectos sociales y económicos deseados y que no han logrado solucionar el desempleo, el pauperismo, los daños sociales y ecológicos, el endeudamiento y otros perjuicios,”

“F. Convencido de que el eslogan tan frecuentemente utilizado «no ayuda sino comercio» tiene que convertirse en realidad mediante las correspondientes y concretas medidas de fomento, si no se quiere destruir las economías de subsistencia indígenas de numerosas regiones del hemisferio sur, haciéndolas víctimas de una competencia brutal y sin protección alguna en unas condiciones intolerables,”

De entre los acuerdos adoptados, destacaban:

“1. Considera que las iniciativas ya existentes en numerosos países comunitarios en favor de un comercio justo y solidario realizan una importante labor pionera, la cual, a pesar de sus dimensiones, aún muy modestas, merece reconocimiento y apoyo por su carácter ejemplar, y tienen que convertirse en una parte integrante y firme de una cooperación Norte-Sur preocupada por los aspectos sociales y medioambientales;”

“6. Expresa el deseo de que las organizaciones que fomentan un comercio justo en los países interlocutores reciban una consideración especial en la utilización del Fondo Europeo de Desarrollo y en el marco de la ejecución del Convenio de Lomé, y de que reciban apoyo en la construcción de redes locales de productores, de comercialización y de consumidores;”

“11. Desea que la Comunidad integre orgánicamente el comercio justo y solidario en el marco de su política de desarrollo y cooperación y que abogue en los organismos internacionales por que se desarrolle positivamente dicha forma de intercambio más justa y más preocupada por los aspectos sociales y ecológicos;”

“13. Pide que la Comunidad abogue por la celebración de acuerdos internacionales justos sobre materias primas y productos de los países del Sur, como el café, el cacao, el té, los plátanos, etc., que establezcan precios justos y retributivos para los productores;”

“14. Pide que se supriman las barreras comerciales injustas, por ejemplo mediante el escalonamiento de los derechos arancelarios, que se proteja adecuadamente a los pequeños productores de una competencia que no pueden resistir y que se fomente su competitividad mediante la formación, los créditos y otras medidas de protección.”³⁸

2.4 La evolución del Comercio Justo desde finales de los años 1980

2.4.1 Cambios en los regímenes alimentarios y nuevos paradigmas de consumo

De forma paralela a la institucionalización que se estaba dando en el Comercio Justo, desde mediados de los años 1980 se produjeron transformaciones notables en los patrones de consumo de ciertos sectores de las sociedades occidentales que ejercieron una influencia decisiva en la evolución del Comercio Justo, al generar demanda de productos con toda una serie de nuevos atributos tanto materiales como simbólicos.

A partir de la segunda mitad de los años 1980 empezó a darse lo que algunos autores han denominado una transición “postfordista” hacia formas de producción flexibles, de productos con alto valor agregado dirigidos a nichos de mercado, y hacia el consumo de productos diferenciados (Marsden, 1992; Bonanno *et al.*, 1994; Whatmore, 1994; Linck, 1999; Boyer, 2002; Busch y Bain, 2004; Pérez Akaki, 2009; Pipitone, 2009). Según estos autores, durante el régimen fordista dominante tras la Segunda Guerra Mundial, la acumulación económica se basó en la producción y el consumo en masa de bienes manufacturados estandarizados, un modelo respaldado por políticas e instituciones estatales keynesianas. El régimen postfordista de “acumulación flexible”, surgido tras las crisis económicas de la década de 1970, se basaría en la fragmentación del mercado y requirió flexibilidad laboral y productiva para producir bienes y servicios personalizados y no estandarizados. La fragmentación del mercado se vinculaba a su vez con un crecimiento de las desigualdades en la distribución de la renta y la riqueza. De acuerdo con Busch y Bain (2004), este período debe ser contextualizado en un nuevo paradigma marcado por la desaparición del keynesianismo y la erosión del estado de bienestar.

El nuevo paradigma de consumo aparece como reacción frente a la creciente subordinación de la actividad agrícola a los intereses de las empresas transnacionales, que promueven un mercado cada vez más liberalizado y desregulado (característico del régimen postfordista), así como a la producción masiva y uniformizada del régimen fordista. Si en el régimen fordista el precio y la cantidad eran los criterios básicos que caracterizaban la competencia económica, bajo el nuevo paradigma el centro de gravedad de la competencia se va desplazando hacia la calidad (Raikes *et al.*, 2000), entendida como el conjunto de atributos específicos del alimento o producto, tales como el contenido nutricional, la salubridad y seguridad,

38 Véase el DOCE No. C44 de 14 de febrero de 1994 (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_1994_044_R_0075_01&from=ES, consultado el 15/11/2022)

el adecuado proceso productivo, o el prestigio de la marca o la etiqueta (Watts y Goodman, 1997). La conciencia que un creciente número de consumidores, organizados o no, ha adquirido sobre los efectos que el sistema agrícola industrial y productivista que predomina en el modelo fordista tiene sobre la seguridad alimentaria, la salud de las personas y el medio ambiente, ha generado una creciente desconfianza hacia la calidad y salubridad de los productos alimentarios. Se pone en tela de juicio la utilización de agroquímicos en la agricultura, de hormonas en la ganadería y la avicultura, y de la biotecnología en determinados cultivos (Whatmore, 1994). El fenómeno es progresivo y no sustituye al anterior modelo, sino que ambos coexisten. Lo que está sucediendo es una superposición del modelo de producción y consumo masivos fordistas y otro que está brotando con formas variables de producción y consumo diferenciados (Renard, 1999).

Un denominador común en las nuevas tendencias de consumo es el rechazo hacia los alimentos uniformizados y hacia la agricultura intensiva, mecanizada e industrializada. Dicho rechazo deriva en una revalorización de lo campesino, que forma parte de una lucha para reconocer, ponderar y retribuir las aportaciones diversas que los campesinos hacen al mundo urbano. El nuevo modelo de consumo emergente se basa en valores socialmente construidos y compartidos, que se han ido haciendo más numerosos y son más complementarios que excluyentes:

- la seguridad alimentaria y la salud
- el rechazo a las leyes del mercado cuando provocan que los precios de los productos no garanticen unas condiciones de vida dignas a los pequeños productores
- la solidaridad global con los sectores más desfavorecidos; en relación a ello se tiene presente que la mayoría de población pobre en todo el mundo vive en el ámbito rural
- las propiedades nutritivas y las cualidades gustativas de los alimentos
- la autenticidad, la tradición (con frecuencia se publicita de algunos productos que están “hecho como antes”, “hecho de forma casera” o se hace referencia a “como lo hacían nuestras abuelas”, denotando que se ha perdido sabiduría en la producción y preparación de los alimentos) y la elaboración artesanal y cuidadosa, propiedades que respaldan el prestigio de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas
- el repudio al maltrato animal
- la proximidad, bajo la premisa que sean favorecidas las economías campesinas, locales o regionales, y que ante la evidencia del cambio climático ha adquirido una dimensión que va más allá de favorecer a los productores autóctonos e incide en la necesidad de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero que provoca el transporte a grandes distancias de materias primas y alimentos elaborados, en todos

los casos en los que pueden ser producidos en regiones más cercanas

- la sostenibilidad, que abarca no sólo la preocupación por el mencionado calentamiento del planeta sino también la alarmante pérdida de biodiversidad y el deterioro de los ecosistemas, y que supone poner en práctica simultáneamente una triple solidaridad con las generaciones futuras, con el resto de habitantes del planeta y con la propia comunidad

El mencionado en último lugar, la sostenibilidad, adquirió un especial interés tras el informe que la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo presentó en 1987 a la Asamblea General de Naciones Unidas, “Nuestro futuro común”, también conocido como Informe Brundtland, ya que el noruego Gro Harlem Brundtland presidió la comisión. Uno de los aspectos que le confirió una gran relevancia al informe fue que por primera vez se propició la amplia aceptación en la sociedad moderna del concepto de sostenibilidad, por medio de la definición de desarrollo sostenible que figuraba en él: “El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Naciones Unidas, 1987).

La preocupación por la sostenibilidad de los procesos productivos acarrea la necesidad de más información y mayor transparencia acerca de la trayectoria de unos bienes de consumo que se fabrican, transportan, utilizan y desechan en una intrincada maraña de interrelaciones globales. A medida que los procesos de globalización de las economías avanzan a una velocidad más vertiginosa, más importancia adquiere la preocupación por conocer cuáles han sido las condiciones de transformación de los bienes desde la(s) materia(s) prima(s) contenida en ellos. El elevado porcentaje del consumo que se realiza en grandes superficies y centros comerciales desintegra las estructuras locales de producción-comercio-consumo y, con ello, favorece la desaparición de la diversidad cultural. Los consumidores y usuarios finales se sitúan cerca del final del ciclo de vida de los productos y servicios y se relacionan con ellos mediante el uso y la utilidad que obtienen de los mismos, que engloba no sólo la satisfacción de necesidades básicas, sino todo un espectro de necesidades secundarias o simbólicas. Una gran parte de los puntos calientes que configuran la insostenibilidad del sistema de producción, distribución y consumo se encuentran ocultos y, por lo tanto, ignorados. Bajo estas circunstancias, se vuelven relevantes los interrogantes acerca de dónde vienen los productos, cómo están hechos y de qué, por quién han sido elaborados y en qué condiciones, cuál es su coste real en términos de daños ambientales y de consumo de recursos naturales, y cuál es su destino una vez desechados (Wagner, 2006).

Las necesidades no materiales que identifica Wagner (2006) enlazan con una serie de autores que recalcan la vertiente simbólica del consumo de alimentos. Kaplinsky (2006) utiliza el término *positional consumption* para referirse al consumo de bienes y servicios que no

solamente busca satisfacer necesidades, sino que también define las aspiraciones de estatus socioeconómico de los consumidores. A partir de la década de 1980 se produce una transición desde la producción en masa (mass production) a la denominada personalización en masa (mass customisation), con productos altamente diferenciados, con la calidad y la innovación como factores al mismo nivel de importancia que el precio, y economías de alcance (economies of scope), entendidas como la ampliación de la gama de productos, en un contexto de mercados segmentados, para llegar a nuevos grupos de consumidores.

El cambio de paradigma se relaciona con dos ámbitos de análisis: uno intrínseco, asociado con las calidades biológicas y organolépticas de los alimentos, en tanto que nutrientes del cuerpo humano; y otro interpretativo, ligado a la representación que los grupos sociales hacen de los atributos de los alimentos, pero también de los relacionados con las tradiciones, el sentido de pertenencia, la cultura, el estatus social o el cuidado del medio ambiente. Los movimientos reivindicativos de consumidores cuestionan y se oponen a los métodos de producción intensiva, particularmente al uso de agroquímicos y hormonas aplicados para aumentar la productividad de plantas, suelos y animales. A estas preocupaciones hay que añadir los impactos del modelo agroalimentario en la pobreza rural, en la naturaleza, en la salud de los trabajadores del campo y en el bienestar animal (Hernández y Villaseñor, 2014).

Linck (1999) considera dos vertientes: por un lado la diferenciación de productos y la segmentación de mercados, ya que para los consumidores los alimentos vienen adquiriendo cada día mayor importancia como sello identitario, y por lo tanto dejan de ser únicamente una fuente de nutrientes para incorporar también valores simbólicos que son un reflejo de su posición social; y por otra parte, la concienciación de sectores de la población que se van haciendo más extensos, inicialmente de países industrializados y de forma más reciente de capas medias y acomodadas de Latinoamérica, que están dispuestos a pagar un sobreprecio por los alimentos si incorporan ciertos atributos sociales y agroambientales y, para aquellos alimentos que provienen de países en desarrollo, si ostentan la certificación de que han sido producidos lejos del control de las grandes corporaciones y en condiciones laborales que favorecen un desarrollo autogestionado y sustentable. La voluntad de pagar un sobreprecio es lo que Rohwetter (2014) denomina el componente moral del consumo: muchos consumidores están dispuestos a pagar más por los productos si se les garantiza que el sobreprecio sirve para garantizar los derechos de, por ejemplo, los trabajadores de las fábricas textiles de Asia o los pequeños agricultores de África. Los valores simbólicos señalados por Linck y la voluntad de pagar un sobreprecio apuntada por Rohwetter se relacionan con las motivaciones que Tepox y González Cabañas (2021) identifican en el Comercio Justo, que moviliza símbolos no solamente como mecanismo de control mercantil, en el sentido de que la certificación del Comercio Justo se concreta en el derecho mercantil de utilizar un logo sobre un volumen de producción estimado al realizarse la inspección, sino que también se asocia ese logo con un posicionamiento social, emociones y valores éticos vinculados a la solidaridad. El sobreprecio que una parte de los consumidores están dispuestos a pagar por ciertos atributos simbó-

licos de los alimentos nos remite a lo analizado en el subapartado 1.5.3 sobre la creación de valor a partir de las certificaciones y otros activos intangibles.

La moral aplicada al modelo de consumo también ha sido reivindicada por Tello (1989), quien considera las pautas de consumo como un eslabón muy importante en la reproducción del sistema capitalista. Unas pautas inducidas por la propia oferta, pero que se llevan a la práctica mediante un sufragio silencioso que tiene el mercado como sede y en el que participan todos los consumidores en la medida de sus ingresos. Apela al renacimiento de una economía moral de los trabajadores y afirma la importancia de enfrentarse al sistema hegemónico también desde los modelos de consumo. El autor constata la evidencia que el capitalismo es el sistema idóneo para dar continuidad a los tipos de demanda que él mismo ha generado e impuesto históricamente. Una sociedad distinta precisa otro tipo de consumo y unos consumidores diferentes. Igualmente Díaz Salado (1997) asevera que el consumo reproduce fielmente el sistema capitalista mundial, del cual es a la vez consecuencia y herramienta de funcionamiento. Mientras una parte de la población mundial consume en exceso y mal, la otra ni siquiera consigue satisfacer sus necesidades básicas. Entiende por consumo responsable, concepto indisociable del Comercio Justo, la elección de productos por parte de los consumidores no sólo con base en la relación calidad/precio, sino también atendiendo a la historia de los productos a lo largo de la cadena y a la conducta de los agentes económicos que han participado en ella.

A partir de la convicción del papel central de los patrones de consumo en la continuidad del sistema, otros autores enmarcan el Comercio Justo en la contestación a la Globalización. Bonanno *et al.* (1994) inscriben el nuevo paradigma de consumo dentro de los movimientos de resistencia al Capital Global, una de cuyas manifestaciones son las movilizaciones ecologistas y agroambientales. Para Murray y Raynolds (2007) el nuevo paradigma va más allá de unos productores con ideología progresista o unos consumidores elitistas, y movimientos como la exigencia de la garantía de sostenibilidad en la gestión de los bosques de donde se obtiene la madera, el sello de Comercio Justo en los productos alimenticios o el que actúa contra la explotación de la mano de obra en el sector textil, buscan crear un futuro más sostenible y socialmente más justo. Consideran el Comercio Justo como el más dinámico dentro de un abanico de movimientos y campañas que han surgido en las últimas décadas como respuesta a los efectos negativos de la Globalización.

Micheletti (2003) utiliza el término Political Consumerism³⁹ para referirse a un consumo movido por preocupaciones éticas y a cómo los ciudadanos y los ciudadanos-consumidores utilizan el mercado como escenario para la discusión y la acción política. En este nuevo paradigma, la adquisición de bienes y servicios envuelve más dimensiones que los aspectos meramente económicos, como la relación entre calidad material y precio. Las decisiones de compra están en función, también, de cuestiones sociales, éticas y políticas, que se vuelven

39 El término Political Consumerism empezó a usarse en Dinamarca a mediados de la década de 1990 a

visibles cuando los ciudadanos les dan relevancia pública y empiezan a analizar si las condiciones de producción y comercialización se ajustan a sus convicciones políticas. Los Political Consumers se diferencian de los Economic Consumers, que sólo atienden a la relación entre calidad y coste económico, y se diferencian asimismo de los Lifestyle Consumers, cuyo consumo está guiado por el ánimo de definir y reforzar su identidad. Ante la pregunta de por qué surgió en ese momento de la historia un nuevo patrón de consumo, la autora atribuye parte de las causas a la Globalización, que hace que los ciudadanos de todo el planeta estén cada vez más conectados de nuevas e interesantes formas, y que la vida diaria de los ciudadanos cada vez esté más interconectada con la política global. La Globalización, además, conlleva que las empresas tengan mayores dificultades para esconder las condiciones de producción. Ello ha comportado la creación de etiquetas que certifican determinados atributos sociales y ambientales de los bienes de consumo y el desarrollo por parte de las empresas de códigos de conducta. El consumo político, concluye la autora, es una nueva forma de participación política.

Entre los ejemplos de consumo político pueden resaltarse dos campañas que tuvieron alcance internacional, Clean Clothes y la campaña contra la directiva de la Unión Europea sobre la elaboración del chocolate. La primera se articuló en torno a Clean Clothes Campaign en Europa y la campaña No Sweat en Estados Unidos contra los talleres clandestinos y determinadas fábricas de manufacturas textiles, de calzado o de equipamiento deportivo, que imponían jornadas de más de 12 horas diarias, salarios muy reducidos, imposibilidad de afiliarse sindicalmente, inexistencia de bajas laborales o prestaciones por enfermedad o maternidad, pésimas condiciones de higiene y seguridad en el lugar de trabajo, etc. Clean Clothes Campaign comenzó en 1989 en Países Bajos como reacción a un escandaloso informe sobre las nefastas condiciones laborales de una empresa filipina proveedora de la multinacional textil C&A. La campaña se extendió a otros quince países europeos. La campaña No Sweat se emprendió una década más tarde en Estados Unidos y Canadá con características muy similares a la de Europa.⁴⁰

Low y Davenport (2005) atribuyen un sentido más colectivo al término Political Consumerism. A partir de la comprobación de que en una amplia gama de instituciones, como el Parlamento Europeo, el Parlamento del Reino Unido⁴¹, el Salvation Army⁴² del Reino Unido o el Youth Hostel Association del Reino Unido, se consume café y té únicamente de Comercio Justo, éste ocupa el tiempo y el espacio de estas instituciones, independientemente de

raíz del boicot a la empresa petrolera Royal Dutch Shell, acusada de complicidad en el asesinato de nueve activistas ecologistas del pueblo Ogoni, condenados a muerte por la dictadura de Nigeria por manifestarse contra las explotaciones petroleras en el delta del Níger.

40 Sobre la normativa de la Unión Europea que permitió substituir, en la producción de chocolate, un 5% del contenido de manteca de cacao por grasas vegetales, y la campaña de protesta que suscitó, véase el subapartado 2.4.2.

41 A mediados de los años 1990 también se servía café de Comercio Justo en los Parlamentos de Alemania, Dinamarca, Irlanda, Italia y Países Bajos.

42 Organización caritativa fundada en Londres en 1865 por el pastor metodista William Booth.

que los individuos elijan o no comprar productos de Comercio Justo. Observan asimismo la popularidad en el Reino Unido y Estados Unidos de los campos universitarios de Comercio Justo, desde que en el año 2003 la Oxford Brookes University del Reino Unido fue nominada como la primera Fair Trade University del mundo, distinción otorgada por un conjunto de actividades de promoción y venta de productos de Comercio Justo y de sensibilización. Contraponen el concepto de Political Consumerism, en el que las decisiones de carácter colectivo que persiguen acciones sociales positivas pasan por encima de las preferencias individuales, al de Ethical Consumerism, basado únicamente en decisiones individuales.

Desde los organismos internacionales también se instó a cambiar el modelo de consumo. En su informe anual sobre desarrollo humano, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) manifestó la necesidad de un consumo socialmente responsable, para que el consumo de unos no ponga en riesgo la prosperidad de otros, y sostenible, para no comprometer el bienestar de las generaciones futuras. Instó específicamente al consumo de bienes que potencien a los productores más pobres (PNUD, 1998).

2.4.2 Transformación comercial y aumento de escala: la certificación mediante los sellos de garantía

El despegue del Comercio Justo desde finales de los años 1980 se produjo en un contexto dominado por el fracaso de las economías socialistas y la caída del Muro de Berlín, la senda alcista a nivel global en las desigualdades en la distribución de la renta y la riqueza, y el colapso económico de muchos países del Sur, que estimuló que en algunos ámbitos adquiriesen más vigor los debates y reflexiones sobre la Economía del Desarrollo. De Rivero (2001), representante de Perú en la Ronda Kennedy del GATT en 1967, y de nuevo representante del mismo país en la Ronda Uruguay en 1986, constató cómo en esas dos décadas su país había perdido poder de negociación ante la pérdida de importancia para los países industrializados de las materias primas que exportaba, sustituidas por otras propias de climas templados o por productos sintéticos. En la Ronda Uruguay las negociaciones se centraron en las manufacturas con alto contenido tecnológico y, sobre todo, en los servicios y en la protección de la propiedad intelectual. Como resultado, los países menos desarrollados como Perú, que no habían incrementado el componente tecnológico de sus exportaciones en los veinte años precedentes, no habían desarrollado servicios competitivos internacionalmente, ni habían inventado y patentado nada relevante, y continuaban atrapados en la exportación de materias primas o de productos ligeramente elaborados y con escaso valor añadido, fueron dejados al margen.

Los movimientos de protesta ante el modelo económico y las alternativas que se propusieron también estaban vinculados a los profundos cambios en la ubicación de la actividad económica a nivel mundial. En la década de 1990 empezó a darse un trasvase masivo de actividad manufacturera desde el Norte hacia países con mano de obra más barata en Latinoamérica, Asia y África. En muchos países se crearon distritos industriales en los que las con-

diciones de vida y de trabajo se asemejaban a las de Europa y Norteamérica en el siglo XIX. Se hizo evidente una paradoja: mientras las aspiraciones democráticas incidían en gobiernos locales o nacionales, muchas de las decisiones fundamentales se tomaban por corporaciones transnacionales que, paradójicamente, no tenían la obligación de asumir responsabilidades ante la ciudadanía de ningún país (De Rivero, 2001; Ransom, 2001).

La percepción de unas injusticias que se profundizaban y el modesto volumen de ventas de que gozaba el comercio alternativo, al estar confinado a las Tiendas del Mundo o a puntos de venta informales como mercadillos en espacios públicos y eventos culturales o reivindicativos, condujo a los actores implicados en el comercio equitativo a ver la necesidad de expandir el alcance comercial de lo que estaban produciendo las cooperativas de pequeños productores de países del Sur, lo cual era también una petición que surgía de las propias cooperativas.

Como hemos visto, en los años 1970 ya había importadoras de comercio alternativo funcionando en diversos países europeos. No obstante, a finales de los 1980 y principios de los 1990 se produjo un salto cuantitativo y cualitativo, que vino de la mano de la extensión de los canales de distribución comercial. Las certificaciones fueron el pilar fundamental que hizo posible la entrada del Comercio Justo en los canales de distribución mainstream. La lógica subyacente en las certificaciones consiste en que los consumidores delegan la tarea de definir qué son condiciones justas y sustentables de producción y comercialización, para lo cual son precisas normas y procedimientos, y para verificar su cumplimiento se necesitan las certificaciones (Doppler y González Cabañas, 2007 y 2010). Algunas de las propiedades de los productos son intangibles, los consumidores no tienen medios para poder evaluar si un bien cumple con los estándares del Comercio Justo o si ha sido producido de forma orgánica. Por lo tanto, para que los consumidores puedan confiar en la veracidad de estas características no comprobables por sus propios medios, se hacen imprescindibles los sellos o etiquetas certificados por terceros. Los sellos solamente tienen valor si generan confianza en la información transmitida a los consumidores (Caswell y Mojduszka, 1996; Nigh y González Cabañas, 2015; Tepox y González Cabañas, 2021).

En muchos países europeos se había extendido la conciencia sobre las inequidades que generaba el sistema. Tras el lanzamiento del sello de garantía Max Havelaar en los Países Bajos en 1988, la experiencia se replicó en Bélgica en el año 1989, ulteriormente en muchos otros países del centro y norte de Europa así como en Japón, y más tarde en Canadá y Estados Unidos (sobre el origen de la denominación Max Havelaar y la difusión del café certificado desde los Países Bajos a otros países, véase subapartado 2.5.2). En Bélgica, Suiza, Francia, Dinamarca y Noruega, las organizaciones que promovieron y regularon la certificación del café mantuvieron la denominación Max Havelaar. En Alemania, Austria, Italia, Japón, Luxemburgo, Canadá y Estados Unidos se adoptó la denominación TransFair. En el Reino Unido se optó por el nombre Fairtrade Foundation y en Irlanda por Irish Fair Trade Network, am-

bas organizaciones concedían la licencia para el uso del sello Fairtrade Mark. En los países escandinavos, la iniciativa nacional de Suecia se denominó Föreningen för Rättvisemärkt y la de Finlandia Reilun Kaupan edistämisyhdistys ry (Almanza, 2002). Si bien la concepción del Comercio Justo y los criterios de funcionamiento eran compartidos, cada organización nacional funcionaba de forma autónoma, excepto las iniciativas agrupadas en TransFair que, con sede en Colonia (Alemania), funcionaron con un mayor grado de centralización. En la Tabla 2.1 se expone el nombre original de cada iniciativa nacional, el nombre actual y el año de fundación.

Tabla 2.1. Iniciativas nacionales de FLO-Fairtrade International creadas desde la década de 1980

PAÍS	AÑO	DENOMINACIÓN ORIGINAL	DENOMINACIÓN ACTUAL
Países Bajos	1988	Stichting Max Havelaar	Fairtrade Nederland
Bélgica	1989	Max Havelaar Belgium	Fairtrade Belgium
Suiza	1992	Max Havelaar-Stiftung	Max Havelaar-Stiftung
Reino Unido	1992	Fairtrade Foundation	The Fairtrade Foundation
Irlanda	1992	Irish Fair Trade Network	Fairtrade Ireland
Francia	1992	Max Havelaar France	Max Havelaar France
Alemania	1992	TransFair e.V.	Fairtrade Deutschland
Austria	1993	TransFair Österreich	Fairtrade Österreich
Japón	1993	TransFair Japan	Fairtrade Label Japan
Luxemburgo	1993	TransFair Minka	Fairtrade Lëtzeburg
Italia	1994	TransFair Italia	Fairtrade Italia
Dinamarca	1994	Max Havelaar Danmark	Fairtrade Mærket Danmark
Suecia	1996	Föreningen för Rättvisemärkt	Fairtrade Sverige
Noruega	1997	Stiftelsen Fairtrade Max Havelaar Norge	Fairtrade Norge
Canadá	1997	Fair TradeMark Canada	Fairtrade Canada
Estados Unidos	1998	TransFair USA	Fairtrade America
Finlandia (*)	1998	Reilun Kaupan edistämisyhdistys ry	Fairtrade Finland
Australia (**)	2003	Fair Trade Australia and New Zealand	Fair Trade Australia and New Zealand
Nueva Zelanda (**)	2003	Fair Trade Australia and New Zealand	Fair Trade Australia and New Zealand
España (***)	2005	Asoc.del Sello de Productos de C.Justo	Fairtrade Ibérica
Portugal (***)	2013	Fairtrade Ibérica	Fairtrade Ibérica

Fuente: elaboración propia

(*) La organización de Finlandia también otorga licencias y promueve el Comercio Justo en Estonia, Letonia y Lituania

(**) Aunque la gestión de ambos países está unificada, existen oficinas en Australia y en Nueva Zelanda

(***) La gestión de España y Portugal es llevada a cabo de forma conjunta por una oficina ubicada en Madrid

Dentro del sector, las iniciativas nacionales fueron denominadas National Labelling Initiatives o National Fairtrade Organizations. Desde el momento en que se creaba un sello, éste estaba disponible para cualquier empresa que deseara adquirir productos certificados de

Comercio Justo y comercializarlos. De esta manera, el objetivo prioritario de las iniciativas nacionales era ayudar a la comercialización de los productos del Sur a través de los principales canales de distribución en los países del Norte, y acrecentar las ventas se convirtió paulatinamente en el protagonista central del Comercio Justo. La certificación de más productos además del café fue de la mano de la proliferación de sellos de garantía en Europa. La incorporación del té y las bananas, productos en los que era irrelevante la existencia de cooperativas de pequeños productores, ya que prácticamente toda la producción mundial provenía de grandes plantaciones con trabajo asalariado, obligaron a una reformulación de los estándares para intentar garantizar también unas condiciones laborales dignas en el proceso productivo.

La certificación del té procedente de las plantaciones de la India generó discusiones entre las organizaciones nacionales de Max Havelaar y la de TransFair en Alemania, ya que las primeras eran contrarias a la introducción de productos cultivados en plantaciones si no había suficientes garantías de que se consiguieran mejoras tangibles para los trabajadores de las mismas. En las negociaciones que hubo entre 1993 y 1997 para agrupar los diferentes sellos, finalmente se aceptó el té darjeeling certificado procedente de plantaciones de la India, aunque las mejoras para los trabajadores fueron exiguas. La certificación exigía la existencia de unos sindicatos que ya existían, y en realidad el único beneficio fue la creación de comités en los que participaban trabajadores y administradores de las plantaciones, que decidían a qué se destinaría el sobreprecio conseguido en el mercado alternativo (Dickinson, 2011). En 2001, debido al creciente volumen de productos procedente de plantaciones, FLO introdujo los estándares de trabajo asalariado para determinados cultivos: té, bananas, fruta, verdura y flores.

Suiza fue el primer país que incorporó la miel certificada, procedente de cooperativas de Chile, Guatemala, México y Uruguay. La inserción de la miel en el mercado alternativo fue sencilla, ya que en su mayoría procedía de pequeños productores que en muchos casos también eran productores de café orgánico, por la presencia de las abejas como polinizadores de las plantas de café⁴³. Es uno de los productos que posteriormente originó controversias, ya que se alzaron voces de protesta porque se estaba perjudicando a los pequeños productores de miel europeos. Se formó una corriente de opinión que afirmaba que, en la alimentación, el Comercio Justo debía restringirse a aquellos productos de clima tropical que no pueden ser producidos en los países occidentales.

La introducción del cacao, y en consecuencia del chocolate, se veía como algo que tenía todo el sentido, ya que el exceso de oferta mundial había hundido los precios por debajo de los 800 US\$ por tonelada. Max Havelaar garantizaba un precio mínimo de 1.750 US\$/tonelada. La comercialización del chocolate certificado también causó polémicas. Además del cacao, el chocolate contiene ingredientes como el azúcar, y leche en polvo en el caso del chocolate con leche. Ante la disyuntiva de elaborar el chocolate con azúcar de remolacha eu-

43 En la actualidad, son muy numerosas las cooperativas de productores de café de Chiapas que también producen y comercializan miel certificada como orgánica y de Comercio Justo.

ropeo, fuertemente subsidiado, o con azúcar de caña de países del Sur, en un primer momento la fundación Max Havelaar de Países Bajos optó por el azúcar europeo, con el argumento de que la prioridad era apoyar a los productores de cacao, y para vender mayor cantidad se requería que no fuera excesivamente caro. Las importadoras que ya estaban vendiendo chocolate en las Tiendas del Mundo, fabricado con azúcar de cooperativas de Filipinas, rechazaron rotundamente el uso de azúcar europeo subsidiado y que se vendiera como de Comercio Justo un chocolate cuyos ingredientes no eran de Comercio Justo en su totalidad. En 1994 se lanzó en Suiza el chocolate certificado elaborado con azúcar de caña, que fue la opción que se acabó imponiendo en todos los países.

En 1994 empezó a estudiarse la posibilidad de certificar bananas. Se trataba de un mercado en el que tres multinacionales, Del Monte, Dole y Chiquita, sumaban más de un 60% de las ventas mundiales. No existían cooperativas de pequeños productores y los métodos productivos consistían en un uso muy intensivo de agroquímicos que, además del perjuicio para el medio ambiente, causaban graves problemas de salud a los trabajadores de las plantaciones. Se utilizaban aeroplanos para fumigar las plantaciones, con lo que los trabajadores estaban expuestos al contacto con los productos químicos. Algunos de los agroquímicos empleados hacía muchos años que estaban prohibidos en los países importadores de las bananas, como el pesticida Dbcp y el nematocida Paraquat. Los problemas de salud más frecuentes eran: dermatosis, esterilidad, rinitis, dolencias oculares y tumores en la piel y en el estómago. Para elaborar la normativa de certificación, se aprovechó la relación que Solidaridad tenía desde hacía tiempo con sindicatos de trabajadores en Costa Rica y Honduras. La certificación disponía que los contratos de compra de las bananas se firmaban con los administradores de las plantaciones y por otro lado un sindicato, que era la contraparte de Solidaridad, verificaba que los ingresos se destinaran a mejorar las condiciones de vida y laborales de los trabajadores. Los requisitos que se exigieron fueron: los trabajadores debían poder tener un entorno de trabajo saludable y acceso a la seguridad social, los trabajadores tenían derecho a mantener negociaciones colectivas con la empresa, y no se aceptaba trabajo forzado o infantil ni ningún tipo de discriminación.

Dos motivos explican el veloz crecimiento que tuvo la venta de bananas de Comercio Justo en varios países europeos. A diferencia del café, en las bananas la fidelidad de los consumidores a una marca es inexistente, por lo que para las bananas de Comercio Justo era más sencillo aumentar su cuota de mercado. El segundo motivo era el amplísimo margen con el que trabajaban las multinacionales comercializadoras de las bananas. En Europa, la introducción del sistema de cuotas en 1993 impulsó los precios al alza. Las cuotas priorizaban las importaciones provenientes de los denominados países ACP (África, Caribe y Pacífico), donde se hallan los territorios de ultramar y ex colonias de Francia y el Reino Unido, y en menor medida España. Al crear escasez en el mercado europeo limitando la cantidad máxima de importaciones, las cuotas elevaban los precios. Estas circunstancias permitieron que en el mercado alternativo, aun pagando a los productores un precio 35% superior al que pagaban

las multinacionales, el precio al consumidor no necesitara situarse por encima de los precios de mercado ya existentes, contrariamente a lo que ocurría con todo el resto de productos de Comercio Justo. En los Países Bajos, las bananas de Comercio Justo se empezaron a comercializar en 1996, y en poco tiempo la cuota de mercado se elevó al 10%. En Suiza, las bananas se lanzaron al mercado en marzo de 1997 y antes de que acabara ese mismo año la cuota de mercado ya era del 13% (Waridel y Teitelbaum, 2002). La actitud favorable de una de las dos grandes cadenas de distribución del país, Coop, que incluso envió a sus responsables de compras a dialogar con los productores, y facilitó un amplio espacio en sus tiendas para los productos de Comercio Justo, ejerció un efecto de arrastre sobre su principal competidora en la distribución, Migros. A finales de la década de 1990 la cuota de mercado en Suiza había ascendido al 15% (Roozen y Vanderhoff, 2002), y en el año 2002 ya era del 23% (Bisaillon *et al*, 2005). En la Tabla 2.2 puede verse en qué año se había iniciado la comercialización de cada producto certificado en cada país en el año 2000.

Tabla 2.2. Introducción de la certificación de los principales productos de Comercio Justo en Europa hasta el año 2000 (*)

País	Organismo de Certificación	Café	Cacao	Miel	Bananas	Té	Zumo de naranja
Países Bajos	Stichting Max Havelaar	1988	1993	1995	1996	1998	2000
Bélgica	Max Havelaar Belgium	1991			1997		
Suiza	Max Havelaar-Stiftung	1992	1994	1993	1997	1995	1999
Alemania	TransFair e.V.	1993	1996	1996	1998	1994	1999
Luxemburgo	TransFair Minka	1993	1996		1999	1996	
Francia	Max Havelaar France	1993					
Reino Unido	Fairtrade Foundation	1994	1994			1994	
Austria	TransFair Österreich	1994	1996		1994		
Italia	TransFair Italia	1995	1996		1995	1998	
Dinamarca	Max Havelaar Danmark	1995	1999		1997	1996	
Suecia	Föreningen för Rättvisemärkt	1997	1998		1998	1997	
Irlanda	Irish Fair Trade Network	1998					
Finlandia	Reilun Kaupan edistämisyhdistys ry	1999				1999	

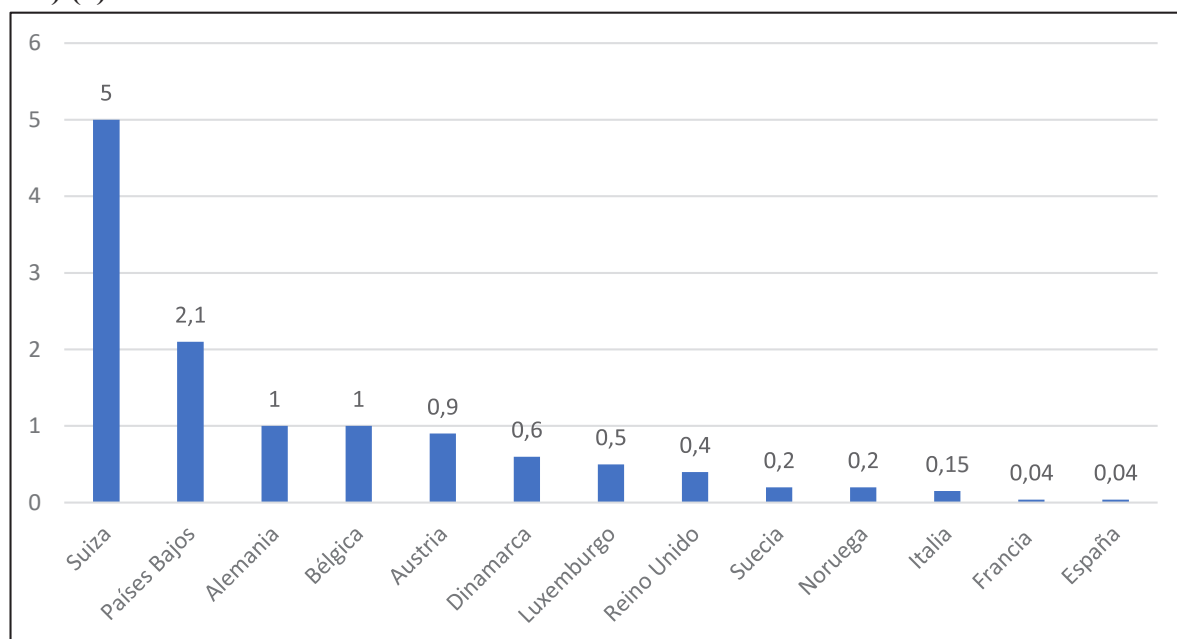
Fuente: elaboración propia con datos de Roozen y Vanderhoff (2002).

(*) No ha sido incluido el azúcar por no disponerse de los datos relativos al año de introducción en los diferentes países.

Puede observarse el peso específico de Países Bajos, Suiza y Alemania, en cuyos mercados al llegar al año 2000 ya se comercializaban todos los productos que tenían certificación. En el extremo opuesto estaban Francia e Irlanda, que sólo habían certificado el café. También se observa la importancia del café, producto emblemático del Comercio Justo, no sólo porque en todos los países se había certificado, sino porque siempre era cronológicamente el primer producto que se certificaba, en caso de que hubiera más de uno. Se comprueba la resistencia de los Países Bajos a certificar el té y el retraso con que lo hizo respecto a otros países pioneros, debido al debate ya mencionado sobre los productos producidos en plantaciones.

La introducción de más productos certificados consolidó el consumo, aunque el cacao, la miel, el té y el zumo de naranja presentaban unos consumos absolutos y relativos sobre el total muy inferiores al café y las bananas (véase subapartado 2.4.3). En 1994, las ventas totales de productos de Comercio Justo en la Unión Europea se estimaban en 175 millones de euros. Los productos alimentarios suponían el 60% de la facturación minorista, y de ésta la mitad correspondía a ventas de café⁴⁴. En el Gráfico 2.1 se expone el gasto anual en Comercio Justo por habitante y año de trece países europeos en 1994, entre los cuales están incluidos los de mayor peso demográfico en el continente.

Gráfico 2.1. Gasto anual por habitante en productos de Comercio Justo, 1994 (en euros) (*)



Fuente: elaboración propia con datos de EFTA (1995).

(*) EFTA presentó los datos en ECUs, que se han convertido a euros al tipo de cambio 1 ECU=1 euro.

A mediados de la década de 1990 ya empezó a perfilarse la tendencia de una mayor penetración del Comercio Justo en los países del norte y centro de Europa, frente a los países del sur donde era inexistente o presentaba unas cifras de consumo irrelevantes. Aunque en algún caso, como España, puede haber influido en el consumo por habitante tan reducido la tardía introducción del sello de garantía en los productos (véanse Tablas 2.1 y 2.2, y subapartado 2.4.2), se observa que el consumo per cápita de Dinamarca cuadruplicaba el de Italia, aunque en ambos países se introdujo el sello en el mismo año. Suecia y Noruega, por su parte, superaban el dato italiano pese a un decalaje en la introducción del sello de dos y tres años, respectivamente, en relación a Italia. Igualmente puede observarse el bajo consumo en Francia, que estuvo entre los países pioneros y fue coetánea en la introducción del sello con Alemania, Suiza y Reino Unido. Se comprueba, asimismo, que en los dos países donde hubo

⁴⁴ Véase la Comunicación 51999DC0619 de la Comisión Europea al Consejo Europeo, relativa al Comercio Justo, de fecha 29/11/1999 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0619&from=ES>, consultado el 30/10/2022)

una mayor colaboración de supermercados y grandes superficies en la comercialización, Suiza y Países Bajos, sus niveles de consumo per cápita se situaban a mucha distancia del resto de países del continente. Existe consenso en que el consumo de productos diferenciados y de mercados de nicho está correlacionado con la renta per cápita, pero de los datos del gráfico se desprende que no era el único factor causante de un mayor o menor consumo, ya que el consumo per cápita de Suiza multiplicaba por 125 el de Francia y España, y el de Países Bajos lo multiplicaba por 53.

En 1997 la Comisión Europea encargó una encuesta tendente a conocer el grado de interés de la ciudadanía y los hábitos de consumo en relación al Comercio Justo. La encuesta puso de relieve que un 11% de la población ya había comprado productos de Comercio Justo, pero este promedio ocultaba grandes diferencias, desde un 49% en los Países Bajos hasta un 3% en Grecia y Portugal. En preguntas más específicas sobre algunos productos, los resultados arrojaron que un 74% de la población compraría bananas de Comercio Justo si pudiera encontrarlas en los establecimientos habituales junto a las convencionales, y un 37% de los consumidores comunitarios afirmaba estar dispuesto a pagar un sobreprecio de hasta el 10% por encima del de mercado por bananas de calidad equivalente que estuvieran producidas de acuerdo a los estándares del Comercio Justo⁴⁵.

En 1999 las ventas mundiales de Comercio Justo fueron de 400 millones de US\$, y en el año 2000 se estimaron en 500 millones de US\$ (las fuentes advierten que la cifra de ventas probablemente estaba sesgada a la baja), con ritmos de crecimiento anuales que a finales de los años 1990 se situaban entre el 10% y el 25% (Raynolds, 2000; Redfern y Snedker, 2002; Moore, 2004). De esa cifra, algo más de 260 millones de US\$ tenían lugar en Europa (de nuevo, es probable que la participación de Europa fuera mayor). El 80% de esas ventas correspondían a alimentación, de las cuales la mitad eran ventas de café (Moore, 2004). En Estados Unidos y Canadá, en el año 2000 las ventas conjuntas de productos de Comercio Justo sobrepasaban los 100 millones de US\$, de las que el 66% correspondía a ventas de café (Fair Trade Federation, 2002). La sucesiva certificación de productos alimenticios iniciada en los años 90, una década más tarde había tenido claros efectos en la composición de las ventas. Mientras que en 1992 el 80% de las ventas correspondían a artesanías y el 20% a productos agrícolas, en el 2002 las artesanías habían descendido a un 26% del total y los productos de origen agrícola representaban el 70% de las ventas (Nicholls y Opal, 2005), debido a la cada vez mayor importancia de los supermercados como canal de consumo del Comercio Justo y a una expansión del número de empresas agroalimentarias que decidían utilizar ingredientes de Comercio Justo en sus productos.

TransFair se había creado sin coordinarse con las organizaciones de certificación ya existentes en Países Bajos, Bélgica y Suiza, y las relaciones entre Max Havelaar y TransFair

45 Véase la Comunicación 51999DC0619 de la Comisión Europea al Consejo Europeo, relativa al Comercio Justo, de fecha 29/11/1999 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0619&from=ES>, consultado el 30/10/2022)

no eran fluidas (Coscione, 2014), ya que la iniciativa de TransFair en Alemania veía a Max Havelaar más como un competidor que como un aliado (Dickinson, 2011). En la creación de TransFair subyacía un deseo de controlar los sellos y no ser sobrepasado por ellos, por lo que adoptó un funcionamiento más centralizado que el de Max Havelaar, donde eran partidarios de que cada país siguiera su propia trayectoria tomando decisiones de abajo hacia arriba (Bacon, 2010). Sin embargo, una serie de factores hicieron que ya en junio de 1993 se iniciaran reuniones de coordinación entre TransFair y Max Havelaar, conocidas como reuniones TransMax, a las que asistía un representante de cada organización nacional: la organización de Países Bajos siempre mantuvo una actitud abierta y el deseo de extender la iniciativa a otros países; los países que se añadieron a la iniciativa TransFair fundada en Alemania, se dieron cuenta de que estaba siendo instrumentalizada a favor de los intereses de GEPA; se estaba generando confusión administrativa a medida que se añadían productos y más iniciativas nacionales; y desde la óptica de los productores, aquellas organizaciones que exportaban a países con diferentes sellos veían cómo se hacía más complejo su funcionamiento, al tener que obtener más de una certificación. El resultado más importante de la primera reunión de coordinación fue la creación del Registro Internacional Max Havelaar-TransFair, una base de datos de las cooperativas de productores que cumplían los criterios del Comercio Justo fijados por Max Havelaar.

El proceso de coordinación para crear una organización paraguas se vio ralentizado por los debates en torno a qué dirección debía tomar el Comercio Justo, notoriamente en relación a las plantaciones, qué papel debían tener los pequeños productores en la gobernanza y cuál debía ser el grado de centralización de la organización que tenía que crearse. Los organismos de certificación organizaban Meetings of Members (reuniones de miembros) a las que sólo acudían esos organismos (Bennett, 2013). El proceso culminó en 1997 con la agrupación de todas las iniciativas de certificación en una sola organización, Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), con sede en Bonn, Alemania. La admisión de productos procedentes de plantaciones fue la principal discontinuidad que se dio, en cuanto a normativa, entre Max Havelaar y FLO, ya que las iniciativas nacionales agrupadas en Max Havelaar siempre habían sido contrarias a acoger este tipo de productos.

Los objetivos de FLO eran unificar los estándares, homogeneizar el proceso de certificación y hacerlo único en todo el mundo, desarrollar una estrategia global para el crecimiento del Comercio Justo y administrar el registro de las cooperativas y los productores que habían obtenido la certificación (a mediados del decenio de 1990 existían registros de cooperativas y productores de café, cacao, té, azúcar y miel). Se eligió como sede la ciudad de Bonn porque, en la Alemania reunificada, el traslado de numerosos organismos federales a Berlín abarató mucho el coste del alquiler y compra de oficinas en Bonn. Las iniciativas nacionales se encargaban de la relación con los importadores, procesadores y comercializadores de sus respectivos territorios, y tenían como un objetivo básico el crecimiento de los mercados nacionales de Comercio Justo. En 1998, FLO, IFAT, NEWS! Y EFTA empezaron a coordinarse en una

red de carácter informal y sin personalidad jurídica a la que se denominó FINE, acrónimo de los nombres de las cuatro organizaciones integrantes.

En el año 2002, ante la diversidad de sellos y logos existentes en los diferentes países, FLO dio un paso más en su institucionalización al crear un único sello y un único logo para todas las iniciativas nacionales, el Fairtrade Certification Mark, con objeto de mejorar la visibilidad del sello en los estantes de la gran distribución y otros canales de venta al por menor, simplificar los procedimientos de exportación para productores y exportadores y facilitar el comercio internacional. Ante el crecimiento del comercio transfronterizo de productos de Comercio Justo entre países europeos, se consideró que la diversidad de logos podía generar confusión en los consumidores. La pluralidad de denominaciones (Max Havelaar, Fairtrade, TransFair) también se veía como un obstáculo para crear una imagen unificada del Comercio Justo. La Figura 2.1 muestra los logos existentes hasta el año 2002 en Países Bajos, Francia, Suiza, Dinamarca, Finlandia, Suecia, Reino Unido y, en último lugar, el logo compartido por los países englobados en el sello TransFair.

Figura 2.1. Logos de los sellos de certificación de Comercio Justo existentes hasta el año 2002



Fuentes: <https://www.thenews.coop/50094/sector/retail/fairtrade-celebrates-two-decades-growing-developing-world/> (consultado el 25/09/2022), <https://www.stinfo.fi/tiedote/reilun-kaupan-kasvua-suomesa-jo-20-vuotta?publisherId=20933714&releaseId=69854756> (consultado el 25/09/2022), <https://www.lebensmittellexikon.de/t0000210.php> (consultado el 25/09/2022) y <https://www.maxhavelaar.ch/was-ist-fair-trade/max-havelaar/geschichte> (consultado el 02/09/2016).

En la figura 2.2 puede verse la evolución del logo de Max Havelaar Suiza hasta su integración en FLO y con posterioridad. Los tres primeros eran anteriores a la unificación de logos que se acordó en FLO en el año 2002.

Figura 2.2. Evolución del logo del sello Max Havelaar en Suiza, 1992-2022



Fuente: <https://www.maxhavelaar.ch/was-ist-fairtrade/max-havelaar/geschichte> (consultado el 02/09/2016).

Si bien las iniciativas nacionales tienen la potestad de incluir en el logo nombres que hagan referencia a su denominación o a parte de ella, y las de Suiza y Francia, y Países Bajos hasta fechas recientes, conservan la denominación original Max Havelaar, el logo de FI reconocible internacionalmente es el que se muestra en la figura 2.3.

Figura 2.3. Logo actual de Fairtrade International



Fuente: <https://www.fairtrade.net/> (consultada el 02/09/2016).

La mayor articulación supranacional favoreció el impulso de campañas de protesta con un mayor alcance geográfico. Una de las mayores movilizaciones ciudadanas a favor de un comercio más equitativo se desarrolló a partir del año 1995 y durante la segunda mitad de la década de 1990. Surgió como reacción a un proyecto de directiva de la Unión Europea que permitía el uso de hasta un 5% de sucedáneos de la manteca de cacao (grasas vegetales) en la elaboración del chocolate, con el consiguiente impacto de reducción de la demanda y descenso de las exportaciones para países pobres altamente dependientes de la exportación de cacao. Medio millón de personas firmaron la petición de que no siguiera adelante el proyecto legislativo, y se enviaron miles de postales de protesta a los eurodiputados y a las empresas chocolateras. En septiembre de 1997, coincidiendo con la presidencia luxemburguesa de la Unión Europea, se presentaron en rueda de prensa los resultados de la campaña por parte de las organizaciones que la habían impulsado. No obstante, en el año 2000 se aprobó la Directiva 2000/36/CE, del Parlamento Europeo y de la Comisión, relativa a los productos de cacao y de chocolate destinados a la alimentación humana, que permitía el uso de un 5% de grasas no procedentes de la manteca de cacao.

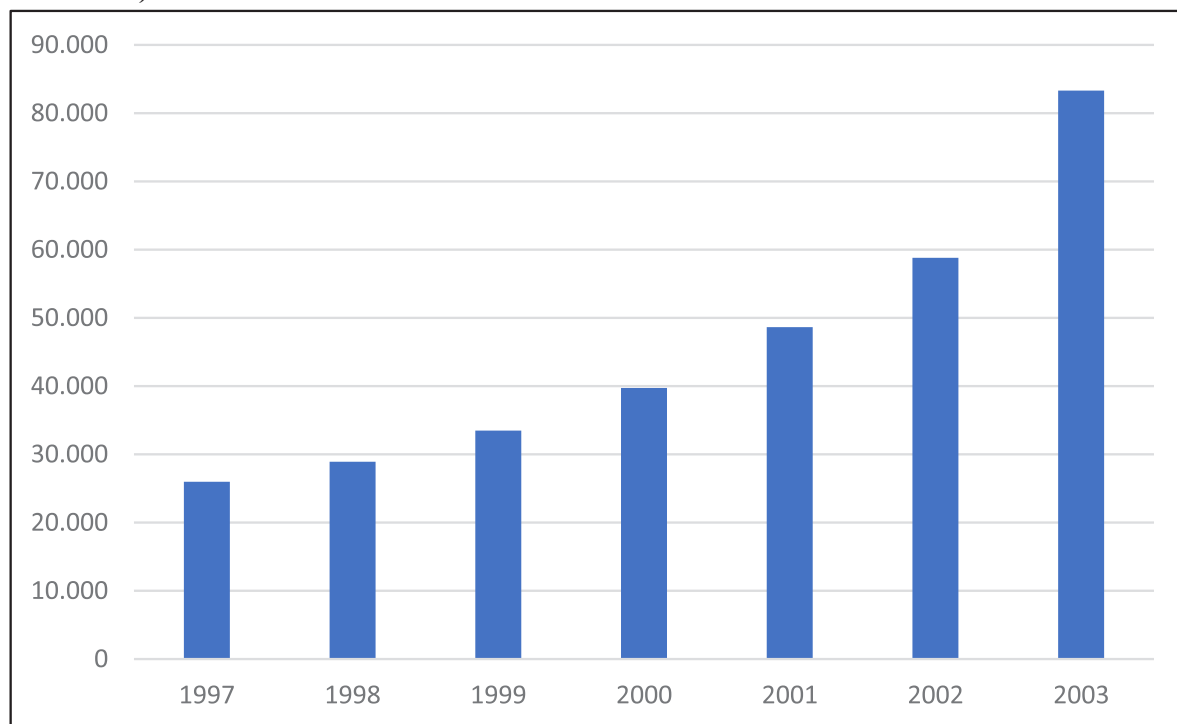
2.4.3 La evolución reciente: reequilibrio entre activismo y comercialización

En el siglo XXI se continuó desarrollando alguna campaña dirigida a denunciar las inequidades en el comercio internacional y a sensibilizar a la opinión pública de los países occidentales, pero fueron menos numerosas que las que se habían realizado en décadas anteriores y, lo más remarcable, contaron con una menor base activista, en tanto que el eje del Comercio Justo se iba trasladando de la movilización social hacia la comercialización, y del protagonismo de los activistas a la actuación a través de las diversas instituciones rectoras y coordinadoras. La campaña más destacable fue “Comercio con Justicia”, lanzada por Oxfam International simultáneamente en 19 países el 9 de abril del 2002 con la presentación del informe “Cambiar las reglas: comercio, globalización y lucha contra la pobreza”. En el documento se criticaban las políticas comerciales tanto de los gobiernos europeos y de Estados Unidos como de las organizaciones financieras internacionales, Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y Organización Mundial del Comercio, de las que ponía en duda su legitimidad por imponer unas reglas de funcionamiento económico mundial sistemáticamente perjudicial para los países pobres. El inicio de la campaña se dio en medio de la mayor crisis de precios en la historia del café, por lo que este producto tuvo un peso específico importante tanto en el informe como en la campaña.

A mediados del año 2003 FLO estaba trabajando con 315 organizaciones certificadas que representaban a casi 500 cooperativas de primer nivel y unas 800.000 familias de productores y trabajadores distribuidas en más de 40 países. En los países del Norte estaban registrados 443 licenciarios autorizados por las diversas iniciativas nacionales para usar el sello con la marca Fairtrade. En términos físicos⁴⁶, el total mundial de ventas de café, té, bananas, cacao, azúcar, miel, zumos de frutas, arroz, frutas frescas y otros productos, había pasado de 25.972 toneladas métricas en 1997 a 83.297 en el 2003. En el Gráfico 2.2 se observa la evolución de las ventas totales certificadas por FLO entre 1997 y 2003.

46 Hasta el año 2004, FLO ofrece sus ventas totales en toneladas. En el informe sobre las ventas del ejercicio 2004 incluye unidades como balones de fútbol o tallos de flores, que impiden una comparación con los ejercicios anteriores.

Gráfico 2.2. Evolución de las ventas mundiales certificadas por FLO, 1997-2003 (en toneladas)



Fuente: FLO (2004)

De las 83.297 toneladas certificadas en el año 2003, dos productos sobresalían por su volumen de ventas: las bananas, con 51.336 toneladas, y el café, con 19.895 (el café con un precio por unidad de peso muy superior al de las bananas). El tercer producto por volumen físico de ventas era el cacao, con 3.473 toneladas (FLO, 2004; Moore, 2004). El problema para las cooperativas productoras era que las ventas, aun registrando un fuerte aumento, no seguían el mismo ritmo que la producción. En la mayoría de productos se estaban dando crecimientos muy intensos de la producción certificada, especialmente en el cacao y el azúcar. En el año 2003, la producción en términos físicos de cacao con respecto al año 2002 se incrementó un 110%, porque el número de cooperativas productoras de cacao estaba experimentando un gran crecimiento. En el azúcar, el aumento respecto al año anterior fue del 79% (FLO, 2004). Estos crecimientos porcentuales tan elevados provocaron un crónico exceso de oferta, con lo que las cooperativas se veían obligadas a vender una parte sustancial de su producción en el mercado convencional. Como consecuencia, en el año 2013 aproximadamente un centenar de cooperativas productoras de cacao de las más de mil existentes en todo el mundo, dejaron de certificar su producción⁴⁷.

Desde el año 2002 ocurrieron una serie de cambios en los principales actores del Comercio Justo, fundamentalmente IFAT y FLO, que obedecían a la necesidad de estrechar la coordinación a medida que crecía el Comercio Justo, pero también a una demanda de mayor protagonismo en la toma de decisiones por parte de las organizaciones de productores. Ante

⁴⁷ Véase la página web del programa Trade for Development Centre de la agencia de desarrollo de Bélgica Enabel (<https://www.tdc-enabel.be/en/2015/01/07/fairtrade-belgium-3/>, consultada el 07/10/2022)

el crecimiento del volumen de actividad, en el año 2003 FLO decidió que para asegurar la independencia del sistema de certificaciones, hacerlo más transparente, limitar la responsabilidad de FLO en él y cumplir con la normativa ISO 65⁴⁸, el sector de la organización que definía los estándares debía estar separado del que verificaba su cumplimiento y evaluaba a los productores. Fue así como el 15/09/2003 se creó FLO-Cert GmbH (Ltd.), también con sede en Bonn y como filial independiente de FLO e.V., su único accionista. ISO 65 es la normativa para organismos de certificación más reconocida internacionalmente, a los que les proporciona una referencia para sus procedimientos y toma de decisiones. Bajo las normas ISO 65, todos los procedimientos de inspección y certificación de FLO-Cert se auditaban anualmente para localizar y resolver problemas e ineficiencias.

Desde el año 2007, FLO-Cert cuenta con la acreditación ISO 65 (actualmente ISO 17065), lo que le permitió proteger el sello Fairtrade de posibles fraudes y obtener el reconocimiento oficial como una organización certificadora independiente. Para mantener esta acreditación, FLO-Cert es auditada regularmente por el organismo nacional de acreditación alemán DAkkS (Deutsche Akkreditierungsstelle). Posteriormente, FLO-Cert incluyó entre sus funciones la certificación de otros sellos como UTZ (sobre la pluralidad de sellos surgidos en las últimas décadas, véase el subapartado 2.5.5) y la verificación de códigos de sectores o de empresas, como el 4C (The Common Code for the Coffee Community) o el programa Cocoa Life de la empresa Mondeľz⁴⁹. En algunos países donde el sector asociativo y las ONGs gozaban de una elevada reputación, el ánimo de reconocimiento oficial de FLO-Cert resultaba contradictorio. Una encuesta llevada a cabo en Francia reveló que las ONGs tenían 3 veces más credibilidad que el gobierno, 5,5 veces más que las empresas privadas y 9 nueve veces más que los medios de comunicación, y que los sellos de garantía gestionados por las propias ONGs generaban más confianza entre los consumidores que los garantizados por agencias estatales o empresas privadas (Renard, 2005; Ballet y Carimentrand, 2010).

De esta manera FLO, propietaria de la marca FAIRTRADE Mark, se podía centrar en las tareas de desarrollar y revisar los estándares, fomentar el crecimiento del Comercio Justo y asistir a las organizaciones de productores en la consecución y mantenimiento de la certificación, y FLO-Cert asumía la labor de inspeccionar y certificar a las organizaciones de productores, exportadores, importadores y procesadores, verificando el cumplimiento de los estándares del Comercio Justo. El ámbito de actuación de FLO-Cert, por lo tanto, llegaba hasta la transformación final del producto, por lo que las empresas, organizaciones y asociaciones que eran meras distribuidoras hacia el consumidor final pero no efectuaban ninguna transformación, no eran objeto de inspección y certificación por parte de FLO-Cert. Este alcance de las competencias de FLO-Cert se ha mantenido hasta la actualidad.

48 La International Organization for Standardization (ISO) promueve el uso de estándares comerciales e industriales a nivel mundial.

49 Comunicación personal de Saskia von Werder, de FLO-Cert Applications Team, el 12/11/2021.

Según FLO (2004), esta nueva estructura que separaba la función de definición de estándares de la de verificar su cumplimiento, establecía una relación complementaria entre FLO e.V. y FLO-Cert y permitía una interacción exitosa entre los diferentes aspectos del etiquetado: establecimiento de estándares, certificación, registro, facilitación de contactos (clientes y proveedores), apoyo a los productores, marketing y expansión comercial, constituía un enfoque único para la certificación social y producía resultados ‘sobresalientes’ para los productores de los países en desarrollo⁵⁰. Por el contrario, para Ballet y Carimentrand (2010), el hecho de que FLO e.V. mantuviera el 100% de las acciones de FLO-Cert, los objetivos de crecimiento comercial que se perseguían con la consolidación del sello y los ingresos derivados por su uso tenían el potencial de interferir en la actividad certificadora.

A los dos tipos de estándares genéricos que FLO había desarrollado, unos para las cooperativas de pequeños productores y otros para las plantaciones con trabajo por cuenta ajena, fue añadiendo estándares específicos para cada producto, atendiendo a sus particularidades. Los estándares genéricos aplicables a todos los productos y productores se podían sintetizar en⁵¹:

- Métodos de producción: verificación de la estructura interna de las organizaciones y de la trazabilidad de lo producido
- Medio ambiente: manejo de plagas, suelo, agua, residuos, prohibición de los organismos genéticamente modificados, conservación de la biodiversidad y eficiencia en el uso de la energía
- Condiciones laborales: prohibición de cualquier tipo de discriminación, del trabajo forzoso u obligatorio y del trabajo infantil; libertad de asociación; derecho a la negociación colectiva; seguridad y salud en el trabajo
- Democracia: participación en la toma de decisiones, desarrollo del potencial de los trabajadores y productores, transparencia

Los importadores, que ocupaban una posición estratégica por ser quienes mantenían las relaciones comerciales con los productores del Sur, debían cumplir con una serie de condiciones específicas:

- Trabajar con transparencia
- Comprar únicamente a organizaciones certificadas
- Respetar en los contratos de compra los precios mínimos fijados para cada producto

50 En el Capítulo 3 se verá, para el caso de las cooperativas productoras de café de Chiapas, que no siempre era compartido el optimismo respecto a la labor de FLO. La excesiva carga burocrática asociada a la inspección y la certificación y el elevado coste monetario de la misma son quejas frecuentes.

51 Véase Anexo 3.

- Pagar las primas determinadas por FLO
- Firmar contratos de compra a largo plazo
- Anticipar a las organizaciones de productores una parte de la compra anual (Pedini *et al.*, 2017)

La red regional más articulada y reivindicativa, y con más capacidad para ejercer una labor de lobby dentro de FLO, fue la de Latinoamérica y el Caribe. En 1996 se habían fundado la Coordinadora Latinoamericana (CLA), que agrupaba pequeños productores de café, y la Red PAUAL (Pequeños Apicultores Unidos de América Latina). En el foro internacional de FLO celebrado en el Reino Unido en el 2003, las organizaciones de productores de Latinoamérica y el Caribe se dieron un mandato claro para fortalecer la red regional. En agosto del 2004, en la asamblea celebrada en Oaxaca, se unieron la CLA y la PAUAL para fundar legalmente la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), actualmente denominada Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo. Un principio irrenunciable desde el inicio fue que la CLAC no representaba a todos los productores certificados, sino sólo a los pequeños productores. Quedaban fuera de ella, por lo tanto, las plantaciones de bananas. En África, organizaciones de productores de Etiopía, Kenia, República Democrática del Congo, Tanzania y Uganda empezaron a coordinarse en 1999 y formaron la East Africa Fairtrade Regional Coordinating Body. En el 2003 se les añadieron Ghana y Ruanda y en el 2004 la coordinadora se convirtió en la African Fairtrade Network (AFN), denominada Fairtrade Africa desde el año 2005, que incluye también los países del Próximo Oriente. En el continente asiático, los orígenes de la agrupación de los productores fueron más recientes. En junio del 2005, representantes de organizaciones de productores se reunieron en Sri Lanka para debatir sobre cómo coordinar la comunicación con FLO. En septiembre del 2006 tuvo lugar en Bangkok la asamblea constitutiva de la Network of Asian Producers (NAP) con representantes de China, Filipinas, India, Indonesia, Nepal, Pakistán, Papúa Nueva Guinea, Sri Lanka, Tailandia y Timor del Este. A partir del año 2014 la denominación fue Network of Asia and Pacific Producers (NAPP).

De las 569 organizaciones de productores certificadas por FLO a finales del año 2006, un 53% pertenecían a la CLAC, un 30% a Fairtrade Africa y un 17% a la red asiática (FLO, 2007). Aunque en la Asamblea General tenían las mismas responsabilidades, las tres redes evidenciaban diferentes características, algo que se debía, en parte, al hecho de que FLO no organizó a los productores en redes con el propósito de desarrollar una nueva estructura de gobernanza, sino que incorporó a los órganos rectores unas redes ya existentes (Bennett, 2013).

En la Asamblea General de FLO del 25 de mayo del 2007, las tres redes continentales de productores oficialmente pasaron a ser miembros de pleno derecho de la organización y

copropietarias de la marca Fairtrade. La expansión de la membresía había sido aprobada en el Meeting of Members de noviembre del 2006, y debía hacerse efectiva previa modificación de los estatutos. Finalmente había tenido efecto la creciente presión ejercida por las tres redes continentales de productores de África, Asia y Latinoamérica y el Caribe para tener más poder de decisión, ya que hasta ese momento sólo desempeñaban un papel consultivo (Bennett, 2013). Estas tres redes agrupaban a los productores y trabajadores en posesión de la certificación Fairtrade en sus respectivos continentes.

A finales del año 2011, los productores lograron el compromiso de todos los actores de FI de aumentar hasta el 50% su participación en la Asamblea General. En la composición de la Asamblea, los productores tan solo tenían 3 de los 22 votos y las iniciativas nacionales de Europa y Norteamérica tenían una amplia mayoría de votos y detentaban el poder decisorio. Para ello fue necesario reelaborar los estatutos que habían sido aprobados en mayo del 2007. Los nuevos estatutos fueron publicados oficialmente a principios de junio del 2013, con lo que sus disposiciones ya pudieron ponerse en práctica en la Asamblea General Anual del 12 de junio del 2013 (Coscione, 2014). La modificación de los estatutos también implicó un reparto paritario en la Junta Directiva (elegida por la Asamblea), donde los productores pasaron a tener igual número de miembros que las iniciativas nacionales. En la Tabla 2.3 se traza la evolución de la composición de la Junta Directiva entre los años 2002 y 2014.

Tabla 2.3. Composición de la Junta Directiva de FLO (2002-2014)

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014
Iniciativas Nacionales	6	6	5	5	5	5	4
Productores	4	4	4	4	4	4	4
Comercializadores	2	2	2	2	2	2	0
Independientes	0	0	2	2	3	3	3
Total	12	12	13	13	14	14	11

Fuentes: elaboración propia con datos de Fairtrade International (2015), FLO (2004, 2007 y 2008) y Reynolds (2017).

Además del reparto igualitario entre iniciativas nacionales y productores del Sur que se observa a partir del año 2013, las modificaciones estatutarias también condujeron a que por primera vez la presidencia recayera en un representante de los productores, puesto que hasta aquel momento siempre había sido ejercida por asesores independientes o por representantes de las iniciativas nacionales (Reynolds, 2017). No obstante, el sistema de gobernanza continuó adoleciendo de inequidades originadas por los recursos financieros puestos disposición de las diferentes estructuras. Los ingresos entraban a FLO a través de las iniciativas nacionales, que cobraban a los comercializadores por la licencia de uso del sello. Una fracción de estos ingresos se trasladaba a las redes continentales, pero en poca cuantía y sobre una base discrecional, lo que una vez más hacía salir a la superficie las contradicciones de una organización, FLO, que proclamaba que los pequeños productores eran el actor fundamental del Comercio Justo, pero para que los productores pudieran hacer oír su voz, éstos necesitaban estructuras sólidas (Bennett, 2013). Del total de recursos gestionados por Fairtrade Interna-

tional, la mayor parte seguía siendo gastada en el Norte en gastos de marketing, promoción e incidencia y en el mantenimiento de las estructuras de las iniciativas nacionales.

Tras los cambios habidos en la primera década del siglo XXI, FLO quedó integrada por las iniciativas u organizaciones nacionales, los comercializadores (organizaciones importadoras de Comercio Justo y empresas de capital privado), los productores (representados por medio de las redes regionales) y asesores externos independientes. México tenía el estatus de miembro asociado y estaba representado por Comercio Justo México, creado en 1999, que desde el año 2007 se denominó Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo. Los ingresos de las iniciativas nacionales dependen del volumen de actividad en sus respectivos países, es decir, del volumen de actividad de los licenciarios, que pagan un canon trimestral proporcional al volumen de ventas a modo de licencia por el derecho de uso del sello Fairtrade. En la actualidad, en el caso del café, los costes de la licencia para usar el sello ascienden a 0,24 euros por cada kilogramo vendido. Los licenciarios informan trimestralmente a las organizaciones de sus países del volumen de ventas en términos monetarios y físicos. La información sobre las ventas físicas también tiene como propósito seguir la trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena de producción, transporte y distribución, de forma que en cada eslabón las ventas sean proporcionales a las compras y no se produzcan fraudes.

En el momento de constituirse e iniciar la actividad, los licenciarios también pagan una cuantía a FLO-Cert en concepto de matrícula de inscripción, en virtud de la cual reciben un código identificativo denominado FLO ID. Esta identificación es obligatoria para todos los que participan en la cadena hasta la transformación final: productores, exportadores, importadores, procesadores y comercializadores (estos últimos, en caso de que efectúen algún tipo de transformación en los productos)⁵². Una vez que el licenciario ha sido dado de alta en FLO-Cert, la organización nacional asesora acerca de cuáles pueden ser las cooperativas que suministren la(s) materia(s) prima(s) necesaria(s) para el producto o productos que desea comercializar y sobre dónde y cómo comercializarlos. La misión básica que tienen encomendada las organizaciones nacionales es contribuir a que los productos de las cooperativas del Sur puedan venderse en sus países. Las iniciativas nacionales en cuyos territorios las ventas son muy elevadas, como ocurre con la del Reino Unido, obtienen más fondos de los necesarios para mantener su estructura y desarrollar actividades de marketing y comunicación para promocionar el Comercio Justo, y para las aportaciones que deben realizar a FI para su funcionamiento, por lo que tienen capacidad financiera para apoyar proyectos de cooperación al desarrollo en el Sur. En los países donde el volumen de ventas es reducido, como ocurre con Fairtrade Ibérica, los ingresos se destinan íntegramente al mantenimiento de la estructura y a promocionar la expansión del Comercio Justo⁵³.

52 Información brindada por José Antonio Otero Villanueva, gerente de Ecolectia, importadora, procesadora y comercializadora de productos orgánicos y de Comercio Justo ubicada en Barcelona, en entrevistas mantenidas el 4/3/2020 y el 14/5/2021.

53 Información facilitada por María Jesús Granero Hernando, Key Account Manager y responsable de

Con el fin de intentar ejercer más influencia en las políticas comerciales europeas, en el año 2004 se inauguró en Bruselas la oficina de la Fair Trade Advocacy Office (FTAO) como una iniciativa coordinada de las redes WFTO, EFTA, NEWS! Y FLO. Esta oficina substituía la que había implantado la EFTA en 1995 también en Bruselas, que daba apoyo a las organizaciones de EFTA y otros actores del Comercio Justo en su actividad de incidencia política, e influyó para obtener un mayor reconocimiento del Comercio Justo por las instituciones europeas. Al hacerse evidente que la incidencia política sería más efectiva si se ejecutaba de forma coordinada por todo el movimiento del Comercio Justo, las cuatro redes decidieron substituir la oficina existente por una que las representara a todas. En el 2010 se formalizó el compromiso con la labor de la FTAO y se le dotó de status legal como fundación. Su misión prioritaria consistía en abogar para que las políticas de la Unión Europea (UE) apoyen el Comercio Justo y la equidad en todo tipo de intercambios comerciales, y fortalecer tanto la FTAO como las redes de Comercio Justo para que sus miembros tengan más capacidad de interactuar y mantener un diálogo continuo con las instituciones de la UE en todo lo relativo a las políticas sobre comercio y desarrollo. Se consideraba prioritaria la consecución de un marco político favorable para el Comercio Justo y apuntar las vías por las que las instituciones de la Unión Europea podían respaldar al Comercio Justo⁵⁴. En cooperación con profesionales de organizaciones de Comercio Justo e investigadores, dinamizó la creación de conocimiento sobre temas estratégicos como las políticas públicas de Comercio Justo o las iniciativas locales de Comercio Justo en todo el mundo⁵⁵.

Entre los resultados obtenidos por la FTAO en cuanto a incidencia política, se consiguió que el Parlamento Europeo aprobara diferentes resoluciones sobre Comercio Justo y la mención del Comercio Justo en diversas directivas e informes de las instituciones de la Unión Europea (CECJ y EMAUS, 2008b). Las resoluciones y menciones daban continuidad a un dilatado historial de pronunciamientos, comunicaciones y recomendaciones del Parlamento Europeo, del Consejo Europeo y de otros organismos europeos como el Comité de las Regiones o el Comité Económico y Social. Sin embargo, a menudo la Comisión Europea adoptó enfoques más laxos o hizo caso omiso (Coscione, 2017).

En el año 2007 FLO elaboró un plan estratégico que tenía como ejes fundamentales: gestionar el crecimiento de la organización, expandir su impacto, profundizar la conexión entre productores y consumidores, mejorar la eficiencia de productores y licenciarios y responder a desafíos externos como el cambio climático, las subidas de precios de los alimentos y el resto de materias primas y las fluctuaciones en los tipos de cambio de las monedas (FLO, 2008). Del análisis de estos puntos básicos se desprende que algunos de ellos entraban en contradicción entre sí. En la medida en que el crecimiento y el mayor impacto se vehiculaban a través de las ventas en supermercados y en grandes superficies (posteriormente también on

Business Development de Fairtrade Ibérica, en entrevista mantenida el 20/5/2020.

54 Información aportada por Sergi Corbalán Bosch, director de la FTAO entre octubre del 2008 y junio del 2022, en la entrevista mantenida el 29/06/2022.

55 Véase la página web de la FTAO (<https://fairtrade-advocacy.org/4341-2/>, consultada el 04/10/2022)

line), ello dificultaba un mayor vínculo entre los dos extremos de la cadena, productores y consumidores, una relación de proximidad que era la que había dado lugar al nacimiento del Comercio Justo.

Otros cambios significativos tuvieron lugar también en el bienio 2007/08. El 1 de julio del 2007 y de nuevo el 1 de julio del 2008 se hicieron efectivos sendos aumentos en los precios del café (véase el subapartado 2.5.2). En el 2007 se decidió asimismo introducir un precio mínimo para el té, ya que hasta ese momento sólo existía una prima, relativamente más elevada que la de otros productos. La sobreoferta de té de Comercio Justo estaba obligando a muchas plantaciones a vender su producción en el mercado convencional por debajo de los costes de producción. A diferencia del café, el precio mínimo variaba en función de los países y regiones de origen, en concordancia con los diferentes costes de producción. La introducción del precio mínimo fue acompañada de una reducción en la prima, que FLO argumentó con el objetivo de maximizar el acceso a los mercados para los productores certificados.

En octubre del 2008, durante la Conferencia Regional Europea y la Asamblea General Anual de la IFAT, se decidió el cambio de nombre de IFAT por el de World Fair Trade Organization (WFTO), y se acordó que NEWS! quedara integrada en la estructura de WFTO-Europe, la división europea de la WFTO. A principios del año 2011, FLO cambió su nombre comercial por una denominación más abreviada, Fairtrade International (FI).

El crecimiento de las ventas de Comercio Justo durante el siglo XXI ha sido importante, a pesar de que las cuotas de mercado continúan sin ser muy elevadas. A ello contribuyó la certificación de una parte de las ventas de algunos productos por parte de grandes empresas. Durante el año 2006, importantes empresas de sectores como el alimentario, el de la distribución e incluso el transporte aéreo anunciaron que pasaban a ofrecer productos de Comercio Justo a sus clientes. Sainsbury's, una de las principales cadenas de la distribución del Reino Unido, hizo público en diciembre que la totalidad de su oferta de bananas pasaba a estar certificada con la marca Fairtrade International. Las cooperativas productoras de bananas, en aquel momento mayoritariamente radicadas en la República Dominicana, no pudieron hacer frente al enorme aumento de la demanda que implicaba la decisión de esta empresa, por lo que casi todo el crecimiento de las ventas provino de las plantaciones.

Marks & Spencer, otra importante empresa de la distribución minorista en el Reino Unido, en abril convirtió toda su gamas de tés y cafés al Comercio Justo. En septiembre, la compañía irlandesa Insomnia Coffee Company anunció que la totalidad del café servido en sus establecimientos de restauración sería de Comercio Justo. La multinacional Dunkin Donuts pasó a ofrecer el 100% de su café expreso certificado con el sello Fairtrade en Europa y Norteamérica. Scandic and Hilton, una de la principales cadenas hoteleras de Suecia, anunció que sólo serviría café Fairtrade a sus clientes. En el mismo año 2006, las compañías aéreas Ryanair y Air Berlin empezaron a servir a sus pasajeros café que en su totalidad estaba certificado con el sello Fairtrade (FLO, 2007).

En la Unión Europea, el total de ventas de Comercio Justo en el año 2005 se había elevado hasta los 660 millones de euros⁵⁶. A finales del 2007, las ventas mundiales de FLO ascendieron a 2.381 millones de euros, tras haberse incrementado un 47% respecto al 2006. Esta cifra suponía multiplicar casi por setenta la cifra de ventas de 1997, año de la fundación de FLO. En la tabla 2.4 se observan las ventas al por menor en los principales mercados consumidores en los años 2006 y 2007. En este bienio fue cuando se produjo el aumento interanual de las ventas más elevado de que se tiene constancia para FLO.

Tabla 2.4. Ventas retail certificadas por FLO, años 2006 y 2007 (en millones de euros)

	2006	2007	% var. 2006/07
Estados Unidos	499,0	730,8	46,5
Reino Unido	409,5	704,3	72,0
Francia	166,0	210,0	26,5
Suiza	142,3	158,1	11,1
Alemania	110,0	141,7	28,8
Canadá	53,8	79,6	48,0
Austria	41,7	52,8	26,6
Países Bajos	41,0	47,5	15,9
Suecia	16,0	42,5	165,6
Dinamarca	23,2	39,6	70,7
Italia	34,5	39,0	13,0
Bélgica	28,0	35,0	25,0
Finlandia	22,5	34,6	53,8
Irlanda	11,6	23,3	100,9
Noruega	8,6	18,1	110,5
Australia / N.Zelanda	6,8	10,8	58,8
Japón	4,1	6,2	51,2
España	1,9	3,9	105,3
Luxemburgo	2,8	3,2	14,3
TOTAL	1.623,3	2.381,0	46,7

Fuente: elaboración propia con datos de FLO (2008)

Resulta especialmente llamativo el dato del Reino Unido, cuyas ventas se situaban a mucha distancia de cualquier otro país europeo, impulsadas por la extendida comercialización en supermercados y grandes superficies. Se posicionaba como el país europeo con mayor cifra de ventas, una posición que ya no abandonaría. Un producto que contribuía al gran volumen de ventas de los productos con el sello FLO en aquel país era la banana, del cual ha continuado siendo hasta la actualidad el principal mercado de entre todos los países donde se comercializan productos certificados (Fairtrade International, 2021). La tendencia a la certificación de marcas y productos de consumo masivo en el reino Unido continuó en los subsiguientes años. En el 2009, la marca Kit Kat de Nestlé, la chocolatina más vendida

⁵⁶ Véase el Informe A6-0207/2006, del 6 de junio, del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2006-0207_EN.html, consultado el 30/10/2022).

en el Reino Unido con una facturación total de 1.170 millones de euros⁵⁷, obtuvo la certificación FLO para su venta en aquel país. En el mismo año, también obtuvo la certificación FLO para el Reino Unido el chocolate Dairy Milk de la empresa Cadbury (Jaffee, 2014). La certificación de Dairy Milk significó que 350 millones de tabletas de chocolate se añadían a las ventas de Comercio Justo en el Reino Unido⁵⁸. Con todo, en el 2017 Cadbury anunció que abandonaba la certificación para sus tabletas de chocolate, y Nestlé hizo lo propio en el año 2020. En Francia, tras unos inicios modestos por el poco apoyo del tejido asociativo y solidario al café certificado, el incremento en las ventas entre 1997 y 2007 fue notable, hasta situarse en cifras acordes con la dimensión de su mercado.

En la Tabla 2.4 pueden constatar los grandes incrementos interanuales en países donde la entrada de la certificación había sido tardía, como Suecia, Irlanda, Noruega y España, mientras que en los dos países que más rápidamente habían certificado la mayoría de los productos, Países Bajos y Suiza, los aumentos porcentuales estaban entre los más bajos. De acuerdo con Bacon (2010), el importante aumento en las ventas globales continuó en el año 2008, en el que se incrementaron un 22% respecto al 2007 y superaron los 2.900 millones de euros.

El hecho de que el gran incremento de las ventas en el Reino Unido y la colosal dimensión que adquirió su mercado en relación al resto de países occidentales, fueran de la mano de la expansión de la mano de la gran distribución, no estuvo exento de polémica. Verdier (2009) señaló que, en el caso del Reino Unido, el nombre de una cadena de supermercados podía aparecer junto al logo de FLO sin ser una empresa licenciataria, lo que desorientaba a los consumidores y ofrecía pocos incentivos a las empresas de la distribución minorista para comprometerse con los principios del Comercio Justo, ante la laxitud de la exigencia para poder unir la imagen corporativa al logo de FLO⁵⁹.

Las organizaciones de productores certificadas continuaron creciendo y a finales del 2007 totalizaban 632, presentes en 58 países. De las 632 organizaciones, 256 (un 40%) eran productoras de café (FLO, 2008). En la Tabla 2.5 se detalla el número de organizaciones productoras que habían obtenido la certificación a finales del año 2007 en cada uno de los países donde tenían presencia.

57 Se puede consultar un artículo sobre el tema en el diario británico The Guardian (<https://www.theguardian.com/environment/2009/dec/07/fairtrade-kit-kat>, consultado el 23/10/2022)

58 Véase la página web con información sobre el mundo del Comercio Justo Trading Visions (<https://tradingvisions.org/content/cadbury-walks-away-fairtrade-what-next-campaigners>, consultada el 23/10/2022)

59 No todas las iniciativas nacionales permitían a los distribuidores minoristas exhibir el logo de FLO sin ser licenciarios de FLO, pero la del Reino Unido estaba entre las que consentían esta práctica.

Tabla 2.5. Organizaciones de productores certificadas por FLO, 2007

PAÍS	Nº ORG.	PAÍS	Nº ORG.
México	50	Egipto	5
Colombia	48	Costa de Marfil	5
Suráfrica	47	Pakistán	5
Perú	44	China	5
India	36	Senegal	4
Kenia	36	Malawi	4
Bolivia	26	Indonesia	3
Rep. Dominicana	24	Laos	3
Guatemala	23	Vietnam	3
Ecuador	22	Papúa Nueva Guinea	3
Nicaragua	20	Etiopía	3
Honduras	20	Filipinas	2
Brasil	18	Camerún	2
Tanzania	16	Togo	2
Uganda	16	Zambia	2
Costa Rica	13	Túnez	2
Burkina Faso	11	Nepal	1
Cuba	10	Timor del Este	1
Argentina	10	Belice	1
Tailandia	10	Panamá	1
Ghana	9	Venezuela	1
Sri Lanka	9	S. Vicente y las Granadinas	1
Haití	8	Benín	1
Zimbabue	8	República Democr.del Congo	1
Mali	7	Islas Comores	1
Ruanda	7	Madagascar	1
Chile	6	Marruecos	1
Paraguay	6	Mozambique	1
El Salvador	6	Namibia	1

Fuente: elaboración propia con datos de FLO (2008).

Se observa la preponderancia de América Latina y el Caribe, región que con 358 organizaciones constituía el 57% del total de 632 organizaciones. En África había 193 organizaciones (el 30%) y en Asia, 81 (el 13%). Al mismo tiempo se observa la importancia del café: de los cuatro países con más organizaciones, en tres de ellos, México, Colombia y Perú, era el producto que predominaba entre sus organizaciones certificadas. Entre los veinte países con mayor número de organizaciones, sólo uno de ellos, Argentina, no era productor de café.

Tabla 2.6. Organizaciones de productores, número de miembros de las organizaciones y países con organizaciones productoras de FLO, 2009

	ORGANIZAC. PRODUCT.	SOCIOS Y TRABAJAD.	PROMEDIO MIEMBROS / ORGANIZACIÓN	PAÍSES PRODUCT.	PROMEDIO ORGANIZAC. / PAÍS
Latinoam./Caribe	476	280.000	588	20	23,8
África	231	760.000	3.290	28	8,3
Asia/Oceanía	120	189.000	1.575	12	10,0
TOTAL	827	1.229.000	1.486	60	13,8

Fuente: elaboración propia con datos de FLO (2010).

La Tabla 2.6 refleja cómo en el año 2009 el número de organizaciones productoras había crecido hasta las 827. La región de América Latina y el Caribe seguía siendo la hegemónica en cuanto al número de organizaciones productoras, con el 58% del total. Se advierte una importante disparidad en el promedio de miembros por organización, con organizaciones más pequeñas en Latinoamérica y un promedio de 588 productores por organización, mientras que en las de África es resaltable un elevado número de productores, que casi sextuplica el de promedio de Latinoamérica. En el caso de Asia y Oceanía el promedio se sitúa en un valor intermedio, con un número promedio de 1.575 productores. También en el número de organizaciones por país se aprecian diferencias notables entre las tres regiones. En Latinoamérica y el Caribe, que fue donde se inició el Comercio Justo, se observa un mayor desarrollo del movimiento, con una cifra media de casi 24 organizaciones en cada país, mientras que en África ese valor se sitúa en 8. Deben verse con prudencia los datos relativos a África, ante la eventualidad de que el elevado número de productores por organización y la reducida cifra de organizaciones por país estén causados porque los datos incluyan organizaciones de segundo nivel.

En Europa, en el período comprendido entre julio del 2011 y junio del 2012, la suma de las ventas de las diez importadoras agrupadas en la EFTA se acercó a los 300 millones de euros. Las dos importadoras con mayor volumen de ventas fueron GEPA (Alemania), con 61,5 millones de euros, y CTM Altromercato (Italia), con 36 millones de euros (Kocken, 2013). En relación a 1998 habían salido de la red IDEAS (España) e Intermón Oxfam (España)⁶⁰. En el año 2015, también Fair Trade Original (Países Bajos), anteriormente denominada SOS Wereldhandel, dejó de pertenecer a la EFTA⁶¹.

Con la incorporación de Australia y Nueva Zelanda a principios del siglo XXI, y la adhesión más tardía de España y Portugal, en FI hay 19 iniciativas u organizaciones nacionales (National Fairtrade Organizations) (véase la Tabla 2.1). Australia y Nueva Zelanda conforman una sola iniciativa nacional y lo mismo sucede con España y Portugal. Finlandia

60 Véase la página web de la EFTA (<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/25-anniv.pdf>, consultada el 04/07/2022). Las siglas CTM hacen referencia a Cooperazione Terzo Mondo. El cambio de nombre de Intermón Oxfam a Oxfam Intermón no se produjo hasta el año 2013.

61 Véase la página web de la EFTA (<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/members.php>, consultada el 04/07/2022)

gestiona la actividad que tiene lugar en Estonia, Letonia y Lituania, con lo que las 19 iniciativas nacionales corresponde a 24 países. Las funciones primordiales de las organizaciones nacionales son otorgar la licencia para el uso del sello en los productos puestos a la venta al público y potenciar la expansión del Comercio Justo en sus respectivos territorios. El contrato de licencia con los comercializadores estipula las condiciones de importación de los productos y la normativa para el uso del sello.

Las iniciativas nacionales, además de otorgar el derecho de uso del sello Fairtrade y de impulsar las ventas de Comercio Justo en sus respectivos territorios, también apoyaban a los productores del Sur que deseaban unirse al sistema FLO. En el año 2003, por ejemplo, Max Havelaar Belgium asesoró a 290 pequeños productores de banana de Perú para que se unieran y certificaran su producción. Una vez habían conseguido el sello para su producción de bananas, Max Havelaar Belgium los puso en contacto con compradores del mercado belga. De forma inversa, las organizaciones nacionales también conectaban empresas de países del Norte que querían adquirir un determinado producto de Comercio Justo, con productores del Sur.

La actividad del Comercio Justo en países donde las ventas son muy poco relevantes (Bulgaria, Eslovenia, Grecia, Hungría, Rumanía, etc.) es gestionada por la oficina central de FI en Bonn, que asume las tareas que efectúan las iniciativas nacionales. Existe una figura similar a las organizaciones nacionales, son las denominadas Fairtrade Marketing Organizations, que no conceden la licencia para utilizar el sello, función que en esos casos la realiza la oficina central de Bonn, pero que se dedican a promover el Comercio Justo en sus respectivos territorios. Las siete que existen en la actualidad son: Corea del Sur, Eslovaquia, Hong Kong, India, Polonia, República Checa y Taiwán (las organizaciones de Eslovaquia y República Checa comparten oficina en Praga) ⁶².

En la expansión de las ventas del Comercio Justo durante los últimos decenios, indudablemente un factor decisivo fue la aceptación de los productos procedentes de plantaciones y muy especialmente de las bananas, cuyo éxito comercial sorprendió a las propios impulsores de su comercialización. En junio del 2010, los productos que podían proceder de plantaciones eran: té, bananas, zumo de naranja, piña, mango, flores y plantas (Max Havelaar-Stiftung, 2010). Alternativa 3, una cooperativa con sede en Terrassa fundada en 1992 y dedicada a la importación, elaboración y distribución de productos de Comercio Justo, encontró la manera de soslayar los dilemas que creaba el té procedente de plantaciones importando té de Sri Lanka de una empresa en la que los trabajadores eran socios de la misma y participaban en la toma de decisiones. Había sido pionera en la producción certificada de té orgánico en 1987, con el apoyo de la certificadora alemana Naturland iniciaron la conversión en Haldummulla, en el distrito de Baldulla. Había desarrollado un microbanco para los trabajadores y proyec-

⁶² Véase la página web de Fairtrade International (<https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-organizations>, consultada el 30/08/2022)

tos educativos y de vivienda. El té era empaquetado en cestas de hoja de palma fabricadas por una cooperativa de la región de Dambadeniya, integrada por 2.500 mujeres⁶³. De forma similar, la Xarxa de Consum Solidari importaba té, también de Sri Lanka, de la cooperativa Morawaccorale, creada en la región central del país para mejorar las condiciones tanto de los productores como de los trabajadores que procesaban el té en las fábricas. La cooperativa promovió proyectos educativos, de atención sanitaria, de crédito y de formación y capacitación⁶⁴.

En el año 2005, FLO introdujo unos estándares para la denominada “producción por contrato” o Contract Production Projects. Consistía en que un intermediario coordina productores no organizados para que vendan su producción a través de él. Si bien FLO defendía que esta modalidad beneficiaba a los pequeños productores sin capacidad de organizarse, el efecto que causaba era el de hacer prevalecer el interés individual por encima del de la comunidad y no estimular procesos de empoderamiento, mientras que sí generaba una gran dependencia de los productores hacia un intermediario. En productos como las bananas o la fruta fresca, la producción por contrato resultaba muy favorable para las multinacionales que tenían presencia en multitud de países a través de sus filiales (Coscione, 2012b).

Durante la primera década del siglo XXI, la adición de nuevos productos certificados por FLO experimentó un crecimiento vertiginoso. La relación de la totalidad de productos que se comercializan en el ámbito de FLO es la siguiente: café, té, chocolate, cacao, bombones, azúcar, bananas, miel, ron, mermeladas, helados, jugos de frutas, arroz, manzanas, peras, uvas, ciruelas, limones, naranjas, mandarinas, lichis, aguacates, piñas, mangos, cocos, fruta deshidratada, quinoa, pimientos, judías verdes, frutos secos y aceite de frutos secos, pasteles y galletas, muesli, barritas de cereales, chutney y salsas, hierbas aromáticas y especias, snacks, infusiones, vino, cerveza, otras bebidas alcohólicas, refrescos, vainilla, flores y plantas ornamentales, yogur, comida para bebés, cosmética, artesanías, accesorios, oro, balones de fútbol, algodón y textiles elaborados con algodón⁶⁵.

El incremento del gasto por habitante ha tenido continuidad en el siglo XXI. En la Tabla 2.7 se muestran los consumos por habitante en productos certificados por FI⁶⁶ de los principales mercados europeos en los años 2013 y 2017.

63 Información extraída del folleto informativo de Alternativa 3 “Té de Ceilán. Té aromático de máxima calidad”, del año 1994.

64 Folleto informativo de la Xarxa de Consum Solidari “Catàleg de productes de Comerç Just”, circa 1998.

65 Información suministrada por Francisco Juan Pitarch, responsable del Área de Marketing y Ventas de Comercio Justo de Oxfam Intermón, en las entrevistas mantenidas el 23/07/2019 y el 14/04/2020.

66 Se utiliza la denominación FLO cuando se hace referencia a hechos anteriores al 2011, y Fairtrade International para los de aquel año o posteriores a él.

Tabla 2.7 Gasto medio por habitante en productos certificados por Fairtrade Internacional en países europeos, 2013 y 2017 (en euros)

	2013	2017
Suiza	43,94	80,12
Irlanda	3,31	71,48
Finlandia	28,89	42,44
Suecia	24,24	39,46
Austria	15,38	34,65
Reino Unido	32,00	30,58
Dinamarca	14,47	23,36
Noruega	13,55	22,97
Luxemburgo	17,93	22,86
Países Bajos	11,75	17,00
Alemania	7,97	16,11
Europa	11,43	15,11
UE	10,74	13,84
Bélgica	8,35	12,77
Francia	5,41	8,40
República Checa	0,61	2,43
Italia	16,63	2,15
España	0,71	1,67
Polonia	n.d.	0,59
Estonia	1,33	n.d.
Letonia	0,48	n.d.
Lituania	0,28	n.d.

Fuentes: elaboración propia con datos de CECJ (2015 y 2019).

El rasgo fundamental que se sigue observando, como ya ocurría en la primera década de este siglo y en los años 1990, es una nítida distinción entre el consumo por habitante de los países del centro y norte de Europa, por un lado, y el de los países de la cuenca mediterránea y del este de Europa, por otro, con cifras en este caso muy inferiores. Como se vio con anterioridad, en Suiza los productos de Comercio Justo rápidamente consiguieron a principios de los años 1990 cuotas de mercado más altas que en el resto de países, y se desarrolló un hábito de consumo entre un sector de su población y una estructura comercial que no presentaba trabas a este tipo de productos, que hicieron que veinticinco años después este país continuase en una posición muy destacada en el conjunto de Europa. Es asimismo relevante el caso del Reino Unido. Con una población de 64 millones de personas en el 2013, era un mercado de 2.048 millones de euros. En el 2017 su población era de 66 millones de personas, lo que implicaba unas ventas totales de 2.018 millones de euros. En la tabla se comprueba que los países con una población similar o superior, como Alemania, Francia o Italia, registraban un consumo por habitante muy inferior. Los volúmenes de ventas del Reino Unido lo han situado a una gran distancia del resto de países de Europa y hacen que la iniciativa nacional de FI en aquel país, Fairtrade Foundation, gestione un presupuesto muy superior al de cualquier otra.

Un elemento transcendental en la evolución del Comercio Justo en el siglo XXI es su solapamiento progresivamente mayor con la producción y comercialización de productos orgánicos, de forma muy notable en productos como el café (véanse el subapartado 2.5.1 y el apartado 3.5), las bananas y el algodón, y cómo ambos nichos de mercado han experimentado crecimientos muy importantes en la producción y las ventas globales. En el año 2014 las ventas mundiales de Comercio Justo fueron de 7.300 millones de euros (Parvathi y Waibel, 2018), de los que 5.900 millones correspondieron al sello FI, tras haber crecido un 10% respecto a las del 2013, un crecimiento muy superior al número de organizaciones de productores certificadas, que aumentó un 0,5% y alcanzó la cifra de 1.226 (Fairtrade International, 2015; Pedini *et al.*, 2017). La causa del diferencial entre las cifras totales de Comercio Justo y las de FI es que, en la asamblea del año 2013, la WFTO reconoció otros cuatro sellos además del de FI: Naturland Fair, Ecocert-Fair Trade, Fair for Life y Símbolo de Pequeños Productores (SPP)⁶⁷. No obstante el dominio de FI es tan hegemónico que algunos autores (Hudson y Hudson, 2015) caracterizan el Comercio Justo como el conjunto de productos certificados por Fairtrade International o anteriormente por Fairtrade Labelling Organization International (FLO). En el año 2019 FI seguía manteniendo su liderazgo, de tal manera que las ventas mundiales efectuadas bajo su sello fueron de 12.130 millones de euros y había 1,71 millones de pequeños productores y trabajadores en organizaciones certificadas (Fairtrade Canada, 2020).

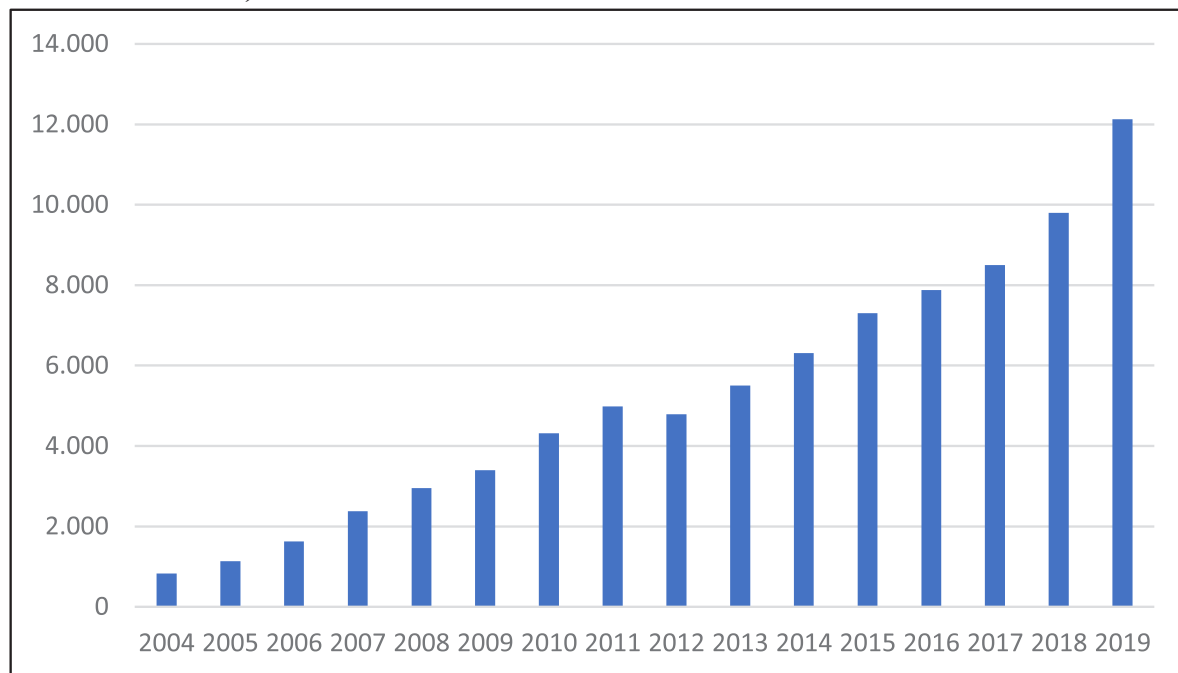
En 1999 las ventas globales de productos orgánicos se calculaban en 10.700 millones de euros, de las que el 4,5%, 485 millones, eran exportaciones Sur-Norte (Blowfield *et al.*, 1999). Es decir, a finales de los años 1990 las exportaciones de productos orgánicos desde países del Sur ya superaban las ventas mundiales de Comercio Justo, que eran de 390 millones de euros⁶⁸. Las ventas de productos orgánicos alcanzaron los 80.000 millones de euros en el 2014 tras multiplicarse por 7,5 desde 1999. Del total de ventas, Europa, Estados Unidos y Canadá representaron el 90% (Raynolds, 2000; Willer y Lernoud, 2016). En el año 2020, las ventas globales de productos orgánicos se situaron en 120.600 millones de euros, había producción orgánica en 190 países, la extensión cultivada en todo el mundo era de 74,9 millones de hectáreas (11 millones en 1999) y el total de productores era de 3,4 millones (200.000 en 1999) (Willer *et al.*, 2022). La distancia entre las magnitudes del Comercio Justo y las de los productos orgánicos se debe a que el Comercio Justo se centra principalmente en cultivos de clima tropical que son ampliamente consumidos en países occidentales, mientras que la producción orgánica ha ido extendiéndose hasta abarcar prácticamente cualquier alimento o bebida puesto a disposición de los consumidores. Lo relevante es que en 1999 las exportaciones de productos orgánicos de países del Sur ya superaban a las de Comercio Justo. Latinoamérica y el Caribe era la región donde más crecía la producción orgánica a finales del siglo XX.

67 En el año 2017 se fusionaron los sellos Fair for Life y Ecocert-Fair Trade.

68 En el subapartado 2.4.2 se ha ofrecido una cifra de ventas mundiales de 400 millones de US\$ en el mismo año. El tipo de cambio que se ha utilizado es 1€=1,0264 US\$.

El panorama en los últimos años, por lo que respecta a los productos certificados por FI, se caracterizó porque, pese a las modestas cuotas de mercado ya apuntadas, se constata un gran crecimiento productivo y comercial en relación a los inicios del sello Max Havelaar hace tres décadas. En el Gráfico 2.3 puede verse cuál fue la evolución, en términos monetarios, de las ventas certificadas por FLO en todo el mundo en el período 2004-2018.

Gráfico 2.3. Evolución de las ventas mundiales certificadas por FLO, 2004-2019 (en millones de euros)



Fuentes: FLO (2006, 2007, 2008, 2009, 2010), Fairtrade International (2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2018 y 2019a) y Fairtrade Canada (2020)

Se observa el descenso en las ventas certificadas en el año 2012, debido a la pérdida de un mercado tan significativo como el estadounidense tras la marcha de TransFair USA. Los incrementos interanuales porcentuales más importantes se produjeron en los años 2005, 2006 y 2007, con incrementos del 36%, 43,4% y 46,7% respectivamente. Las ventas certificadas del 2018 multiplicaban por 11,8 las del 2004, un aumento muy importante. A partir del ejercicio 2019 FI dejó de ofrecer en sus informes el dato de las ventas globales del conjunto de productos certificados.

Para el año 2021, algunos de los datos más relevantes que merecen señalarse son: 1,9 millones de productores y trabajadores en 71 países, 1.930 organizaciones productoras certificadas, los productos certificados Fairtrade eran vendidos en 143 países y 2.568 empresas eran licenciatarias del sello FI (Fairtrade International, 2022b). Análogamente es reseñable que, en el año 2021, las ventas de los siete principales productos generaron para los productores una prima o premium de 190 millones de euros, un crecimiento del 192% respecto a los 65 millones del año 2011 (Fairtrade International, 2012 y 2022b). El movimiento del Comercio Justo, no obstante, no ha salido indemne de las decisiones encaminadas a priorizar el crecimiento de las ventas, y las polémicas, escisiones y debates han proliferado, especialmente en

este siglo, a medida que los principios fundacionales iban quedando más atenuados.

La composición sociológica de los consumidores de productos orgánicos y de Comercio Justo se ha ido modificando paulatinamente. Se observa una mayor concurrencia de clientes preocupados por su salud y/o motivados por la calidad del producto, en perjuicio de los consumidores con perfil de activismo político y ecológicamente concienciados⁶⁹. La mayor exigencia de calidad se ha trasladado de quienes distribuyen al cliente final a las importadoras, y de éstas a las cooperativas del Sur. En el Capítulo 3 se verá, para el caso de las cooperativas productoras de café, que esta creciente exigencia ha comportado cambios en su estructura organizativa.

2.4.4 La aparición de divergencias en el seno del Comercio Justo

A partir de los años 1990, en el Comercio Justo se pueden distinguir tres grandes corrientes. La primera, denominada *shaped advantage perspective*, entiende el Comercio Justo como una forma de ayudar a los pequeños productores de los países pobres para que se inserten en la globalización neoliberal, que es la perspectiva que predomina en algún organismo supranacional rector del Comercio Justo, particularmente FI. La segunda corriente es la de la globalización alternativa, que ve en el Comercio Justo un modelo alternativo al orden político-económico neoliberal global. Al tercer enfoque se le ha designado como la perspectiva de la descomodificación, cuya prioridad es desafiar la cultura capitalista y la comodificación y alienación características de los intercambios comerciales que se efectúan en el marco del capitalismo global⁷⁰. Hasta finales de los años 1980, el Comercio Justo pretendía ser una alternativa no sólo frente al neoliberalismo, sino una alternativa al capitalismo. En la evolución del Comercio Justo en los últimos decenios resalta la paradoja consistente en que, mientras en una considerable cantidad de cooperativas e importadoras continúa existiendo la visión del tercer enfoque, el Comercio Justo se ha instalado en el primero, uno de cuyos síntomas más evidentes sería el creciente protagonismo de las empresas multinacionales en la transformación y comercialización de productos de Comercio Justo (Fridell, 2007). La paradoja que describe el autor dio lugar, como se ha visto, a tensiones entre FI y la coordinadora que representaba a los productores de Comercio Justo de Latinoamérica, así como a un giro entre algunos actores que reclamaron vincular el Comercio Justo a la Soberanía Alimentaria y acentuar la defensa del Comercio Justo no como un mero dispositivo comercial, sino como un movimiento social.

Desde finales de los años 1980 el Comercio Justo ha contenido una contradicción que

69 Entrevistas con José Antonio Otero Villanueva, gerente de Ecolectia, el 14/5/2021, y Miguel Rodríguez de Vera Mouliá, socio fundador de Eticambio, el 22/7/2021.

70 El concepto de comodificación es un anglicismo que proviene de la palabra *commodification*, esto es, la conversión en mercancías de los bienes comunes o de las relaciones sociales (Lara, 2014). En la teoría marxista, se entiende por comodificación el proceso característico de la economía capitalista que transforma los bienes, objetos, o incluso ideas y objetos no considerados usualmente bienes comercializables, en mercancías (Polanyi, 1992).

obedece a su misma naturaleza fundacional: un movimiento que pretendía transformar las injusticias del comercio internacional para hacer frente a la pobreza de los productores del Sur más marginalizados, pero que lo hacía a través de una actividad comercial Sur-Norte que acompañaba las acciones de denuncia y sensibilización. Nació contra el funcionamiento del mercado pero acabó operando dentro de él. Mientras los volúmenes de ventas no fueron muy notables, que es lo que ocurrió hasta 1988, la paradoja no se hizo visible, ya que era factible compatibilizar la acción y el discurso transformadores con una actividad comercial que, al no traspasar los límites de los mercados alternativos y solidarios, continuaba siendo modesta.

El desafío de operar dentro del mercado convencional sin socavar los objetivos originales del Comercio Justo genera tensiones y está en el origen de numerosas polémicas y discrepancias dentro del movimiento, que se han recrudecido en las dos últimas décadas. De entre ellas, una de las más notables la ha provocado el que determinadas empresas multinacionales de los sectores alimentario y de la distribución, desde finales de los años 1990 certifiquen una parte de sus productos mediante un sello de Comercio Justo. Se han dado situaciones tan paradójicas como, por ejemplo, que la multinacional Nestlé, objeto a lo largo de su historia de varias campañas de protesta e incluso boicot por el movimiento de Comercio Justo, ha certificado alguna de sus marcas de café con el sello de Fairtrade International. Igualmente, algunas grandes empresas de la distribución, señaladas desde la Soberanía Alimentaria como un actor central en la generalización de un sistema agroalimentario depredador de recursos, homogeneizador culturalmente y que genera pobreza en el mundo rural, han lanzado sus propias marcas de café orgánico y/o de Comercio Justo, en el segundo caso también con el sello de Fairtrade International.

Los autores que han señalado estas contradicciones, lo han hecho cuando se ha producido la entrada de las grandes corporaciones certificando pequeños porcentajes de sus ventas de los productos más relevantes del Comercio Justo (café, cacao, bananas, té y azúcar, fundamentalmente). Una consecuencia de haber conseguido la acreditación ISO 65 en el año 2007 es que su principio de no discriminación impidió a FLO discriminar entre unos y otros productores y entre los distintos comercializadores. Barrientos y Smith (2007) y Verdier (2009) infieren dos consecuencias de ello: abrió la puerta a todo tipo de empresas privadas en el Comercio Justo, independientemente de su trayectoria y de sus motivaciones para ingresar en él; e impidió una discriminación positiva hacia los pequeños productores, lo cual era aún más preocupante en un momento en que la exigencia de la normativa de FLO suponía cada vez más obstáculos para los productores minifundistas.

Otros tres factores han contribuido a generar visiones no solo distintas sino enfrentadas en el movimiento del Comercio Justo. El primero es que los intentos de definir el Comercio Justo por parte de las principales redes supranacionales, fundamentalmente WFTO y FI, se situaron en un nivel de abstracción que ha provocado ambigüedades en su aplicación práctica y el surgimiento de numerosas voces que ponían de manifiesto que el movimiento se estaba

apartando de sus propósitos iniciales. El caso más evidente fue el de qué tipo de organizaciones eran susceptibles de ser las beneficiarias del Comercio Justo. De la filosofía que moldeó el nacimiento del Comercio Justo se desprendía que el movimiento estaba destinado a organizaciones de pequeños productores horizontales, assemblearias y democráticas de tipo cooperativo. No obstante, hemos visto que productos tan relevantes como las bananas y el té se incorporaron al Comercio Justo siendo producidos mayoritariamente en plantaciones con trabajo asalariado. En el caso de las flores, su producción tuvo lugar de forma casi exclusiva en plantaciones.

Entre las voces críticas que señalaron que el Comercio Justo se estaba desviando de su espíritu originario destacó el Fair Trade Workshop, creado en 1999 conjuntamente por el Grupo de Trabajo en Economía Social y Solidaria de Alliance 21, una red informal de instituciones e investigadores que proponen alternativas a la globalización capitalista, y la Cátedra de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de la École des sciences de la gestion de la Université du Québec à Montréal (UQAM). El Fair Trade Workshop puso énfasis en cuestiones que consideraba que no siempre quedan recogidas de forma suficientemente explícita en las definiciones y declaraciones de principios de los organismos rectores del Comercio Justo: instauración de relaciones comerciales a largo plazo que proporcionen estabilidad y seguridad a los productores; financiación anticipada a los productores; definición de indicadores que monitoricen cómo progresa el desarrollo de los productores y sus organizaciones; organización de los productores de manera democrática, independiente y que promueva la participación, especialmente de las mujeres; consecución de un equilibrio entre los mercados locales y los de exportación que preserve la seguridad alimentaria de las regiones productoras (Bisaillon *et al.*, 2005).

Otro aspecto que los principios orientadores no clarificaban fue el de dónde llevar a la cabo la transformación de los productos. Bowen (2001) y Dogliotti *et al.* (2010) advierten que la transformación de los productos debe efectuarse, tanto como sea posible, en los países del Sur, para que capturen el máximo posible de valor añadido. Pero el mayor impedimento para llevarlo a cabo estriba en los aranceles progresivos que aplican los países industrializados sobre las importaciones de productos agrarios, de acuerdo a los cuales los tipos arancelarios sobre los productos importados aumentan en función de su grado de transformación. Esta política arancelaria ha contribuido a que los diez principales países exportadores mundiales de café procesado sean todos ellos países industrializados de Europa y Norteamérica y a que, si bien los países no desarrollados producen más del 90% del cacao mundial, su producción de chocolate es inferior al 5% del total (Guadagni y Kaufmann, 2004).

Las disonancias que se generaron en la aplicación práctica del Comercio Justo hicieron que en Alemania, desde las organizaciones de Comercio Justo, surgieran voces demandando que el Ministerio de Cooperación alemán asumiera funciones reguladoras del Comercio Justo. Aducían que la normativa del sello orgánico, de carácter público en todos los países

donde se aplicaba, generaba menos ambigüedades y vacíos y ofrecía menos resquicios al greenwashing o fairwashing que la de Comercio Justo (Rohwetter, 2014). La libertad de acción relacionada con el establecimiento de estándares sociales y ambientales hizo que la Unión Europea considerara la posibilidad de regular el Comercio Justo, como ya lo había hecho con la agricultura orgánica. Un agente económico puede establecer un estándar, certificar a los productores que lo cumplan y etiquetar sus productos como sostenibles o equitativos. Entonces dependerá de los consumidores si confiar o no en ese estándar. La utilidad de los estándares como herramienta para reducir la asimetría de información puede verse socavada por el escaso contenido de los estándares y por tanto la falta de confianza en ellos. Según Renckens (2020), el sector público interviene en la regulación de los estándares cuando desea defender los intereses de los productores domésticos o cuando la gobernanza de los estándares está muy fragmentada. Ambos factores hicieron que la Unión Europea no asumiera la regulación del Comercio Justo, al ser los productores de fuera de la Unión Europea y porque se valoró que no estaba excesivamente fragmentado.

El segundo factor es la continua tensión que se dio entre expandir el Comercio Justo o bien frenar su crecimiento respetando su esencia inicial, dos líneas de actuación cuya conciliación no resultó fácil y la divergencia de las cuales se vio espoleada por la heterogeneidad de los actores participantes y por las ambigüedades interpretativas de los principios del Comercio Justo. A lo largo de este capítulo se presentan numerosas evidencias que indican que, a partir de 1988, el Comercio Justo priorizó su expansión. Según autores como Bacon *et al.* (2008), Clark y Walsh (2011) y Bennett (2013), el énfasis puesto en la expansión comercial condujo al greenwashing mediante el debilitamiento en la aplicación de los principios, para hacerlos más asequibles para las grandes empresas, y una insuficiente revisión de los precios, también en consonancia con los intereses empresariales. Asimismo generó unas relaciones menos próximas y personales con los productores. Sobre este último punto, Ballet y Carimentrand (2010) añaden que, a medida que crecía el volumen de mercancías vendidas, las cadenas de transporte y comercialización se racionalizaron y grandes centrales importadoras empezaron a surtir a múltiples puntos de venta, de forma que no solo se despersonalizó la relación con los productores sino que quedó diluido el principio de reducir al máximos los intermediarios y crear relaciones directas productor-consumidor⁷¹.

Este crecimiento no hubiera sido posible sin la comercialización a través de supermercados y grandes superficies. Sin embargo, hay autores que defienden que la comercialización fuera de los canales controlados por traders y grandes empresas transformadoras y distribuidoras es una característica esencial del Comercio Justo como alternativa al comercio convencional (Raynolds, 2002; González Cabañas *et al.*, 2003; Raynolds y Bennett, 2015).

71 En la entrevista que tuvo lugar con el 18/10/2021 con Carola Reintjes, explicó que con el crecimiento de la actividad comercial, la relación con los productores mutó de una relación de amistad y camaradería a una relación mercantil. Llegó un momento en que la visita a Córdoba del representante de una organización de productores ya no generaba un acompañamiento humano como el que había existido anteriormente.

A medida que los productos de Comercio Justo salieron de sus canales de comercialización tradicionales para entrar cada vez más en los convencionales, se generaron encendidos debates en algunos países. Entre las personas y colectivos que fueron pioneros en la introducción del Comercio Justo en algunos países, es frecuente la idea de que el Comercio Justo, en su fase de venta al consumidor final, debe estar vinculado a establecimientos que den continuidad a la filosofía que imbuía las Tiendas del Mundo creadas en los años 1970⁷². La principal paradoja es que los principios del Comercio Justo se aplican rigurosamente a los productores, que pasan por procesos de inspección, pero no a los distribuidores, que venden en sus establecimientos productos con el sello de FI sin haber pasado ningún proceso de certificación que verifique su grado de cumplimiento de los principios del Comercio Justo. Es decir, se aplican sólo a un aparte de la cadena de producción y distribución⁷³. La modificación de los canales de venta final evidenció las contradicciones existentes entre las prácticas comerciales de los supermercados y los principios del Comercio Justo. Pruijn (2008) señaló algunas de ellas: plazos de pago muy dilatados, exigencia de una elevada rotación y de un importante gasto en promoción, devoluciones por motivos que originan controversias y participación obligatoria en programas de descuentos.

A lo señalado por Jerónimo Pruijn deben añadirse otras importantes disfuncionalidades. Se convirtió en habitual, por ejemplo para el caso del café, que los elaboradores y distribuidores que elaboraban y distribuían con su propia marca, imprimieran en los paquetes de café un reclamo genérico (“Café de Nicaragua”, “Café de México”, etc.) pero no incluyeran la información de la cooperativa productora. Procedían de esta manera porque se proveían de café de diferentes cooperativas, y con contratos anuales para poder ir cambiando de proveedores en función de las circunstancias, lo cual transgredía el principio de establecer relaciones a largo plazo. Igualmente, el no incluir información sobre la organización productora diluía el principio de transparencia. La contradicción subyacente es que los principios del Comercio Justo se aplicaban a los actores del Comercio Justo, pero supermercados y grandes superficies no eran, obviamente, un actor del Comercio Justo.

El camino del crecimiento de las ventas y la profesionalización que siguió el Comercio Justo tuvo otra consecuencia, y es que la creación de estructuras profesionales en el ámbito de la solidaridad acababa conllevando, con frecuencia, que el mantenimiento y la continuidad de las mismas pasaran a ser objetivos de gran importancia, cuando no prioritarios.

La nueva dirección que estaba tomando el Comercio Justo a finales del siglo XX conllevó que Cooperazione Terzo Mondo (CTM), la organización más antigua de Italia y una de las

72 En la entrevista mantenida con Luis Begara Pérez el 17/10/2021, manifestó que no concibe el Comercio Justo desvinculado de las tradicionales tiendas de Comercio Justo nacidas del movimiento de Tiendas del Mundo iniciado en los años 1970, entendidas como tiendas de proximidad desvinculadas de los canales de la gran distribución, que tienen como actividad esencial la venta de productos de Comercio Justo y la difusión de campañas.

73 España fue uno de los países donde esta contradicción suscitó vivos debates (Montagut y Vivas (coords.), 2006).

mayores de Europa en cuanto a volumen de facturación, abandonara el sello FLO en 1999. La expansión de CTM por la geografía italiana se vehiculó a través de las tiendas, que además constituían su base social y tenían un peso mayoritario en su Junta Directiva. CTM siempre mostró su disconformidad con situar en un plano de igualdad las organizaciones que habían impulsado el Comercio Justo y los establecimientos comerciales convencionales, especialmente los supermercados (Dal Fiume, 2013).

Como se ha visto con anterioridad, el crecimiento comercial fue a la par de una flexibilización de las ideas constituyentes. Esta suavización indujo que la importadora alemana GEPA, la mayor de Europa por volumen de ventas, en el año 2012 decidiera abandonar el sello FI, ya que GEPA estaba siguiendo la línea contraria, haciendo sus prácticas de Comercio Justo cada vez más exigentes. Los productos de GEPA pasaron a incorporar el distintivo Fair Plus, que estrictamente no era un sello, sino una indicación de que sus productos ofrecían más garantías que los certificados por FI⁷⁴.

El tercer factor origen de conflictos emergió a medida que el Comercio Justo se institucionalizaba y se produjo por las pugnas en torno al control de las organizaciones supranacionales, particularmente FI, ya que las organizaciones de productores fueron quedando marginadas de la toma de decisiones. Como se vio en el subapartado 2.4.3, en el año 2003 FLO decidió separar su actividad de inspección y certificación para dotarla de más autonomía, para lo que creó la entidad FLO-Cert. La creación de FLO-Cert tuvo dos consecuencias. La primera consistió en unos procesos de inspección y verificación más estrictos, en contraste con la situación anterior, caracterizada por unas relaciones más personales y unos valores compartidos. La segunda fue la necesidad de cobrar honorarios a las cooperativas de productores por el proceso de certificación, en la medida en que se había hecho más profesional, como ya estaba ocurriendo con la certificación orgánica. Hasta ese momento el coste de las inspecciones era sufragado por lo que pagaban los licenciarios en el norte por el derecho a usar el sello, y por las iniciativas nacionales, que también aportaban una parte. Las organizaciones de productores no cuestionaron la conveniencia de pagar por una certificación independiente si eso reforzaba la credibilidad del sello, pero sí cuestionaron la falta de transparencia con la que FLO y FLO-Cert habían determinado las tarifas (Renard, 2005). El diálogo más cercano entre inspeccionados y evaluadores quedó substituido por un desajuste entre la normativa y la realidad de los pequeños productores. En los inicios del Comercio Justo, la normatividad tenía como objetivo ser una guía para el desarrollo de las organizaciones, pero tras la constitución de FLO y sobre todo tras la creación de FLO-Cert, el incumplimiento de la normativa empezó a conllevar acciones punitivas. Según Doppler y González (2006), la labor de FLO-Cert profundizó el desajuste entre la normativa y la realidad de los pequeños productores. Un aspecto básico de las certificaciones de FLO-Cert era la evidencia documental, para lo cual revisaba documentos como los estados contables, el censo de productores actualizado,

74 Entrevistas con Kleber Walter Cruz García, responsable del área de café de GEPA, el 26/4/2021 y el 5/11/2021.

el libro de actas de las asambleas, el plan de trabajo y el plan de negocio. Ahora bien, estos requerimientos a menudo era ajenos a las culturas locales, caracterizadas por una transmisión oral de los conocimientos y la información.

Desde la fundación de FLO en 1997, las redes de productores reivindicaban tener más capacidad decisoria y expresaban su malestar por el rumbo que estaba tomando la organización. La evolución desde una organización alternativa a un sistema de certificación institucionalizado y el relevo en los puestos directivos de las iniciativas nacionales, resultaron en una pérdida del contacto personalizado de estos cargos directivos con los colectivos y personas que integraban las iniciativas nacionales y con las organizaciones de productores, que se quejaban de la falta de transparencia en la estructura de FLO y de cómo estaba desapareciendo la comunicación en su interior⁷⁵. Este fenómeno, al que hay que unir las cada vez mayores ventas en las grandes superficies y la certificación de productos procedentes de plantaciones con trabajo asalariado, en los que desaparecía el tradicional vínculo cooperativa-importadora, es lo que algunos autores (Ballet y Carimentrand, 2010; Coscione, 2012a) han denominado la “despersonalización de la ética relacional”. Cabe añadir que, a medida que posteriormente se incorporaron al Comercio Justo cooperativas de pequeños productores de té y bananas, el mismo sello en dos bananas o dos paquetes de té diferentes significaba relaciones de producción y comerciales muy disímiles (Hudson y Hudson, 2015).

La despersonalización dio pie a una mayor variedad de interpretaciones sobre lo que es el Comercio Justo, con lo que se produjo la paradoja de que una mayor regulación e institucionalización del Comercio Justo fue acompañada por una mayor confusión en torno a él. Según Murray *et al.* (2003) y Taylor (2005), las organizaciones de productores de café expresaron su preocupación por el hecho de que, a partir de la comercialización del Comercio Justo en los canales no alternativos, muchos productores certificados carecían de una comprensión clara de lo que es el Comercio Justo. Con la pérdida de los lazos personales directos y de las frecuentes visitas bidireccionales entre consumidores del Norte y productores del Sur, se perdió un importante mecanismo que fortalecía la comprensión del Comercio Justo por parte de los productores y su compromiso con él.

El mayor motivo de disensión, no obstante, tenía que ver con la forma en que se tomaban las decisiones en los órganos gestores de FLO. Las organizaciones de productores fueron elevando el tono de sus críticas, veían ilógico que en un sistema de comercialización alternativo creado para favorecer a los pequeños productores, éstos tuvieran voz pero no voto. Hasta 1997, los productores tenían representación en los consejos directivos de las diferentes iniciativas nacionales. Con la creación de FLO, los productores perdieron cualquier clase de representación en los órganos de dirección y de forma particular las cooperativas latinoamericanas empezaron a sentirse ajenas al proceso que se estaba poniendo en marcha. Sí que

75 La despersonalización del Comercio Justo no sólo afectó a las organizaciones supranacionales, sino también a las relaciones entre los productores y sus contrapartes en el Norte, como se vio en el subapartado 2.4.4.

tenían acceso a las asambleas bianuales, pero se desarrollaban de forma desordenada y en ellas no estaba claro qué tipo de representación había y si las decisiones eran vinculantes. Los productores latinoamericanos se sentían totalmente excluidos de la toma de decisiones (Perezgrovas y Cervantes, 2002, Renard, 2005; Coscione, 2012b).

En la nueva estructura de gobernanza surgida de la creación de FLO, la responsabilidad sobre la fijación de los precios mínimos, la elaboración de los estándares y las respuestas a las necesidades del nuevo nicho de mercado recaía en los países del Norte. FLO impuso una organización fuertemente jerarquizada y redujo los encuentros internacionales a reuniones puramente consultivas, en las que los representantes de los productores observaban que las decisiones se adoptaban sin tenerles en cuenta.

En la asamblea de 1999, la segunda celebrada por FLO desde su creación, los productores latinoamericanos organizaron una asamblea paralela sin norteamericanos ni europeos, a puerta cerrada, a la que se unieron algunos productores africanos y asiáticos. Tras esa asamblea, FLO transformó las asambleas en foros internacionales, en los que no se tomaban las decisiones de forma asamblearia. A partir de ahí se fue generando una polarización entre el equipo técnico de FLO, con experiencia sobre el terreno, conocedor de los problemas de los pequeños productores y que no apoyaba la orientación que estaba tomando FLO, y los cargos directivos y la Junta, integrados por personas ajenas al movimiento. No obstante, con el relevo generacional del staff técnico de FLO y de sus iniciativas nacionales, continuó la tendencia al cambio en las características de los profesionales. Entre 1999 y 2001, durante los primeros encuentros internacionales de FLO tras su creación, los productores presionaron a las iniciativas nacionales para que llevaran a cabo campañas más enérgicas que permitieran un crecimiento notable de las ventas, pero sin que se perdiera la esencia del movimiento. Lo que hicieron las iniciativas nacionales fue contratar a directivos de multinacionales y expertos en mercadotecnia con conocimientos de gestión y marketing pero no de Comercio Justo, que fueron reemplazando a los directivos que procedían del activismo social y de las causas solidarias. Estas incorporaciones optaron por un modelo que abría las puertas a las grandes empresas y que obligaba a los productores a producir productos cada vez mejores y con márgenes de beneficios más ajustados y a competir entre ellos (Coscione, 2014 y 2015). En el curso de esta investigación se ha podido comprobar que los equipos técnicos de las iniciativas nacionales se componen de personas que provienen de la empresa privada, con escaso o nulo conocimiento sobre el terreno de la realidad de los productores del Sur, y que a menudo desconocen hechos básicos de la historia del Comercio Justo.

En el año 2001, por primera vez representantes de los productores pasaron a formar parte de la Junta Directiva de FLO y ocuparon 4 puestos de los 12 de los que se componía la Junta. Había dos representantes de cooperativas de Latinoamérica y el Caribe, un representante de una cooperativa africana y un asiático (Raynolds, 2017). Estos cuatro puestos se ocupaban en virtud de sus cargos de gestores en cooperativas de productores, no en representación de una red continental ya que todavía no existía formalmente ninguna de las tres.

En el Foro de Londres, en el año 2003, los productores africanos apoyaron explícitamente la reivindicación de los latinoamericanos, que eran los que se mostraban más combativos contra el nuevo curso que seguía FLO. Entre los productores latinoamericanos y los asiáticos no existía posibilidad de entendimiento, ya que un tema central de discordancia era la entrada de las plantaciones en el Comercio Justo, y las plantaciones de té de la India habían sido las primeras en obtener la certificación. Los productores latinoamericanos alegaban que las plantaciones no están en territorios deshabitados y vírgenes, sino en tierras previamente expropiadas a los pueblos originarios y a los campesinos, y que avalar la entrada en el Comercio Justo de estos productos significaba menoscabar las luchas históricas de campesinos y pueblos indígenas en defensa de sus tierras y territorios ancestrales (Coscione, 2012b). La polémica que causaba la admisión en el Comercio Justo de productos de plantaciones se elevó en el año 2003 cuando FLO amplió el rango de productos certificados producidos en plantaciones, de tal manera que sólo cuatro productos quedaron al margen: café, cacao, miel y algodón. Algunos de los nuevos productos incorporados, como las flores, provenían de forma exclusiva o predominante de las plantaciones (Gogoi, 2008; Jaffee y Howard, 2010). La generalización de productos certificados producidos en plantaciones significó una colisión respecto a cómo se había entendido el Comercio Justo de acuerdo a su filosofía inicial. La perspectiva inicial concebía a los pequeños productores que participan en el Comercio Justo agrupados en organizaciones con un funcionamiento democrático y métodos horizontales de toma de decisiones (González Cabañas *et al.*, 2003).

El 17 de septiembre de 2003, africanos y latinoamericanos adoptaron una declaración conjunta, con tres puntos fundamentales:

- El mercado no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para mejorar las condiciones de vida de los productores, sus familias y sus comunidades
- Los productores trabajan en el mercado, pero no solamente para el mercado
- La misión de flo es trabajar para el desarrollo de los pequeños productores, por lo que debe suspenderse la certificación de nuevas plantaciones y se tiene que revisar el impacto del comercio justo en las ya existentes

Una cuestión que subyacía en el conflicto descrito entre las redes continentales y FLO es que, aunque las certificaciones orgánica y de Comercio Justo tenían potencial para generar beneficios sustanciales para los productores, las relaciones de poder podían permanecer esencialmente inalteradas si los productores se encontraban en una posición únicamente receptora dentro de los procesos clave de toma de decisiones (Giovannucci y Ponte, 2005).

El Comercio Justo fue concebido para apoyar a organizaciones de pequeños productores organizadas democráticamente. El espíritu era que fueran organizaciones que tuvieran como objetivo el desarrollo económico, social y/o político de sus integrantes, aunque la forma jurídica pudiera ser variada: cooperativas, empresas del sector social, talleres de inserción de

toda índole, asociaciones, grupos informales u organizaciones populares. En México, fórmulas muy extendidas desde los inicios fueron las uniones de ejidos y uniones de comunidades, y empresas con finalidades sociales como las sociedades de producción rural y las sociedades de solidaridad social. Hemos visto que la ampliación de la gama de productos imposibilitó mantener este principio. La fortaleza de la red latinoamericana de productores (CLAC) y el peso específico que en ella tenían los productores de café bloqueó las tentativas de incorporar el café producido en plantaciones. La CLAC era una red fuertemente impregnada del funcionamiento comunitario y asambleario, ya que muchas de las cooperativas que la integraban eran de base social indígena. Igualmente señalaba la competencia desleal que para los pequeños productores supondría un café de Comercio Justo producido en plantaciones.

Las tensiones no sólo se produjeron entre las redes de productores y las estructuras internacionales del Comercio Justo, sino también entre los actores del Comercio Justo de un mismo país. Dos casos relevantes de discrepancias que condujeron a escisiones fueron los de España y Estados Unidos. En la Tabla 2.1 se vio que España fue cronológicamente el penúltimo país donde se creó una iniciativa nacional de FLO, lo que comportó que en el momento de crearse (el año 2005) ya estuvieran muy candentes los debates y posicionamientos enfrentados sobre el Comercio Justo. En marzo del 2005, cuarenta entidades y organizaciones del Comercio Justo, entre las cuales numerosas tiendas y cooperativas, además de las importadoras Espanica, Sodepau, Sodepaz y la Xarxa de Consum Solidari, firmaron el “Manifiesto contra el sello FLO de Comercio Justo”. En él se adoptaba un posicionamiento inequívoco contra la presencia de las multinacionales del sector agroalimentario en el Comercio Justo y reclamaban que los principios del Comercio Justo debían aplicarse no sólo a los productores, sino también a exportadores, importadores, transportistas, transformadores y distribuidores. Asimismo señalaban la limitación de que el Comercio Justo, según el modelo impulsado por FLO, pivotaba esencialmente sobre unos cuantos productos como café, cacao, azúcar y bananas. Defendían una ampliación del espectro de productos y productores, lo que era un pronunciamiento coherente con la labor que algunas de estas entidades ya estaban realizando, desde una visión de Soberanía Alimentaria, con agricultores autóctonos y alimentos ecológicos, de proximidad y de temporada⁷⁶.

Un año más tarde, en el 2006, un nutrido grupo de las entidades que habían suscrito el manifiesto contra FLO firmaron otro llamado “Abriendo Espacio por un Comercio Justo”, con el que creaban la coordinadora llamada precisamente Espacio por un Comercio Justo, que se desmarcaba de los postulados de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, más apegada a la institucionalidad que se había ido desarrollando en los diferentes países. Este segundo manifiesto reiteraba su oposición a la participación de las empresas multinacionales en el Comercio Justo y denunciaba que organismos como el Banco Mundial, la Asociación

⁷⁶ Véase una primera versión del Manifiesto, firmado por 27 entidades, en la página web de Eidualter, entidad especializada en la Educación para el Desarrollo (<http://historic.eidualter.org/material/sobirania/enlace13.pdf>, consultada el 9/1/2022). Agradezco a Miguel Rodríguez de Vera Mouliá la versión definitiva firmada por 40 entidades.

Nacional del Café de Estados Unidos o el propio gobierno de Estados Unidos a través de su agencia de cooperación al desarrollo USAID, al mismo tiempo que daban apoyo a la certificación del café de Comercio Justo estaban obstaculizando un nuevo acuerdo internacional del café, herramienta básica para garantizar unos precios mínimos a todos los pequeños productores. El manifiesto reclamaba la extensión de la filosofía del Comercio Justo a otras actividades económicas mediante la Economía Solidaria, proponiendo impulsar cooperativas de consumo, finanzas éticas, software libre, etc. Criticaba que, a efectos prácticos, el esquema de FLO se reduce al pago de un sobreprecio y a la prefinanciación, lo que facilita que las empresas multinacionales puedan certificar como Comercio Justo una parte de su actividad, cuando el conjunto de su actividad es el paradigma del comercio injusto que debería ser combatido. Finalmente defendía la Soberanía Alimentaria como una línea estratégica que proporciona coherencia al conjunto de su actividad⁷⁷.

En septiembre del 2011, Fair Trade USA (FTUSA), la organización nacional de FI en los Estados Unidos que a principios de aquel año había abandonado su denominación anterior de TransFair USA por una más acorde con las que predominaban en el resto de organizaciones de FI, anunció que a finales del 2011 renunciaría a su membresía en FI. El motivo primordial fue la discrepancia sobre acoger o no dentro del Comercio Justo el café y el cacao producido en plantaciones. La separación certificaba una trayectoria de distanciamiento, en la que TransFair USA mostraba comportamientos de outsider dentro del Comercio Justo y por ejemplo nunca adoptó el Fairtrade Certification Mark y su logo que se acordaron en el año 2002 por la globalidad de las organizaciones nacionales de FI (véase la Figura 2.3), y en su lugar siempre utilizó primero el logo de TransFair, con la leyenda Fair Trade Certified, y a partir del año 2012 el sello Fair Trade Certified con un logo de nueva creación. La iniciativa estadounidense, con todo, presentaba problemas estructurales más profundos que la no utilización de la imagen de marca de FI. El resto de organizaciones nacionales incluían representatividad formal de las importadoras de Comercio Justo, organizaciones de productores, colectivos religiosos implicados en el Comercio Justo y otras entidades de la sociedad civil. La organización estadounidense era una excepción, no tenía ninguna representación de organizaciones y su Junta Directiva decidía quién formaba parte de TransFair USA.

En el mismo año 2012 en que se hizo efectiva su separación de FI, FTUSA lanzó su propio programa de certificación, Fair Trade for All (“Comercio Justo para Todos”) y dio inicio a proyectos piloto de certificación de café proveniente de plantaciones de Brasil y de productores de Colombia y Costa Rica no organizados en cooperativas. La actuación de FTUSA sacudió completamente el Comercio Justo. La presidenta de la CLAC, Merling Preza, declaró que la CLAC no deseaba tener ningún tipo de relación con FTUSA. La cooperativa importadora Equal Exchange conminó públicamente a la empresa Green Mountain Coffee Roasters a que abandonara la venta de café certificado por FTUSA. Fair Trade Project y United Students for Fair Trade, denunciaron la iniciativa de certificación al margen de los principios del Co-

77 El manifiesto se puede consultar en Montagut y Vivas (coords.) (2006).

mercio Justo. Fair World Project declaró que certificar el café de las grandes plantaciones perjudicaba gravemente 25 años de desarrollo del Comercio Justo. FTUSA tuvo que negar las acusaciones que indicaban que estaba intentando incrementar sus ingresos con los altos volúmenes de producción de las plantaciones para solventar sus problemas financieros y las deudas que arrastraba. Algunos comercializadores pioneros del Comercio Justo como Rink Dickinson, presidente y fundador de la importadora Equal Exchange, se quejaron de que, en un momento en el que las cooperativas que producían café certificado estaban vendiendo menos de una tercera parte de su producción en los términos del Comercio Justo, añadir el café de las plantaciones en el mercado estadounidense les restaría cuota de participación en el mercado solidario. Dickinson calificó de traición y pérdida de integridad la decisión tomada por FTUSA (Neuman, 2011).

Incluso el cambio de denominación decidido a inicios del 2011 no estuvo exento de conflictos y fue criticado por muchas organizaciones, comerciantes al por menor y activistas, descontentos con su funcionamiento. La Organic Consumers Association, con sede en Minnesota, publicó un comunicado de prensa titulado “El Comercio Justo es un Movimiento, no una Marca”, firmado por Equal Exchange, comerciantes minoristas, asociaciones sin ánimo de lucro concernidas por el Comercio Justo y consumidores activistas. Denunciaron que se estaban certificando algunos productos de higiene personal, como pastillas de jabón, en los que sólo un 2% de los ingredientes eran de Comercio Justo. Consideraban que el nuevo nombre, Fair Trade USA, era un intento fraudulento de aparecer como el representante hegemónico del Comercio Justo en los Estados Unidos por parte de una organización que no interactuaba ni creaba sinergias con el resto de actores del Comercio Justo del país (Organic Consumers Association, 2011).

A pesar de las polémicas, los planes de FTUSA siguieron adelante. En el 2013, Whole Foods Market empezó a vender su café de la marca Allegro Coffee certificado por FTUSA y procedente de una plantación en Brasil. En ese año Hershey dio a conocer su intención de recurrir a FTUSA para certificar chocolate elaborado con cacao cultivado en plantaciones. Aunque FTUSA empezó a admitir productos cultivados en plantaciones, no incorporó a su Junta ninguna organización internacional del campo de los derechos laborales. A raíz de la polémica suscitada y de la nueva orientación de FTUSA se produjo una masiva deserción de tostadores de café de Comercio Justo, productores de chocolate y otras empresas que habían venido utilizando la certificación de FTUSA. Algunos optaron por el sello Fair for Life, la certificadora que había creado en el 2006 IMO Control, una agencia suiza certificadora de productos orgánicos (Jaffee, 2014). Por otro lado, el año 2012 se creó Fairtrade America, que inició sus operaciones como la iniciativa nacional homologada de FI en Estados Unidos y se pusieron a la venta los primeros artículos certificados por ella.

Según Jaffee (2014), más allá de la retórica de amparar a los productores de las plantaciones, el cambio de rumbo tenía como finalidad satisfacer las demandas de las grandes empresas. El Comercio Justo se mantenía como un sistema orientado preferentemente a los

pequeños productores: en el año 2011, las ventas de todos los productos procedentes de las organizaciones que contrataban trabajo asalariado supuso únicamente el 13% del valor total de las ventas. El café y el cacao representaban en aquel momento un elevado porcentaje de las ventas mundiales certificadas con el sello de FI (véase el subapartado 2.4.3), lo que les hacía ser codiciados por las grandes corporaciones alimentarias, que anhelaban recibir la certificación de Comercio Justo para sus cadenas de agronegocios vinculadas a fincas y plantaciones.

La salida de FTUSA de la red mundial FI comportó varias consecuencias. Las ventas de FTUSA en un mercado tan relevante como el de Estados Unidos quedaban fuera de las cifras de negocio de FI, lo que complicó considerablemente la elaboración de estadísticas fiables sobre el Comercio Justo a escala global, puesto que FTUSA seguía albergando productos de cooperativas. En segundo lugar, introdujo confusión conceptual sobre los principios en los que se basaba el Comercio Justo, especialmente para aquella parte de la opinión pública que no había seguido de cerca su evolución. En tercer lugar, a partir de entonces las grandes corporaciones pudieron certificar las ventas ligadas a muchas de sus cadenas de suministro sin alterarlas sustancialmente, más allá de pagar los precios mínimos fijados. La cuarta consecuencia fue que a los consumidores de Comercio Justo ya no les era posible saber si los productos que estaban adquiriendo habían sido cultivados o no por pequeños productores agrupados en organizaciones democráticas con un funcionamiento asambleario. La quinta, probablemente la más grave, es que los productos cultivados en plantaciones supusieron una importante competencia para los pequeños productores, que gozaban de menores economías de escala.

La situación cada vez más marginal y falta de representación de los pequeños productores dentro del Comercio Justo, y el conflicto nunca resuelto por la incorporación de productos cultivados en plantaciones, habían motivado a la CLAC a impulsar, en el año 2006, el primer sello propiedad exclusiva de los productores: SPP, Símbolo de Pequeños Productores. Al lanzamiento de este sello le siguió una lucha de poder entre la CLAC y los órganos centrales de FLO. La CLAC alegaba que los consultores que FLO tenía emplazados en los países productores como personas de enlace tenían un coste muy elevado, y que los recursos que se estaban empleando en ellos era más razonable destinarlos a la CLAC para poder llevar a cabo programas de seguimiento y un trabajo de campo más eficaz. Finalmente FLO accedió a eliminar la figura de los consultores e incrementar el presupuesto de la CLAC a cambio de que ésta se retirara de SPP. Igualmente FLO exigió que, en lo sucesivo, el logotipo de la CLAC (que guarda una gran semejanza con el de SPP) siempre debería aparecer junto al de FLO.

En la Asamblea General de 29 de junio del 2017, las organizaciones de pequeños productores y empresas importadoras de SPP acordaron el comunicado “Declaración y Llamado Urgentes por el Rescate del Comercio Justo”, en el que expresaron la voluntad de evitar el colapso del Comercio Justo ante el riesgo que advertían de ser absorbido por la lógica del mercado convencional, malogrando así lo conseguido y perdiendo su esencia y capacidad

de transformación. Los logros centrales que se mencionaban eran haber conseguido mayor valor para sus productos y la creación de capacidades locales para generar procesos de desarrollo. Se añadía que los ejemplos de organizaciones de pequeños productores que habían construido plantas de procesamiento, clínicas de salud, centros de formación y capacitación, organizaciones de mujeres y jóvenes e instituciones financieras, eran múltiples.

El comunicado denunciaba que valores medulares del movimiento como la autogestión, la organización democrática y horizontal y la priorización de los pequeños productores estaban perdiendo importancia. Defendía la autogestión como modo de autodeterminación de los pueblos ante los agentes externos que tratan de imponer modelos de desarrollo ajenos al contexto local, lo que iba acompañado de una petición de respeto a la diversidad de territorios, culturas, usos y costumbres. Ponía en valor a los pequeños productores, ya que la producción y comercialización a pequeña escala es la que repercute en mayores beneficios ecológicos y sociales y no convive de forma armoniosa con la producción a gran escala. Reivindicaba que la generación de valor añadido se dé lo más cerca posible del lugar de producción y que los pequeños productores no se limiten a ser meros suministradores de materias primas. Consideraba estratégico el principio de la colectividad, basado en la idea que el individuo logra avances sustanciales cuando actúa de forma colectiva y teniendo en cuenta el bien colectivo, por lo que el Comercio Justo sólo puede funcionar a partir del interés colectivo. Otro elemento resaltado era el desacuerdo con el elevado coste monetario de los sistemas de certificación y el trabajo burocrático inherente a estos sistemas, que para muchas organizaciones excedían los beneficios que pudieran obtener del sello. Análogamente, rechazaba el gran poder de compra de algunas empresas que habían entrado en el Comercio Justo, que les permitía presionar a las organizaciones certificadoras para que no elevaran los precios mínimos garantizados, pese al aumento de los costes. Especificaba el desprestigio que suponía para el Comercio Justo la participación de empresas como Dole, Nestlé y Mondelēz, entre otras, con numerosos antecedentes de prácticas contrarias a los principios del Comercio Justo.

Respecto a la comercialización en cadenas de supermercados, el documento empezaba afirmando que había permitido expandirse más allá de las World Shops y las tiendas de productos ecológicos, más adelante expresaba que los productos de Comercio Justo habían dejado de tener canales de comercialización propios y se estaban convirtiendo en una commodity más pero con etiqueta de Comercio Justo, y terminaba planteando el reto de cambiar las reglas de funcionamiento de esas cadenas o bien consolidar canales alternos de distribución capaces de llegar al consumo masivo. A lo largo del documento se enfatizaban especialmente los principios de la organización horizontal democrática, la pequeña escala y la autogestión, por lo que se constataba de nuevo las contradicciones que genera en el movimiento la comercialización en supermercados y grandes superficies, una tipología de empresas que no responde a esos valores⁷⁸.

78 Se puede leer la totalidad del comunicado en https://spp.coop/wp-content/uploads/2020/06/Declaracion-Llamado-Comercio-Justo_VI-AG-SPP-2017_2017-06-29_PUBLICO.pdf (consultado el 10/7/2017)

SPP actuó con mayor sensibilidad respecto a las pequeñas importadoras y otorgando una menor prioridad que FI a generar ingresos para su estructura en la cuestión del canon pagado por los comercializadores a los que otorgaba su sello. El ejemplo de la importación y comercialización de azúcar de caña por la importadora Eticambio ilustra la diferencia de costes que a una empresa le podía suponer utilizar el sello FI o bien el SPP. En el ciclo 2019/20, importar tres toneladas de azúcar le supuso a Eticambio pagar a SPP un canon de 67,72 USD (61,69€). Si la importación hubiera sido de azúcar con el sello de FI, el canon hubiera ascendido a 270€, 4,38 veces superior al pagado a SPP. SPP cobraba un canon de 1,75% sobre el precio mínimo unitario estipulado, multiplicado por la cantidad importada (no sobre el precio efectivamente satisfecho, que en este caso fue superior), lo que equivalía a pagar 0,02€ por kilo vendido, en el supuesto de que se vendiera la totalidad de las tres toneladas importadas. Fairtrade International, por su parte, cobraba 0,09€ por cada kilo vendido, un canon por kilo vendido que multiplicaba por 4,38 el de SPP y que explica la diferencia en el canon total pagado en los dos supuestos⁷⁹.

2.5 La comercialización de café orgánico a través del Comercio Justo

2.5.1 Caracterización de la agricultura y la cafecultura orgánicas

El cuestionamiento tanto del capitalismo como del socialismo también estuvo en el origen del impulso de alternativas productivas como la de la agricultura orgánica. Según Hernández Castillo (1997), el capitalismo y el socialismo comparten el mismo proyecto modernizador basado en el desarrollo tecnológico. En el decenio de 1990, en los debates sobre el desarrollo se puso más atención en tratar de resolver los problemas locales, sin perder la perspectiva global. La agricultura orgánica surgió como una respuesta a la vía tecnológica modernizadora, que promueve paquetes tecnológicos que llegan al ámbito local, se imponen y generan endeudamiento, pobreza y destrucción del entorno.

La agricultura orgánica establece un diálogo entre la agricultura poco dependiente de inputs externos y que puede sostener en el tiempo la capacidad productiva de los recursos, practicada por los campesinos de todo el mundo durante milenios, y los avances científicos en agronomía conseguidos hasta la actualidad. El origen de la promoción de la agricultura orgánica de forma organizada y con repercusión internacional se remonta a la fundación en 1972 de la International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), denominada IFOAM-Organics International desde el 2015, organización que aglutina la agricultura orgánica a nivel mundial. La creación de IFOAM se produjo durante un congreso internacional de agricultura orgánica que coordinó en el año 1972 la organización francesa Nature et Progrès. Las cinco personas fundadoras fueron: Roland Chevriot, de Nature et Progrès; Lady Eve Balfour, de la Soil Association del Reino Unido; Kjell Arman de la Svenska Biodyna-

⁷⁹ Comunicación personal de Miguel Rodríguez de Vera Mouliá, socio fundador de Eticambio, el 18/11/2023.

miska Föreningen (Asociación Sueca de Biodinámica); Pauline Raphaely, de la Soil Association de Suráfrica; y Jerome Goldstein, del Rodale Institute de Estados Unidos⁸⁰.

Con el aumento de la producción y consumo de alimentos orgánicos en los años 1990, IFOAM se convirtió en una influyente organización promotora de una aproximación holística al desarrollo de sistemas de agricultura orgánica. A finales de los años 1990 ya contaba con más de 600 miembros en un centenar de países, incluyendo productores, procesadores y distribuidores. Estableció un detallado conjunto de requisitos agroecológicos que debían ser satisfechos por los productos para poder ser certificados como orgánicos. Entre ellos: las semillas y otros materiales de propagación no deben haber sido tratados con productos químicos y deben estar libres de organismos modificados genéticamente; la conservación del suelo debe basarse en procesos naturales; los agroquímicos tales como herbicidas, pesticidas y fungicidas de síntesis química están prohibidos en gran medida; y el desmonte mediante quema está regulado y limitado. Las unidades productivas debían pasar por una inspección inicial, a la que seguían inspecciones anuales por evaluadores independientes. Los productos eran monitorizados a lo largo de toda la cadena de transformación y distribución. IFOAM no certificaba los productos de forma directa, sino que acreditaba las agencias certificadoras. A finales de los años 1990 había acreditado doce agencias en todo el mundo (Raynolds, 2000). Los estándares básicos de IFOAM se pueden considerar como “estándares para estándares”, ya que son una referencia básica para la agricultura orgánica de todo el mundo (Courville, 2008).

En la Asamblea General celebrada en junio del 2008, IFOAM definió la agricultura orgánica (las palabras orgánica, ecológica y biológica las considera sinónimos) como un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y propiciar relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella⁸¹.

El trabajo de IFOAM va encaminado a facilitar la transición de los productores de la agricultura convencional a la orgánica, crear conciencia sobre la necesidad de una producción y un consumo sostenibles y abogar por entornos políticos propicios para las prácticas agroecológicas y el desarrollo sostenible. Asimismo ha desarrollado una serie de herramientas que guían a los legisladores y resto de actores interesados en la agricultura orgánica en el desarrollo o mejora de políticas relacionadas con la agricultura orgánica. Desde hace décadas ha brindado asesoramiento a las instancias que formulan políticas, movimientos orgánicos

80 Véase la página web de IFOAM (<https://www.ifoam.bio/about-us/our-history-organic-30>, consultada el 16/10/2022)

81 Véase la página web de IFOAM (https://archive.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa_spanish.pdf, consultada el 16/10/2022)

nacionales, ONG y otros, sobre estrategias para desarrollar sectores orgánicos sostenibles y creíbles. Está inscrita en el Registro de transparencia que gestionan conjuntamente el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea, más conocido como registro de lobbies o grupos de presión, una base de datos en la que figuran las organizaciones que tratan de influir en el proceso legislativo y de aplicación de políticas de las instituciones de la Unión Europea. El interés que IFOAM muestra en incidir en los legisladores y formadores de políticas públicas se justifica en que las normativas de la agricultura orgánica, a diferencia de las del Comercio Justo, son de carácter público y provienen de los poderes legislativo y ejecutivo nacionales y supranacionales. El sello orgánico es, a diferencia de los sellos de Comercio Justo, un sello de derecho público.

El carácter de derecho público de la normativa orgánica estuvo asociado al crecimiento del nicho de mercado. Desde mediados de los años 1980, en Europa emergió la demanda de productos orgánicos, lo que se transmitió a la producción y dio lugar a que ya en la década de 1980 se implantaran técnicas de producción orgánicas por parte de organizaciones de pequeños productores de café de Oaxaca y Chiapas. Lo novedoso fue que por primera vez se cumplía con la normativa exigida por las agencias certificadoras, en aquel momento principalmente Naturland (Alemania) y Organic Crop Improvement Association-OCIA (Estados Unidos), y posteriormente IMO Control, de Suiza, ya que la normativa pública todavía no estaba desarrollada. Naturland se fundó en 1982 para ayudar a los comercializadores de productos orgánicos que necesitaban garantizar a sus clientes la veracidad de los sellos orgánicos. Se convirtió en una autoridad respetada que facilitaba el diálogo entre agricultores y consumidores. A partir de 1989 comenzó a expandirse internacionalmente y a principios del siglo XXI, de sus 36.000 agricultores certificados más de 34.000 estaban fuera de Alemania, principalmente en países del Sur (González Cabañas y Nigh, 2005b).

OCIA fue creada en 1985 en el estado de Nueva York como un sistema de certificación controlado por los agricultores. Lo novedoso de su enfoque fue que el proceso de inspección y certificación era considerado como una oportunidad para establecer comunicación entre agricultores orgánicos, intercambiar experiencias y colaborar en favor de sus intereses comunes. OCIA combinaba las inspecciones con asistencia técnica y actividades para mejorar los cultivos, que debían compensar los crecientes costes que afrontaban los agricultores para obtener la certificación. A los pocos años de su creación, aproximadamente la mitad de las solicitudes de certificación que recibía provenían de América Latina, fundamentalmente de productores de café (Rice y McLean, 1999). En el ideario de OCIA una creencia fundamental era que los campesinos eran los mayores conocedores de sus procesos productivos y debían tener un papel primordial en la determinación de los estándares que se debían seguir en sus granjas, siempre de acuerdo con una filosofía general de agricultura orgánica. Los estándares de OCIA podían ser modificados conforme se añadían nuevos cultivos y métodos de procesamiento y se desarrollaban nuevas técnicas agrícolas.

La expansión de Naturland y OCIA fuera de los países donde fueron fundadas tuvo como causa el rápido aumento en Europa y Estados Unidos de la demanda de productos orgánicos cultivados en otros países, como café, cacao, bananas, miel, vainilla y verduras, entre otros. Muchos de los países donde se producían todavía no contaban con programas de certificación. Para OCIA se tornó muy compleja la modificación democrática de los estándares, que había sido su seña de identidad. A medida que aumentaba el volumen y la complejidad de las certificaciones, organizaciones como OCIA y California Certified Organic Farmers (CCOF), que en sus inicios habían funcionado básicamente con trabajo voluntario, tuvieron dificultades para continuar ofreciendo los servicios que habían prestado hasta entonces y se vieron obligadas a profesionalizarse y aumentar su capacidad administrativa. En la Figura 2.4 se muestra un saco de café de la cooperativa de Chiapas ISMAM (Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla) certificado por OCIA y Naturland con arreglo a la legislación sobre agricultura orgánica de la Unión Europea que estuvo vigente a partir de 1991, tal como se aprecia en la parte inferior de la imagen, donde aparece la inscripción “NORMA EUROPEA 2092/91 CEE”. A ambos lados de esta inscripción se encuentran los logos de las agencias OCIA y Naturland, y en la parte superior el logo de la cooperativa. Asimismo está incluida la información de la membresía en IFOAM, una membresía en la que las cooperativas mexicanas fueron pioneras a nivel mundial.

Figura 2.4. Saco de café de la cooperativa ISMAM, de Chiapas, certificado por las agencias OCIA y Naturland



Fuente: Albert Folch, 21/11/2022.

En 1990 las ventas mundiales de productos orgánicos superaron los dos mil millones de dólares anuales. Se crearon nuevas agencias certificadoras y surgieron discrepancias sobre los estándares y los procesos de certificación. El incremento en el comercio transfronterizo también provocó desacuerdos entre las organizaciones certificadoras de los diferentes países, que en ocasiones no se ponían de acuerdo sobre los estándares y se negaban a validar la certi-

ficación de una agencia de otro país. Se fue propagando la necesidad de un marco legal en el que poder operar, tanto nacional como internacional. Fue así como empezaron a desarrollarse legislaciones sobre producción y comercialización orgánica en Europa, Estados Unidos, Canadá y Japón. Las normativas que se promulgaron requerían que los países exportadores también aprobaran legislaciones y establecieran programas de certificación equivalentes. En México se aprobaron los primeros estándares orgánicos en la década de 1990, que fueron reformados en el siguiente decenio (González Cabañas y Nigh, 2005b).

En la Unión Europea (UE), la normativa marco que se aplica a todos los países miembros y que también regula los productos ecológicos importados en la UE, como el café, siempre ha provenido del Consejo de la Unión Europea, de la Comisión Europea o del Parlamento Europeo. La agricultura ecológica está regulada legalmente desde 1989, cuando se aprobó el Reglamento de la Denominación Genérica Agricultura Ecológica, que fue de aplicación hasta la entrada en vigor del Reglamento (CEE) n° 2092/91 del Consejo, de 24 de junio, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimentarios. A partir del año 2007 se promulgaron diversos reglamentos que derogaron el vigente desde 1991 e introdujeron sucesivas modificaciones y regulaciones más específicas, hasta la aprobación del más reciente, que entró en vigor el 1 de enero del 2022:

- Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo, de 28 de junio, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 2092/91
- Reglamento (CE) 889/2008 de la Comisión, de 5 de septiembre, por el que se establecen disposiciones de aplicación del R (CE) 834/2007 con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y control
- Reglamento (CE) 967/2008 del Consejo, de 29 de septiembre, por el que se modifica el R (CE) 834/2007
- Reglamento (CE) 1235/2008 de la Comisión, de 8 de diciembre, por el que se establecen las disposiciones de la aplicación del R (CE) 834/2007 en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países
- Reglamento (CE) 1254/2008 de la Comisión, de 15 de diciembre, que modifica el Reglamento (CE) 889/2008
- Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 834/2007 del Consejo.

Las principales novedades del último reglamento aprobado son que pretende ser más fácil para los pequeños agricultores gracias a un nuevo sistema de certificación de grupo,

adopta un enfoque más uniforme para reducir el riesgo de contaminación por plaguicidas, refuerza el sistema de control mediante controles más estrictos y medidas preventivas más rigurosas a lo largo de toda la cadena de suministro y amplía el ámbito de aplicación de las normas de producción ecológica a una lista más extensa de productos. La nueva legislación está acompañada por un plan de acción que entre sus ejes tiene el estimular la demanda de productos orgánicos.

En Estados Unidos, las competencias sobre agricultura orgánica recaen en el National Organic Program (NOP), un programa regulatorio federal del Agricultural Marketing Service, organismo encuadrado en el U.S. Department of Agriculture (USDA). El NOP desarrolla y hace cumplir los estándares nacionales para todos aquellos productos agrícolas producidos orgánicamente que se vendan en los Estados Unidos. También acredita a agencias certificadoras que garantizan el cumplimiento de los estándares estadounidenses para los productos orgánicos vendidos en territorio nacional, con el propósito esencial de proteger la confianza de los consumidores en el USDA Organic Seal (sello orgánico del USDA)⁸².

En Canadá, cualquier alimento, semilla o alimento para animales que esté etiquetado como orgánico es supervisado por la Canadian Food Inspection Agency (CFIA), que depende del Agriculture and Agri-Food Canada, el departamento del gobierno de Canadá responsable de la regulación federal de la agricultura y la alimentación. La normativa que rige sobre el etiquetado de productos orgánicos es la Safe Food for Canadians Regulations (SFCR). Los productos que queden fuera de esta regulación, como cosméticos o productos naturales para la salud, no pueden exhibir el Canada Organic Logo (Logotipo Orgánico de Canadá). En Japón, la normativa de certificación de los productos orgánicos es la Japanese Agricultural Standard (JAS), regulada por el Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF), y se aplica a todos los alimentos orgánicos comercializados en Japón, sean importados o de producción nacional.

Las cooperativas de productores que exportan a diferentes mercados se ven obligadas a certificar su producción con diferentes sellos de garantía. Es lo que ocurre con las cooperativas productoras de café de México. Entre las de mayor dimensión, lo más habitual es que exporten café a dos o más de los principales mercados: Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y Japón. En los últimos años se han añadido exportaciones a otros mercados como Australia, Nueva Zelanda, China, Taiwán o países del Próximo Oriente. Los distribuidores y comercializadores, por su parte, están sujetos a inspecciones y al pago de honorarios a los organismos reguladores siempre y cuando efectúen alguna transformación en los productos puestos a la venta. En lo que respecta al café, además de tostarlo o molerlo, también se considera transformación del producto el empaquetarlo con una marca propia.

En España, las competencias sobre auditoría y certificación de los productos agroalimen-

82 Véase la página web del Agricultural Marketing Service (<https://www.ams.usda.gov/about-ams/programs-offices/national-organic-program>, consultada el 17/10/2022)

tarios están transferidas a las comunidades autónomas, por lo que cada una tiene su propio organismo público de control. El organismo que asumió estas funciones en Cataluña es el Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE). Los establecimientos abiertos al público pagan al CCPAE una cuota anual en función de los metros cuadrados del establecimiento y otra por cada producto amparado por el sello, independientemente del volumen de ventas de cada producto, lo que conlleva pagar la misma cuantía por el café, el producto con mayor rotación y que puede suponer el 50% del importe anual de las ventas, que por productos con una participación marginal en la totalidad del negocio, como por ejemplo el té oolong. Las inspecciones del CCPAE otorgan mucha importancia a la trazabilidad de los productos vendidos, es decir, que las ventas de los productos en términos físicos guarden relación con sus respectivos aprovisionamientos⁸³.

En la actualidad, se entiende como producción orgánica (en muchos países también se denomina biológica o ecológica) únicamente la que cumple con la normativa pública de los diferentes países. Análogamente a lo que sucede con el Comercio Justo, la certificación se lleva a cabo mediante auditorías de tercera parte.

El fin último con el que se impulsó la agricultura orgánica era el de promover un modelo productivo sostenible. El interés por el concepto de desarrollo sostenible ha ido creciendo tras el Informe Brundtland de 1987 (véase el subapartado 2.4.1). La relación de aquel informe con la agricultura y el desarrollo rural ha estado en el centro de muchos debates, que han incluido los aspectos éticos y la producción respetuosa con el medio ambiente. El principio número diez del Comercio Justo, Respeto por el Medio Ambiente, en su redactado indica que las organizaciones de productores utilizarán métodos de producción orgánicos o, en su defecto, minimizarán el uso de agroquímicos, siempre que sea posible (WFTO, 2017). De manera más o menos explícita, entre los principios rectores del Comercio Justo siempre ha estado incluido el de métodos de producción lo más respetuosos posibles con el medio ambiente. La producción agrícola orgánica y el movimiento del Comercio Justo coinciden en que se apartan de las relaciones ecológica y socialmente destructivas que caracterizan el sistema agroalimentario mundial (Raynolds, 2000; Chadi, 2012; Elder *et al.*, 2014; Parvathi y Waibel, 2018). Ambas certificaciones, la de producción orgánica y la de Comercio Justo, se complementan ya que la primera regula de forma más estricta los aspectos ambientales de la producción y la segunda pone más el acento en la democracia interna de las organizaciones productoras y en una participación equitativa del precio que reciben los pequeños productores en el conjunto de la cadena de valor desde el productor hasta el consumidor final.

El crecimiento comercial de los productos alimenticios etiquetados como Comercio Justo está relacionado no únicamente con motivaciones solidarias y de equidad, sino también con el creciente interés en el denominado “consumo verde”, mediante el cual los consumidores se involucran en actitudes cívicas para revalorizar productos menos dañinos para

83 Información dispensada por José Antonio Otero Villanueva en 4/3/2020 y 14/5/2021.

ellos y el medio ambiente (Raynolds, 2002), y ambos quedan encuadrados en el concepto más amplio “consumo responsable” (Kim *et al.*, 2010). Aunque son escasos los estudios que analicen de forma empírica los rasgos de los consumidores responsables, y particularmente de los consumidores de productos del Comercio Justo, según De Pelsmacker *et al.* (2006) los consumidores de Comercio Justo comparten una serie de características psicológicas y sociodemográficas con los de otras categorías de consumidores responsables, como los de productos orgánicos. Estas tipologías de consumidores tienen presentes en sus adquisiciones de bienes y servicios cuestiones de índole solidaria y responsable, como la preocupación por la explotación infantil, la igualdad de género o la protección del medio ambiente (Uusitalo y Oksanen, 2004; Kim *et al.*, 2010; Cayón *et al.*, 2016).

Según algunos autores, la motivación para adoptar la producción orgánica iba más allá el incentivo del sobreprecio que proporcionaba posteriormente la venta del café certificado como orgánico. Roozen y Vanderhoff (2002) afirman que también fue inducida por la preocupación por parte de los productores de café acerca de los efectos de los agroquímicos en su salud y en la salud del entorno natural.

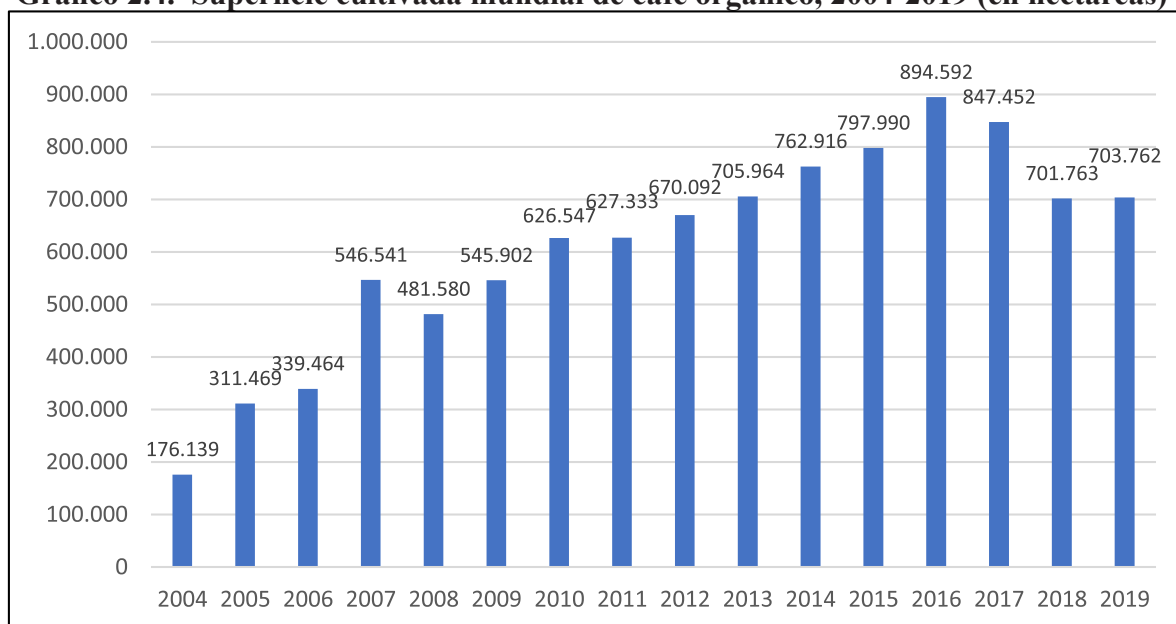
En México, la aplicación de las técnicas agrícolas de la Revolución Verde y de los métodos basados en ella que propagaba el INMECAFE, fue parcial o muy escasa en zonas remotas, de difícil acceso, con los cafetales cultivados en terrenos con pendientes pronunciadas, y donde los campesinos tenían un muy bajo poder adquisitivo que les dificultaba la adquisición de inputs productivos. El sistema de policultivo ampliamente utilizado por los campesinos de México hizo que los árboles que proporcionaban sombra a las plantas de café nunca fueran totalmente eliminados. La conversión tecnológica a los requisitos de la agricultura orgánica no fue, por lo tanto, muy compleja en el caso mexicano.

En 1999 el café era el producto orgánico con mayor volumen de exportaciones, 104.000 toneladas. México, con unas exportaciones de 30.000 toneladas, era con mucho el mayor exportador de café orgánico, seguido por Perú, Indonesia y Ecuador. Respecto a los mercados importadores, los más importantes eran Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y Francia, aunque no se dispone de datos precisos sobre la cifra específica para cada país importador (Raynolds, 2000).

La confluencia de las certificaciones orgánica y de Comercio Justo en un mismo producto, y específicamente en el café, en las últimas décadas ha sido elevada y se ha reforzado con el paso del tiempo. En el año 2002, un 39% del café con la certificación de Comercio Justo también tenía la de orgánico, y la doble certificación mostraba una tendencia al alza (Raynolds, 2002). En el año 2008, tal porcentaje creció hasta el 52% (Pay, 2009), y en el 2016 hasta el 57 % (Fairtrade Foundation, s/f). En el 2020 aumentó aún más y se situó en el 66%, un porcentaje superior al de las bananas (63%), el algodón (56%), el té (40%), el azúcar (28%) y el cacao (22%) (Fairtrade International, 2021). Entre el 2015 y el 2019, las ventas de café con la doble certificación aumentaron en promedio un 5,5% anual, hasta llegar a las

131.000 toneladas de café verde en el 2019⁸⁴. Si se efectúan los cálculos para el año 2009, a partir de las cifras de exportaciones de ITC (2011b) y el porcentaje de doble certificación que ofrece Pay (2009), en aquel año las exportaciones de café con ambas certificaciones fueron de 47.618 toneladas. Diversas causas explican que la coincidencia entre ambas certificaciones para el café no sea mayor. En lo que respecta a las cooperativas de pequeños productos, existen casos de cooperativas que pueden certificar con cierta facilidad el funcionamiento democrático y asambleario y el resto de requisitos que requiere el Comercio Justo, pero les resulta más dificultoso cumplir con los estándares de la producción orgánica, más exigentes técnicamente. En México, la mayor demanda de café de calidad en el mercado interno ha llevado a numerosas cooperativas a comercializar dentro del país crecientes cantidades de café, un mercado en el que el sello orgánico es valorado pero los sellos de Comercio Justo no gozan de un gran prestigio. Debe añadirse la demanda de compradores occidentales que se dirigen a un nicho de mercado en el que el sello orgánico tiene más relevancia que el de Comercio Justo. Un ejemplo de ello serían las marcas blancas de los supermercados en algunos países, que dan prioridad al sello orgánico, o empresas tostadoras que en sus análisis de mercado detectan una mayor importancia estratégica de la certificación orgánica que de la de Comercio Justo.

Gráfico 2.4. Superficie cultivada mundial de café orgánico, 2004-2019 (en hectáreas)



Fuentes: elaboración propia con datos de Willer y Lernoud (2016), Willer *et al.* (2019) y <https://digital.intracen.org/state-sustainable-markets-2021/coffee/> (consultado el 27/06/2022)

En el Gráfico 2.4 se puede apreciar la evolución de la superficie cultivada de café orgánico desde el año 2004 y hasta el 2019. Entre el 2004 y el 2016, la superficie se multiplicó por 5, con un aumento superior al 400%. El descenso que se observa en el bienio 2018/19 fue provocado por los problemas de recopilación de datos estadísticos en México, el país con

⁸⁴ Véase la página web del Center for the Promotion of Imports from Developing Countries (<https://www.cbi.eu/news/increased-certified-coffee-consumption-europe-despite-covid-19-pandemic>, consultada el 20/10/2022)

la mayor superficie cultivada de café orgánico. La diferente metodología empleada por la Universidad de Chapingo y los organismos de la Secretaría de Agricultura originó ese abrupto descenso. El gran aumento en la superficie cultivada confirma la pujanza de la demanda global de café orgánico, particularmente en los mercados occidentales.

La característica nuclear de la producción orgánica es la no utilización de agroquímicos en el proceso productivo. La Tabla 2.8 muestra los diferentes tipos de agroquímicos que se utilizan en la agricultura, ganadería y silvicultura convencionales. Los agroquímicos se dividen en dos grandes grupos, fertilizantes y productos fitosanitarios, y estos últimos a su vez se subdividen en cuatro categorías, cada una de las cuales engloba unos productos específicos. En la producción de café no orgánico o convencional, el producto fitosanitario más utilizado es el de los plaguicidas o pesticidas, dentro de los cuales existen cinco tipos diferentes, en función de que la finalidad sea combatir insectos, hongos, ácaros, malas hierbas o nemátodos.

Tabla 2.8. Clasificación de los agroquímicos utilizados en agricultura, ganadería y silvicultura

AGROQUÍMICOS				
FERTILIZANTES	PRODUCTOS FITOSANITARIOS			
	Plaguicidas o pesticidas	Sustancias reguladoras del crecimiento	Agentes destinados a	Otros compuestos para manipulación o conservac. artificial de los productos vegetales
	Insecticidas	Fito hormonas	Reducir la densidad de la fruta	
	Fungicidas	Fitoestimulantes	Evitar la caída de la fruta	
	Acaricidas			
	Herbicidas			
	Nematicidas			

Fuente: Elaboración propia a partir de Doménech (2004)

En la cafecultura orgánica, la especie más utilizada es la *Coffea arabica* L., ya que es la que responde mejor a la aplicación de fertilizantes orgánicos. Dentro de esta especie, se prefieren las variedades más grandes o de porte alto que se adaptan bien a la altitud, el clima y el suelo y son resistentes a enfermedades, a las variedades más pequeñas que generalmente se utilizan en cultivos intensivos (Sosa Maldonado *et al.*, 1999). Las variedades de porte alto requieren poda para regular su crecimiento. Las más utilizadas son Typica, Bourbon (incluido el bourbon negro, el bourbon amarillo mejorado y el bourbon rojo mejorado), Mundo Novo y Maragogype. Los cafetos se cultivan temporalmente en semilleros y viveros antes de ser plantados en la propia plantación. Este sistema es preferible al cultivo de plantas a partir de semillas caídas en la plantación.

Para proteger el suelo de la erosión hídrica, los cafetos se disponen en curvas de nivel

perpendiculares a la pendiente del terreno, se interponen barreras vivas (vegetación) y muertas (piedras) y se construyen terrazas. Estas prácticas disminuyen el volumen y la velocidad del agua de escorrentía, reduciendo el arrastre del suelo. El manejo de malezas contribuye a la protección del suelo. Las malezas presentan un bajo grado de interferencia con los cafetos, ya que no están presentes en la zona radicular (Sosa Maldonado *et al.*, 1999). La hojarasca que cae de los árboles de sombra obstaculiza el crecimiento de maleza y aporta nutrientes al suelo. En la Figura 2.5 se puede observar una explotación cafetalera con abundante hojarasca en el suelo, caída de los árboles que dan sombra a los cafetos.

Figura 2.5. Explotación cafetalera bajo sombra en el municipio de San Juan Cancuc, en Chiapas (México)



Fuente: Albert Folch, 14/05/2017.

En la producción orgánica de café, un muy pequeño porcentaje de hierbas es considerado malas hierbas. A menudo sólo se arrancan las que puedan causar molestias a las personas, por ejemplo las que son urticantes o tienen espinas. Muchas otras se cortan a una altura de diez o veinte centímetros sobre el suelo, y siempre con machete, no con azadón. Todo este manejo de las hierbas que crecen en los cafetales viene motivado por la importancia que en la producción orgánica se le da a evitar la erosión del suelo, especialmente en terrenos con una gran pendiente. En la agricultura orgánica el término maleza se está sustituyendo por el de plantas arvenses, que son cualquier planta que compite por nutrientes y espacio con el cultivo principal⁸⁵. La Figura 2.6A muestra plantas de café en un terreno con una pronunciada pendiente y la abundante vegetación que acompaña las plantas de café, la cual evita los desprendimientos de tierra que pueden ser causados por las lluvias torrenciales durante la temporada de lluvias.

⁸⁵ Información recabada en las entrevistas con Walter L. Anzueto, responsable de producción orgánica de la cooperativa Majomut entre 1992 y el 2006, los días 12/06/2022 y 23/06/2022.

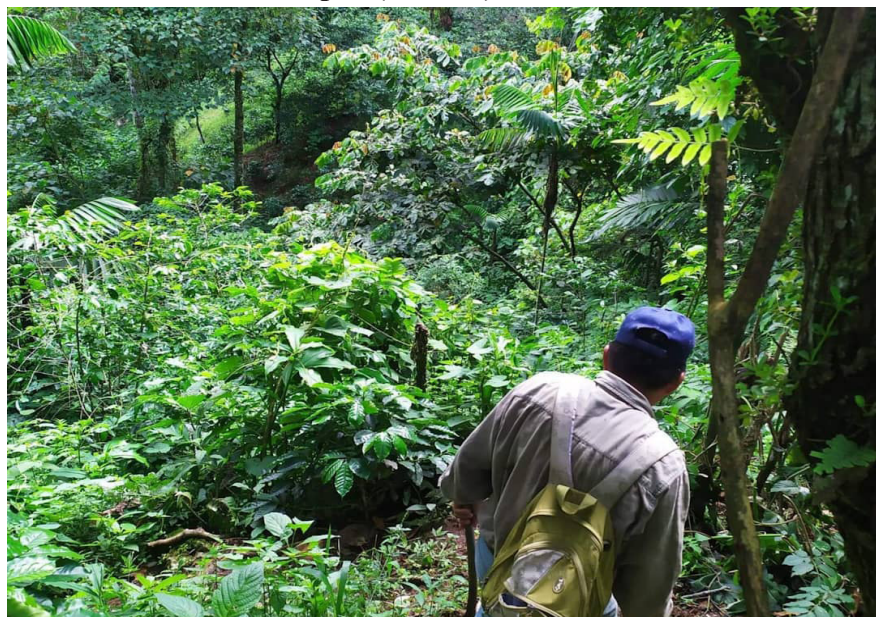
Figura 2.6a. Cafetal bajo sombra en el ejido Guadalupe Victoria, municipio de Amatenango de la Frontera, en Chiapas (México)



Fuente: imagen cedida por Eddie Manuel Díaz Silvestre, coordinador de la organización de pequeños productores. Montaña Huixquilar Guadalupe Victoria, S.P.R.

Los cafetos se intercalan con diversas especies de árboles, arbustos y plantas, muchas de las cuales dan sombra. Se regula el grado de sombra para que no sea escaso (en ese caso no protegería a las plantas de café del sol, el viento o las lluvias torrenciales), ni excesivo (lo que limitaría su potencial de crecimiento). La densidad de árboles y plantas de sombra oscila entre 50 y 150 unidades por hectárea, aunque en zonas cálidas y de baja altitud la densidad puede ser mayor. Los cafetales bajo sombra se han convertido en un importante refugio para la biodiversidad, ya que pueden albergar tantas especies como áreas de bosque no perturbadas (Perfecto *et al.*, 1996). Es por este motivo que uno de los requisitos para obtener la certificación orgánica es el uso de una variedad de especies que den sombra a los cafetos. En las Figuras 2.6A y 2.6B se puede observar la cuantiosa presencia de árboles que proporcionan sombra a los cafetos en una localidad que está por encima de los 1.200 metros sobre el nivel del mar, cuyo clima es semicálido húmedo con abundantes lluvias en verano, las cuales, como se ha señalado, pueden ser de carácter torrencial.

Figura 2.6b. Cafetal bajo sombra en el ejido Guadalupe Victoria, municipio de Amatenango de la Frontera, en Chiapas (México)



Fuente: imagen cedida por Eddie Manuel Díaz Silvestre, coordinador de la organización de pequeños productores Montaña Huixquilár Guadalupe Victoria, S.P.R.

Los tipos de especies intercalados entre los cafetos varían de una región a otra. Durante el trabajo de campo realizado en Chiapas entre diciembre del 2016 y mayo del 2017, las especies observadas acompañando o dando sombra a los cafetales incluyeron ixpepeles, orquídeas, bromelias, leguminosas del género *Inga* spp. (chalum, jinicuil, coctzán, etc.), maní forrajero, árboles frutales (cítricos, mango, guayaba, banano, nance, nopal, papaya, yuca, camote y pacaya), especies silvestres (casirol, canshan, chacá y guapaque), árboles maderables como la caoba y el cedro, especies del género *Commelina*, palma camedor, un árbol llamado xkok por los nativos tzeltales, plantas epífitas, plantas melíferas y una variedad de plantas medicinales, rituales y ornamentales. Entre las especies que dan sombra, tienen gran importancia aquellas cuyas raíces guardan colonias de microorganismos que fijan en el suelo el nitrógeno de la atmósfera, como *Inga* spp., *Erythrina* spp. y *Gliricidia sepium*. En los cafetales que se entrelazan con los abundantes bosques mesófilos de las zonas montañosas de Chiapas, los árboles interceptan las nubes bajas y captan su humedad. Las ventajas agroecológicas del policultivo de café orgánico bajo sombra no radican solamente en el mantenimiento del dosel del bosque y el alto grado de biodiversidad, sino también en los servicios ambientales que brinda, como el secuestro de carbono, la estabilización del clima, la prevención de la erosión del suelo y el mantenimiento de las comunidades de polinizadores (Toledo y Barrera-Bassols, 2017).

La no utilización de plaguicidas se ve favorecida por los complicados procesos de autorregulación que tienen lugar en los ecosistemas de café orgánico bajo sombra. Después de un estudio que se prolongó durante diez años en un área de 300 hectáreas de cultivo de café orgánico en la región del Soconusco (Chiapas), Vandermeer *et al.* (2010) describieron las intrincadas interacciones entre muchas especies en sistemas complejos de café orgáni-

co, lo que resulta en una regulación dinámica de varias especies de plagas. El ecosistema proporciona un control autónomo o endógeno de estas amenazas potenciales. Además, para proteger las plantas de café de la plaga del barrenador de la baya (broca), se utilizan controles biológicos, físicos y culturales. El control biológico lo realizan especies como los hongos *Beauveria bassiana* y *Metarhizium anisopliae*, parasitoides africanos y nematodos parásitos (Barrera Gaytán y Parra, 2000). Los hongos entomopatógenos tienen la capacidad de generar enfermedades en insectos dañinos así como de crear epizootias, es decir, en condiciones ambientales adecuadas, el hongo emerge del insecto muerto y acomete un nuevo ciclo de infección dentro de la población de insectos. Otra práctica consiste en recolectar los frutos del café atacados por la plaga del barrenador, tanto de la planta como del suelo, e introducirlos en agua hirviendo durante cinco minutos. Esto ralentiza la reproducción y propagación de la plaga. La poda selectiva contribuye a la lucha contra la plaga de la roya (Merlín-Uribe *et al.*, 2018). Puesto que la roya se introduce en los cafetales a través de las hojas, reducir el área foliar disminuye la proliferación de esporas. La poda de árboles y arbustos que dan sombra también genera un efecto positivo al reducir la excesiva humedad.

Una característica fundamental de la cafecultura orgánica es la utilización de abonos no elaborados a partir de fertilizantes nitrogenados, ante la constatación de la erosión del suelo y la pérdida de fertilidad que provocan (Colin y Aldekozea, 2005; Altieri, 2008; Ayala *et al.*, 2008; Sánchez Juárez, 2023). Según Vogt (2007), el uso inadecuado de fertilizantes minerales perturba el metabolismo de las plantas, haciéndolas más vulnerables al ataque de patógenos e insectos plaga. Adicionalmente, los fertilizantes minerales fisiológicamente ácidos acidifican el suelo, provocando una disminución en el crecimiento de las raíces, alteraciones en el correcto equilibrio de minerales en el suelo y degradación de su estructura. El abono orgánico se obtiene a partir del compost tradicional o del compost obtenido mediante lombricultura, que acelera la transformación de los residuos orgánicos (Sosa Maldonado *et al.*, 1999). Los productores de café orgánico de Chiapas han observado que este tipo de fertilizante proporciona a las plantas de café un follaje más abundante y granos de mayor peso y calidad (Enlace Sur-Sur, 1995).

Además, la producción de café orgánico es mucho más sostenible que el café convencional si se tiene en cuenta el cálculo del balance del flujo de nutrientes en el agroecosistema y si los aportes de nutrientes cubren los requerimientos del cultivo y compensan la salida de nutrientes a través de la cosecha. Un experimento realizado en 1995 en dos comunidades del municipio de Chenalhó (Chiapas) por la cooperativa cafetalera Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut, en colaboración con el Laboratorio de Suelos de la Universidad Autónoma Chapingo, demostró que en el cultivo de café orgánico el 80% de las parcelas evaluadas eran sostenibles desde el punto de vista del balance de nutrientes, es decir que la producción podía mantenerse indefinidamente; en cambio, en el cultivo de café convencional, solo el 40% de las parcelas resultaron sostenibles por 200 años o más y por otra parte arrojaron rendimientos muy bajos (Yépez *et al.*, 2006).

A pesar de los beneficios contrastados que supone la agricultura orgánica y específicamente la cafecultura orgánica, la normativa que la regula y los procedimientos para certificarla han sido objeto de diversas críticas. Según Sosa Maldonado *et al.* (1999), cuando los países con cultivos de clima tropical aún no tenían sus propias agencias certificadoras, la certificación corría a cargo de inspectores de países occidentales que cobraban honorarios en consonancia con la escala salarial de sus países de origen, lo que acarreó elevados costes dadas las condiciones socioeconómicas de los productores. Los costes de traslado y comunicación también se encarecían notablemente. Otro problema fue la propia normativa de producción y procesamiento, confeccionada en los países donde tenían sus sedes las agencias certificadoras, donde predominaban tipos de productores y condiciones ambientales y culturales muy diferentes a las de los países del Sur.

La irrupción de las administraciones públicas en el sector orgánico alteró drásticamente las prácticas que habían seguido anteriormente inspectores y agricultores. La inspección y la certificación se volvieron más burocráticas y se prohibió que los inspectores asesoraran a los productores, alegando que ello causaría conflictos de intereses, así que los inspectores se convirtieron en funcionarios que verificaban el cumplimiento de una normativa pública (Seppänen y Helenius, 2004). En virtud de este nuevo rumbo, la producción orgánica se fue alejando de sus inicios, en los que grupos de productores podían establecer estándares informales de acuerdo a lo que los saberes locales consideraban orgánico. Con el crecimiento en las ventas de los alimentos orgánicos, las necesidades logísticas de las empresas reconvirtieron la producción orgánica certificada en un exigente proceso en el que los productores debían cumplir unos estándares que no habían sido creados por ellos (Scott *et al.*, 2009; Heis, 2015).

Cuéllar y Reintjes (2009) también indicaron diversos problemas de la certificación orgánica: principios y métodos poco adaptables a diferentes realidades, documentación extensa y compleja para los productores con menor capacidad de lectura, elevados costes para grupos de productores que no practicaban una agricultura de gran escala, sobrevaloración de la figura técnica inspectora, modelo centralizado y vertical con un exceso de poder en la agencia certificadora y la figura técnica, no valoración del trabajo en conjunto del productor al certificar un producto y no un proceso y excesiva supeditación a los intereses del mercado dejando en segundo plano los procesos de mejora seguidos por los productores.

2.5.2 La génesis del café certificado: la conexión entre UCIRI y Solidaridad

La nueva conciencia sobre los efectos del consumo, analizada en el subapartado 2.3.1, cristalizó particularmente en el de aquellos bienes que son producidos en el Sur y consumidos en el Norte, como es el caso del café. Samper Gartner *et al.* (2017), centrando su análisis en los consumidores de café, hacen notar que las nuevas generaciones exigen más información sobre el origen del café y sus características, y aprecian cada vez más los valores intangibles que incorpora.

El Comercio Justo basado en una normativa y unos sellos de garantía nació pivotando alrededor del café, el producto agrícola de origen colonial que movía y sigue moviendo más volumen de comercialización mundial en términos monetarios. Hasta 1989, la regulación del mercado del café consistía en la asignación de cuotas a los países productores y en el papel central que ejercían los organismos nacionales, que controlaban todo el proceso de producción y comercialización en sus respectivos territorios. La pugna por el reparto del excedente global enfrentaba a países productores y empresas multinacionales por el control de las existencias. Los institutos nacionales cafetaleros seguían una lógica de producción estándar, y las empresas multinacionales tenían como prioridad diversificar sus países y regiones de aprovisionamiento para asegurar el suministro (Samper, 2012). En tales circunstancias, la calidad del café en los mercados finales dependía absolutamente de las empresas torrefactoras, que diferenciaban el café a través de los procesos de elaboración y las mezclas, pero no mediante el origen del café. Con el cambio de década se produjeron cambios trascendentales: la mencionada derogación del sistema de cuotas, la presión sobre los países productores para liberalizar sus economías, la expansión de la producción propiciada por organismos internacionales y el cambio en los hábitos de consumo en los países consumidores.

Las empresas multinacionales gozaban de ventajas competitivas para poder segmentar el mercado: la proximidad y conocimiento del mercado final, su dominio de la mercadotecnia y la estrecha conexión con las redes mundiales de abastecimiento. Sin embargo, la posición hegemónica de las multinacionales dejaba hendeduras en su relación con los productores. El desmantelamiento de los institucionales estatales del café creó un vacío que fue aprovechado para la organización colectiva de los campesinos. Además, la segmentación del mercado y sus exigencias de calidad indujeron cambios técnicos en los procesos de cultivo que fueron aprovechados por los productores que controlaban los procesos productivos (Renard, 1999; González Cabañas *et al.*, 2003). La contraparte idónea a las organizaciones campesinas independientes construidas sobre bases democráticas radicó en grupos sociales de los países europeos cuyos criterios éticos sobre el consumo partían de unas convicciones de contraposición al sistema neoliberal y motivaciones de solidaridad y preservación de los ecosistemas (Rice, 2001; Raynolds, 2002).

La creación de un sello de garantía debía permitir que el café, que en los años 1980 ya era claramente el producto del comercio ético con mayor volumen de ventas, ampliara sus canales de distribución y fuera reconocible como un producto equitativo por un número mucho mayor de consumidores. En esta iniciativa resultó ser un factor clave la confluencia entre la cooperativa UCIRI del estado mexicano de Oaxaca y la ONG neerlandesa Solidaridad, articulada mediante el nexo que se creó entre el sacerdote neerlandés Frans Van Der Hoff Boersma (o Francisco Vanderhoff o ‘Padre Frans’, como es más conocido en Latinoamérica) y el teólogo e historiador también neerlandés Nico Roozen (Bennett, 2013). Ambos tenían en común su procedencia de los movimientos cristianos de base y su profunda disconformidad con el funcionamiento de la Iglesia Católica, con la opulencia en la que vivía un sector

de ella, y con su progresivo distanciamiento de los preceptos del cristianismo que para ellos pasaban necesariamente por luchar junto a los más pobres y desfavorecidos.

Francisco Vanderhoff se ordenó como sacerdote en la congregación del Sagrado Corazón⁸⁶. En el año 1968 estuvo presente en la Primavera de Praga, y en los Países Bajos lideró los movimientos estudiantiles de protesta. En 1969, tras haberse graduado en Teología con una tesis sobre el movimiento pentecostal en Chile, realizó una estancia en la Universidad de Ottawa. Desde allí se trasladó a Chile en 1970, donde vivió en los barrios más degradados de Santiago de Chile y conoció a Paulo Freire, lo que siempre ha afirmado que fue un gran aprendizaje. Durante los primeros años setenta Chile atrajo muchos intelectuales que colaboraban con movimientos de izquierda que consideraban burguesa y demasiado débil la labor de gobierno del entonces presidente Salvador Allende y su estrategia de propiciar cambios respetando la constitución de Chile. Francisco Vanderhoff participó en muchos encuentros en los que se debatía sobre la vida en los suburbios, cómo debía ser interpretado el socialismo, cuál es el significado del trabajo y cómo debía organizarse el pueblo para llegar a la revolución.

A raíz del golpe de estado del general Augusto Pinochet el 11 de septiembre de 1973, sufrió una gran decepción por el hecho de que la iglesia chilena se posicionara a favor de los militares. Huyó del país a través de la frontera con Perú junto con Hernan Leemryse, otro sacerdote del Sagrado Corazón, y ambos continuaron hacia México, que durante los años setenta acogió un gran contingente de intelectuales que huían de las dictaduras del Cono Sur. En su nuevo destino continuó su labor en los barrios marginales de Ciudad de México, donde la iglesia estaba ausente. El continuo hostigamiento y amenazas de la policía secreta mexicana, que consideraba subversiva su labor en los arrabales de la capital de México, le llevó a solicitarle en 1980 al obispo de Cuernavaca un destino rural. El obispo de Cuernavaca, Sergio Méndez Arceo, era miembro del movimiento Cristianos por el Socialismo, había denunciado la invasión estadounidense de Vietnam y había apoyado la Revolución Cubana de 1959 y la Revolución Sandinista de 1979. Sergio Méndez le aconsejó el traslado al istmo de Tehuantepec, en el estado de Oaxaca, una región donde el 80% de la población pertenecía a varias etnias indígenas. Allí conoció de cerca las paupérrimas condiciones de vida de los campesinos en la Sierra Madre del Sur y los problemas de comercialización del café, debido a los bajos precios que los intermediarios pagaban a los campesinos y a la corrupción de los funcionarios del Instituto Mexicano del Café (INMECAFE).

Desde 1971 el obispo de Tehuantepec era Arturo Lona Reyes, presidente de la Comisión de Pastoral Indígena de la Conferencia Episcopal Mexicana entre 1972 y 1974, así como fun-

86 En la descripción de la trayectoria de Francisco Vanderhoff y en la evolución del sello de certificación Max Havelaar se ha utilizado información recopilada en una entrevista mantenida con él en enero del año 2002, durante la inauguración del Centro de Capacitación Campesina de la Unión de Ejidos y Comunidades Beneficio Majomut, en el barrio Majomut de la localidad de Polhó (municipio de Chenalhó), en la región Los Altos del estado de Chiapas.

dador del Centro de Derechos Humanos Tepeyac del Istmo de Tehuantepec. En 1982 Arturo Lona le encargó a Francisco Vanderhoff el cometido de formar un colectivo popular que analizara los problemas de la región donde se encontraba y elaborar un diagnóstico priorizando los más acuciantes. En marzo de 1982, al finalizar la cosecha de café, durante una semana Vanderhoff mantuvo reuniones con ciento cincuenta campesinos de diversas comunidades. El mayor problema que se detectó fue el de los bajos precios a los que vendían el café a los intermediarios, y el segundo que se consideró en orden de importancia fue el de las deudas que los productores mantenían con el Banco Nacional de Crédito Rural (Banrural), el banco rural de México, por los elevados tipos de interés que aplicaba a los préstamos, lo cual a su vez se veía agravado por los bajos precios que los productores recibían por el café. Banrural se había creado en 1975 y estaba integrado por un banco central y otros doce bancos regionales, con la misión de financiar la actividad primaria agropecuaria y forestal. Sin embargo, la lista de problemas era más extensa:

- Los bajos precios que recibían por el café no permitían satisfacer las necesidades básicas
- Los bancos ya no concedían más crédito
- No había suficiente comida para poder alimentar la familia todos los días
- Se enfermaban con facilidad, no tenían acceso a atención médica y los medicamentos que podían conseguir eran excesivamente caros; los periodos en los que estaban enfermos les hacían perder un valioso tiempo de trabajo
- El transporte era precario y muy caro
- Muchos poblados no tenían acceso a agua potable, electricidad, teléfono o telégrafo
- La educación que recibían los niños era inadecuada y los profesores a menudo se ausentaban
- Las viviendas estaban en muy malas condiciones, deseaban rehabilitarlas o construir casas nuevas, pero no tenían medios económicos para ello
- Los precios en las tiendas de alimentación eran muy elevados y las estanterías con frecuencias estaban vacías (Waridel, 2002)

Se tomó la determinación de comercializar el café por cuenta propia. Para ello se empezó con el café de dos comunidades: se compraron sacos de yute y se alquiló un camión para transportar el café hasta las instalaciones de la organización Asociación Rural de Interés Colectivo (ARIC) en la ciudad de Misantla, que se halla en el interior del estado de Veracruz a unos ciento cincuenta kilómetros de la ciudad costera de Veracruz, por cuyo puerto se exporta la mayoría del café mexicano (Chávez y Natal, 2012). La ARIC de Misantla comercia-

lizaba en el mercado nacional y exportaba la producción de organizaciones campesinas. Las comunidades de Santa María Guienagati y Guevea de Humboldt vendieron conjuntamente 35 toneladas de café (López Pacheco, 2017). El hecho de cobrar el kilo de café a un precio superior en 0,7 dólares por kilo al que pagaban los intermediarios desencadenó que muchos otros productores de numerosas comunidades de la región se quisieran unir a la iniciativa. Al año siguiente, en 1983, se fundó formalmente la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) con productores de diecisiete comunidades (Almanza, 2005).

Dos años más tarde, en 1985, se consiguió el permiso para exportar directamente el café. Conseguir una cuota de exportación fue un proceso arduo, por la discrecionalidad con la que el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE) repartía dichas cuotas (Vanderhoff, 1992). El mismo año en que se consiguió el permiso de exportación, Jan Hissel y Gerd Nickoleit, de GEPA, viajaron a Oaxaca con el especialista en agricultura y certificación orgánica Loek uit het Broek y con Hans Levelt, principal responsable de la empresa tostadora Simon Levelt. UCIRI comenzó a vender café a Simon Levelt y a SOS Wereldhandel en 1986, y a GEPA in 1987⁸⁷. Estas organizaciones a su vez lo vendían a las Tiendas del Mundo. Los mejores precios obtenidos por la venta del café en el mercado alternativo y pagados a los productores conllevaron la adhesión de más comunidades y productores a UCIRI, y el consiguiente aumento de la producción evidenció que el mercado alternativo no podía vender todo el café producido. Se empezaba a pensar en la necesidad de ir más allá de los límites del mercado alternativo, ya que el café no canalizado por ese mercado debía venderse a precios muy inferiores. En esa coyuntura Vanderhoff conoció en Utrecht al historiador y teólogo Nico Roozen, que en 1984 había sido nombrado promotor de la ONG neerlandesa Solidaridad.

Nico Roozen provenía de una familia de profundas convicciones católicas. Dos acontecimientos le marcaron en su juventud: las protestas estudiantiles en la ciudad de Beverwijk y la dureza con la que fueron reprimidas por la policía, y los intensos bombardeos del ejército estadounidense durante las fiestas navideñas de 1972, del 18 al 29 de diciembre, en la República Democrática del Vietnam (Vietnam del Norte), en la capital, Hanoi, y en la ciudad portuaria de Hai Phong, que causaron una gran mortandad por tratarse de ciudades densamente pobladas. Se implicó en la comunidad ecuménica cristiana de los Países Bajos de la mano del joven sacerdote Jan Ruijter, en cuya parroquia se gestó una de las primeras comunidades ecuménicas de los Países Bajos, la Parroquia crítica de IJmond. Ello ocurría en un contexto en el que el giro a la izquierda del catolicismo neerlandés tuvo una gran repercusión internacional durante los años 1960 y 1970 (Winkeler, 2018). Asimismo colaboró como voluntario en la Tienda del Mundo de su pueblo natal, Heemskerk. En concepto de viaje de formación tras su nombramiento como promotor de Solidaridad, en 1985 viajó a El Salvador, Nicaragua y México. La estancia en El Salvador le causó un gran impacto, estaba en curso la guerra civil entre la Fuerza Armada de El Salvador y la insurgencia del Frente Farabundo

87 Comunicación personal del profesor Peter H. van Dam, de la University of Amsterdam.

Martí para la Liberación Nacional (FMLN). El clima de represión era muy intenso, las élites del país estaban poniendo en práctica una política de genocidio contra la disidencia (Roozen y Vanderhoff, 2002). Cinco años antes había sido asesinado el Arzobispo de San Salvador, Monseñor Óscar Arnulfo Romero. En 1989 le llegó la noticia del asesinato, también en El Salvador, de una persona con la que le unía una gran amistad, el filósofo, escritor y teólogo jesuita vasco Ignazio Ellakuria Beaskoetxea.

En México, Roozen viajó a Oaxaca para conocer la experiencia de UCIRI. El mensaje central que le transmitieron los productores de café fue que, aunque el apoyo de Solidaridad había sido muy útil en los inicios de UCIRI, no deseaban más ayuda, lo que querían era un precio justo por todo el café producido. La visita a UCIRI le hizo darse cuenta de que hasta entonces el comercio alternativo se había centrado en el precio pero no había tenido en cuenta el volumen, y por lo tanto se debía ampliar el radio de acción para llegar al consumidor medio en los supermercados, lo que implicaba bajar los costes de transacción y alcanzar una óptima escala de distribución del café. En 1985 se produjo un cambio estratégico en Solidaridad, que decidió pasar de un enfoque activista a otro más orientado hacia la búsqueda de soluciones a los problemas planteados, de ‘protesta a propuesta’, y definió el empoderamiento económico como la estrategia central (Solidaridad, 2019).

Al finalizar el ciclo 1984/85, UCIRI exportó a Países Bajos una cantidad de café modesta, pero homologable a las exigencias europeas de café de calidad. El buen precio obtenido incentivó a firmar un contrato de más envergadura para el ciclo 1985/86. El número de socios, las hectáreas cultivadas y la producción de UCIRI crecían, y en el año cafetalero 1986/87 la cosecha de UCIRI fue de 8.000 sacos, de los cuales sólo pudo vender la mitad en el mercado alternativo, pues entre GEPA y Simon Levelt adquirieron 4.000 sacos. Esto reforzó la convicción en Solidaridad de que había que canalizar el café adquirido a los pequeños productores hacia los circuitos de consumo masivo. Los grupos de base de Solidaridad ya habían iniciado una reflexión sobre los límites del modelo de comercio alternativo para hallar una respuesta a la demanda de los productores de ampliar las ventas.

Se llegó a la conclusión de que era preciso apelar más a los sentimientos humanitarios de los consumidores que a sus convicciones políticas, y en lugar de convencer a los consumidores para que acudieran a las tiendas alternativas, era preferible poner el café su alcance allí donde suelen efectuar sus compras: en los establecimientos de la gran distribución (Renard, 1999). Esta propuesta provocó un fuerte rechazo entre el colectivo de Tiendas del Mundo por diversos motivos: tenían estigmatizados los circuitos de distribución masiva como agentes de la explotación capitalista; al otorgar mucha importancia a la sensibilización, consideraban que algo que se perdía completamente con la venta en los supermercados, con lo que los consumidores acabarían consumiendo el café sin tener conciencia de lo que estaban adquiriendo; y no querían ver desaparecer ni renunciar a los circuitos de distribución alternativa que se habían formado, como tampoco deseaban entrar en competencia con las grandes empresas que

vendían principalmente café convencional (Bacon, 2010). El fenómeno se fue repitiendo en todos los países en los que, con posterioridad a los Países Bajos, se promovieron iniciativas de vender el café con un sello de garantía a través de los canales masivos, y el debate sobre la presencia de los productos de Comercio Justo en supermercados y grandes superficies continúa en la actualidad⁸⁸.

Roozen entró en contacto con Hans Levelt, director de la importadora Simon Levelt, quien le aconsejó que se entrevistara con las grandes empresas tostadoras del país si quería implicarlas en el proyecto de lanzar al mercado un café solidario. Tales empresas eran Douwe Egberts, De Drie Mollen, Tiktak y Marvelo, la tostadora propiedad de la cadena de supermercados Albert Heijn. La negativa de los directores generales de estas empresas a participar en el proyecto fue rotunda, alegando que estaban en un mercado libre y que podía suceder que ellos pagaran más y otras empresas no lo hicieran, cosa que dañaría su competitividad (Roozen y Vanderhoff, 2002). Asimismo no creían que existiese suficiente demanda para este tipo de café, y no confiaban en que los pequeños productores pudieran producir un café de calidad y garantizar la continuidad en el suministro. Fue entonces cuando surgió la idea de crear un sello que garantizara las condiciones de equidad bajo las que se producía y comercializaba el café (Fridell, 2007; Bacon, 2010). Se requería asimismo un organismo certificador que preservara la autenticidad del procedimiento y del sello, para lo cual se creó la Stichting Max Havelaar (Fundación Max Havelaar). La denominación que se acordó, Max Havelaar, era un nombre inspirado en el personaje principal de la novela *Max Havelaar of de koffiveilingen der Nederlandsche Handelmaatschappij* (“Max Havelaar o las subastas de café de la Sociedad Comercial Holandesa”), un alegato contundente contra la administración colonial de las Indias Orientales Neerlandesas y la explotación de la población autóctona en las plantaciones de café por parte de la metrópoli, especialmente en la isla de Java, que era el mayor centro productor de café entre los territorios que los Países Bajos controlaban en aquella región (Lappé y Lappé, 2002). El libro fue escrito en 1860 por Eduard Douwes Dekker, que lo publicó bajo el pseudónimo de Multatuli, cuyo significado en latín es ‘mucho he sufrido’ (<<multa tuli>>). En él narra cómo Max Havelaar abandonaba la *Nederlandsche Handelmaatschappij* para luchar solidariamente por los derechos de la población local de la actual Indonesia y contra las injusticias presentes en el comercio de café entre los Países Bajos y su colonia (Redfern y Snedker, 2002). El libro tenía un componente autobiográfico, ya que el propio Eduard Douwes Dekker había renunciado a su cargo de funcionario en las Indias Orientales cuando el gobernador general se negó a recibirle con relación a sus quejas sobre los métodos que empleaba el regente del distrito de Lebak.

A pesar de las reticencias que la iniciativa del sello Max Havelaar había despertado entre las Tiendas del Mundo, progresivamente disminuyó la desconfianza y decidieron enviar un

88 Sobre la polémica acerca de la conveniencia de vender productos de Comercio Justo en los supermercados, véase el debate entre Esther Vivas Esteve y Francesc Mateu Hosta en el número 492 de la revista *Directa*, publicado el 21/01/2020 (<https://directa.cat/un-negoci-verd/>, consultado el 19/03/2020)

observador a las reuniones de los órganos directivos de la Fundación. Simultáneamente a la creación de la Fundación Max Havelaar, y dando continuidad a la campaña que se había iniciado en 1986 por unas condiciones más justas en el mercado del café, se tuvo la idea de que Solidaridad acompañara en una gira por el país a campesinos de UCIRI venidos desde Oaxaca. Roozen invitó a la Nederlandse Koffiebranders en Theepakkers-VNKT (Tostadores de Café y Empacadores de Té Neerlandeses), la confederación de empresas procesadoras de té y café, a tener un encuentro con los productores. Con el recuerdo de la campaña de boicot de 1973 contra el café de Angola, la VNKT, que no quería ofrecer una imagen pública de rigidez, aceptó enviar representantes a la reunión con los campesinos mexicanos. A pesar de que los miembros de VNKT accedieron a fotografiarse con los campesinos una vez finalizada la reunión, las grandes empresas procesadoras de café siguieron oponiéndose a la puesta en marcha del sello Max Havelaar.

2.5.3 La primera experiencia de café certificado en Europa

En el contexto de la dificultad para que las grandes empresas del sector colaboraran en el lanzamiento del sello, la cadena de supermercados Albert Heijn accedió a colaborar con el proyecto, pero bajo la condición de que el café con el sello de garantía Max Havelaar se comercializara con la marca propia de la empresa. En realidad, la exigencia de Albert Heijn no estaba alejada de lo que proyectaban los promotores del sello, que tenían previsto un logotipo impreso en los paquetes de café de cualquier marca comercial ya instaurada, lo que sería una garantía para los consumidores de que el café reunía ciertas características.

Se instituyó una comisión de trabajo que debía elaborar el reglamento de funcionamiento, formada por miembros de Solidaridad y tres empleados de la cadena de supermercados. Para ampliar el apoyo social a la iniciativa, Solidaridad invitó a diversas organizaciones sociales a integrarse en el consejo directivo de la Fundación Max Havelaar. La multinacional Douwe Egberts, que ostentaba una cuota de mercado en los Países Bajos del 73%, seguía oponiéndose al sello de café equitativo y presionó a Albert Heijn para que dejara de colaborar en su puesta en marcha. Súbitamente, la cadena de supermercados dejó de coordinarse con Solidaridad e interrumpió totalmente la comunicación, en tanto que Solidaridad ya había adquirido compromisos con los productores de café. Se había fijado la fecha del 15 de noviembre de 1988 para el lanzamiento público del nuevo sello; estaba previsto que Klaus von Amsberg, el príncipe consorte de la reina Beatriz, recibiera el primer paquete de café con el sello de manos del Premio Nobel de Economía Jan Tinbergen, presidente de honor de la Fundación Max Havelaar, en un acto que preveía una gran presencia de medios de comunicación (Roozen y Vanderhoff, 2002).

La alternativa que se encontró fue recurrir a alguna de las empresas tostadoras de tamaño medio que en los años 1960 y 1970 habían dejado de vender en las tiendas debido a la imposibilidad de competir con las tostadoras de mayor dimensión, y que en ese momento vendían

su café a bares, restaurantes, instituciones de enseñanza y empresas. Roozen contactó con la empresa Neuteboom, con sede en la ciudad de Almelo, que acogió favorablemente la propuesta (Waridel y Teitelbaum, 2002). En junio de 1988, cinco meses antes del lanzamiento del nuevo café, Jan Fokkinga, máximo responsable de Neuteboom, recibió presiones del director general de Douwe Egberts, Van der Vijver, para que se desvinculara del proyecto del sello, quien llegó a amenazarlo con expulsar a Neuteboom del mercado (Renard, 1999; Roozen y Vanderhoff, 2002).

Bajo estas circunstancias, los promotores del sello recurrieron a la opinión pública, a los medios de comunicación y a las organizaciones sociales para garantizar su puesta en marcha. Un amplio colectivo de organizaciones no gubernamentales y asociaciones religiosas habían aportado dos millones de florines (aproximadamente 1,2 millones de dólares estadounidenses) para sufragar los gastos de lanzamiento, a lo que se añadieron los 300.000 florines que aportó el Ministerio de Desarrollo. Como estas cantidades no garantizaban la introducción del café en los canales de distribución masivos, se consideró imprescindible movilizar a los potenciales consumidores. En las reuniones de los grupos de base del mundo asociativo, el café y las condiciones de vida de sus productores estaban siempre presentes. Los activistas empezaron a presionar a los distribuidores para que adhirieran al café equitativo, y en la prensa aparecieron numerosos artículos. La prensa difundió las conversaciones entre representantes de organizaciones religiosas y la VNKT. El ámbito de la política no estuvo exento del debate. Diversos partidos de izquierda, centro-izquierda, verdes y los demócrata-cristianos se identificaron con los principios y la filosofía subyacente en el sello Max Havelaar: corresponsabilidad con la situación de los productores, comercio en lugar de ayuda y la injusticia presente en el comercio mundial. Este amplio apoyo motivó que en la Cámara de los Diputados se consumiera café equitativo incluso antes del lanzamiento del sello. Antes del verano de 1988 diversas cadenas de supermercados ya se habían comprometido a vender el café (Renard, 1999).

El lanzamiento oficial que tuvo lugar el 15 de noviembre de 1988, con la presencia del príncipe Klaus y el profesor Tinbergen, consiguió una gran resonancia mediática. La ausencia de la principal cadena de supermercados del país, Albert Heijn, fue objeto de numerosos comentarios en los medios de comunicación. Al día siguiente del acto de presentación, Geb IJskes, máximo responsable de Marvelo, que era la empresa tostadora propiedad de Albert Heijn, contactó con Neuteboom para adquirir café con el sello, pero los compromisos adquiridos por Neuteboom con otras cadenas de supermercados impidieron satisfacer la demanda. Mientras Neuteboom adecuaba su capacidad productiva para poder servir unos pedidos tan voluminosos como los de Albert Heijn, la cadena de supermercados contactó con otro tostador de Groningen, Tiktak, para que le suministrara café con el sello, de forma que el café Solidaridad de Neuteboom sería substituido por el café Plata de Tiktak. Esto ocasionó graves pérdidas a Neuteboom, que acumuló una gran cantidad de café sin vender, y pudo evitar la quiebra gracias al apoyo financiero de una congregación religiosa. Con el lanzamiento públi-

co del sello Max Havelaar se iniciaba una nueva etapa en la que el comercio alternativo traspasaba la frontera de las tiendas solidarias, las oficinas de las ong y comités de solidaridad, los grupos religiosos y las incipientes tiendas especializadas en productos ecológicos.

El Consejo de Administración de la Fundación Max Havelaar estaba integrado por cooperativas de productores, representantes de las asociaciones que habían apoyado el lanzamiento del café, torrefactores y personas a título individual que habían colaborado en el proyecto. Durante tres años de intenso trabajo se siguió un proceso de crecimiento y profesionalización. Bajo la dirección de Bert Beekman, la red de productores se amplió hasta 223 cooperativas. Una tarea prioritaria consistió en elaborar e ir perfeccionando el reglamento del sello. La Fundación no compraba, procesaba ni vendía café, la función comercial y elaboradora correspondía a las empresas importadoras, tostadoras y distribuidoras. La Fundación era la titular del sello y certificaba que el café con el sello estampado en su envoltorio reunía los requisitos declarados. Sus funciones eran:

- Garantizar la fiabilidad del sello
- Confeccionar el registro de las cooperativas de productores a las que podía comprarse el café que incorporaría el sello
- Fijar las condiciones de compra del café
- Conceder licencias de uso del sello y ejercer el control sobre los tostadores titulares de estas licencias, para proteger los intereses de productores y consumidores
- Promocionar el sello y difundir información sobre la iniciativa, con el fin de incentivar su demanda por parte de los consumidores

Los usuarios de la licencia asumían la responsabilidad de la elaboración de las mezclas, el embalaje, la fijación del precio, las negociaciones con las distribuidoras y la publicidad de su marca, la cual se superponía al sello Max Havelaar. El café con el sello era uno más entre la gama de cafés de cada empresa tostadora, que no tenían la obligación de cambiar todas sus mezclas. Los usuarios de la licencia pagaban a la fundación 0,25 florines (unos 0,15 dólares) por cada kilo de café tostado que vendían, cantidad que servía para cubrir los gastos administrativos y de promoción del sello. Los ingresos de la fundación, por lo tanto, dependían del volumen de ventas de los titulares de la licencia, aunque una parte menor de sus ingresos procedía de donaciones (Renard, 1999). El sello sólo podía figurar en los paquetes que contenían únicamente café comprado a las cooperativas que estaban inscritas en el registro, y de acuerdo a tres principios básicos. El primero es que el café debía ser comprado directamente a las cooperativas de productores, con el fin de soslayar a los intermediarios, prestamistas y exportadores locales. Esto suponía que las organizaciones tenían capacidad exportadora.

El segundo principio fue el garantizar un precio por encima del de mercado, cuando éste no asegura a los productores poder cubrir los costes de producción, tanto sociales como

ambientales, y poder tener unos ingresos que cubran las necesidades básicas diarias. El punto de partida fue un precio de 126 US\$ por cada cien libras de café verde Arábica, y de 112US\$ para el Robusta, cualquiera que fuese el precio internacional. A los importadores se les prohibía explícitamente solicitar una reducción del precio estipulado. Los precios mínimos de partida garantizados estaban en consonancia con los mínimos que existían dentro del margen de precios que fijaba el Acuerdo Internacional antes de su ruptura en 1989 (véase el apartado 1.2). Cuando más tarde se empezaron a certificar algunos cafés como orgánicos, recibían una prima de 10 dólares por cada cien libras, que en 1996 se incrementó a 15 dólares. A partir del 1/1/1996, el precio pagado por cien libras de café Arábica y orgánico se componía de: 121 US\$ de precio mínimo o precio base, una prima o premium por la certificación de Comercio Justo de 5 US\$ y una prima de 15 US\$ por la certificación orgánica. Desde 1990 hasta el año 2000, el café vendido en los Países Bajos con el sello Max Havelaar posibilitó un sobreprecio pagado a los productores de café por encima del precio de mercado de 25,26 millones de euros. En la Tabla 2.9 se desglosa esta cantidad por años y su correspondencia con la evolución de los precios internacionales y los del Comercio Justo.

Tabla 2.9. Sobreprecio pagado a los productores por las ventas de café Max Havelaar en Países Bajos, 1990-2000 (en millones de euros), y evolución de los precios mundiales (*) y de Comercio Justo (en US\$ por cien libras)

Año	Millones de euros	Precio Mundial	Precio C. Justo	Prima Orgánico
1990	2,41	71,53	126	10
1991	2,77	66,80	126	10
1992	3,72	53,55	126	10
1993	3,58	61,63	126	10
1994	1,04	134,45	126	10
1995	0,41	138,42	126	10
1996	1,23	102,07	126	15
1997	1,50	133,91	126	15
1998	1,68	108,95	126	15
1999	2,77	85,71	126	15
2000	4,15	64,24	126	15
Total	25,26			

Fuente: elaboración propia con datos de Roozen y Vanderhoff (2002), Bacon (2010) y <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/3c-indicator-prices.pdf> (consultado el 21/10/2022)

(*) Como precio mundial de cada año se ha tomado el promedio anual del ICO Composite Indicator

Puede comprobarse que cuando se produjeron acusadas caídas del precio del café en los mercados mundiales, como en los periodos 1990/93 y 1999/2000, el sobreprecio que recibieron las cooperativas de productores se elevó considerablemente, al ensancharse el diferencial entre los precios del Comercio Justo y los precios de mercado. Independientemente del sobreprecio que suponía la certificación orgánica, en la tabla se observa que en los años 1994, 1995 y 1997, el precio mundial superó al precio garantizado del Comercio Justo. En esos casos, el precio del Comercio Justo debía elevarse e igualar al del mercado mientras éste fuese superior. Como se verá en el Capítulo 3, las coyunturas de altos precios en los mercados

generan dificultades en las cooperativas de productores para acopiar todo el café comprometido con sus clientes, ya que el Comercio Justo en esas situaciones pierde parte de su atractivo para los productores y, como en los mercados hay escasez de café, los intermediarios intensifican sus contactos con los pequeños productores, a los que les ofrecen la totalidad del precio, no un anticipo como ocurre en el Comercio Justo.

El tercer principio era el de la prefinanciación. En caso de solicitarlo las cooperativas, los compradores estaban obligados a facilitar crédito por un importe equivalente al 60% del valor del contrato, habitualmente durante la cosecha. Esto debía permitir a las cooperativas acopiar el café de sus productores y evitar que los productores tuvieran que vender su café a los intermediarios. Se trata de un principio con un alto valor estratégico, ya que las cooperativas normalmente no cobraban hasta que no vendían el café a sus clientes, tenían dificultades para acceder al crédito, y cuando lo obtenían era con unos tipos de interés muy elevados. Por otra parte, si los productores no obtenían algún anticipo cuando entregaban el café a la cooperativa, fácilmente eran víctimas de los bajos precios fijados por los intermediarios o de los abusivos tipos de interés que les exigían los prestamistas.

Estas condiciones iniciales se fueron adaptando a las circunstancias cambiante y sufrieron modificaciones. Pese a la voluntad de eliminar intermediarios y poner en contacto directo a empresas tostadoras y productores, se tuvo que aceptar la presencia de los importadores, que se encargan del transporte del café. Los importadores no eran titulares de la licencia, pero figuraban en un registro y eran objeto de control por parte de la fundación, con el objetivo de vigilar que cumplieran las condiciones de compra y prefinanciación. Aunque era obligatorio que el café se adquiriera directamente a las cooperativas, se hizo una excepción en los casos de Angola, Nicaragua y Tanzania, ya que la nacionalización de la exportación de materias primas impedía comprar el café a los pequeños productores. La fundación consideró que los gobiernos de estos tres países tenían en cuenta los intereses de los productores (Renard, 1999).

La prefinanciación de la cosecha tropezó con la dificultad de la poca disposición de las entidades de crédito a financiar esta actividad ante el temor de la falta de solvencia de los productores, lo que llevó a las empresas tostadoras a tener serias dificultades para disponer de líneas de crédito con las que adelantar una parte del pago antes de la cosecha. Para superar este obstáculo, la Fundación Max Havelaar constituyó en mayo de 1992 un fondo de garantía con un capital de 2.737.400 florines, que cubría los posibles riesgos de las entidades de crédito en caso de incumplimientos contractuales por parte de productores. Los tostadores que utilizaban este fondo pagaban una comisión a la fundación (Renard, 1999). Asimismo se pedía a las empresas tostadoras que establecieran relaciones comerciales duraderas con las cooperativas y que los contratos fueran plurianuales, para proporcionar estabilidad a los productores del Sur. Gracias a esta estabilidad se conseguían mejoras en todo lo relacionado con la calidad del producto. El contacto y la comunicación regulares favorecían el asesoramiento

en técnicas y formas de desarrollo del producto y ayudaban a que los productores tuviesen información continuada sobre los requerimientos de todo tipo en los mercados donde se vendía su producción. Setem (1999) apuntó que cómo podía saber un artesano que trabajaba la madera en un país del Sur si los juguetes que fabricaba, y con los que también jugaban sus hijos, superarían los controles impuestos por la Unión Europea, a menudo excesivos.

Durante 1989, el primer año de existencia del sello, al café de UCIRI se le añadió el de las contrapartes de las importadoras SOS Wereldhandel y Stichting Ideële Import en otros seis países: Angola, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Tanzania y Zaire. Desde el inicio, Max Havelaar creyó que era una prioridad la colaboración con las cooperativas de pequeños productores de café, y un criterio innegociable era que todos los productores debían estar agrupados en cooperativas o alguna otra forma de asociación, que se consideraba el modelo organizativo que mejor garantizaba la toma de decisiones democrática y el apoyo mutuo antes las eventuales dificultades. Se trataba en su totalidad de productores cuya superficie no sobrepasaba las cinco hectáreas, eran familias que tenían su terreno en propiedad o en algún régimen de cesión de usufructo. Sobre las cooperativas de productores recaían toda una serie de exigencias para estar inscritas en el registro de productores:

- La filosofía de las cooperativas debía basarse en la solidaridad entre los miembros de la misma
- Se rechazaba cualquier forma de discriminación religiosa, política, racial o sexual
- Las cooperativas debían ser políticamente independientes y garantizar que no desviarían sus objetivos hacia la satisfacción de intereses particulares o de partidos políticos
- Las cooperativas debían perseguir la diversificación productiva y el desarrollo económico integral, para evitar la excesiva dependencia de un solo cultivo comercial
- Las cooperativas debían estar integradas por pequeños productores que utilizaran mano de obra familiar, pero no asalariada
- Los socios de las cooperativas debían poder ejercer un control democrático sobre el funcionamiento de las mismas y participar en las decisiones sobre qué destino dar al sobreprecio garantizado por Max Havelaar
- Las cooperativas debían estar abiertas a la incorporación de nuevos productores cuyas condiciones económicas y sociales fueran similares a las de los socios
- Las cooperativas tenían que implantar una estructura administrativa y de control transparente que minimizara los riesgos de fraude y malversación
- Las cooperativas asumían el compromiso de mejorar la calidad de sus productos, que

se consideraba como un factor estratégico para posicionarse en el mercado (Waridel y Teitelbaum, 2002)

Estaba implícito que las cooperativas tenían suficiente capacidad de gestión como para poder exportar, que la calidad del café debía satisfacer los estándares mínimos que requería cada mercado, y que las cooperativas eran socios comerciales confiables que aseguraban la continuidad en el suministro. La fundación alentaba la creación de condiciones que permitieran a las mujeres participar más activamente en la toma de decisiones. Aunque la producción de café orgánico no era una condición *sine qua non* para tener la inscripción en el registro de productores, la Fundación Max Havelaar aconsejaba activamente su producción y la introducción de técnicas que evitaran la utilización de agroquímicos, y fue una consigna que fue ganando importancia durante la década de 1990.

En 1989, a raíz de la ruptura del Acuerdo Internacional del Café, se hundieron los precios internacionales, de tal manera que las cooperativas que vendían su café con el sello obtuvieron un precio que casi duplicaba el de los mercados. Esta situación originó que solicitaran certificar su café con el sello numerosas cooperativas de pequeños productores de otros países: Bolivia, Costa de Marfil, Guinea-Conakry, Haití, Indonesia, Kenia, Nigeria, Perú, República Dominicana, Ruanda y Zimbabue (Renard, 1999). Cuando aumentaba la demanda de café de Comercio Justo, el criterio de Max Havelaar era fomentar la adhesión de más cooperativas en lugar de que se comprase más café a las cooperativas ya participantes.

Tras el lanzamiento del sello en noviembre de 1988, la cuota de mercado del café equitativo en los Países Bajos durante la siguiente década no sobrepasó el 4% de los consumidores y se ubicó ligeramente por debajo del 3% del volumen total de ventas. Si bien se trataba de porcentajes que superaban ampliamente los que se dieron durante la primera mitad de los años 1980, que se situaban en torno al 0,2%, estaban claramente por debajo de lo que habían pronosticado algunos estudios de mercado, que estaban sesgados por el efecto prestigio que en ocasiones se produce en las encuestas y que infravaloraron la fuerte fidelidad a la marca que se da en el comportamiento de los consumidores de café. Según Renard (1999), durante la segunda mitad de los años 1990, los estudios de mercado estimaron que el consumidor medio neerlandés hacía siete años que consumía la misma marca.

En los años 1990, en consecuencia, ya se experimentaba un problema que se ha ido reproduciendo durante más de tres décadas: el Comercio Justo no absorbía (y no absorbe) la totalidad de la producción exportable, por lo que muchas cooperativas tenían (y tienen) que vender una parte de su producción fuera de este mercado⁸⁹. No obstante, algunos analistas del sector del café consideraron muy meritoria la introducción del café Max Havelaar en un mer-

89 En las entrevistas mantenidas el 27/12/2016 y el 16/5/2017 en Palenque (Chiapas) con los equipos técnico y directivo de la cooperativa Tiemelonlá Nich Klum, una de las más antiguas del estado de Chiapas, manifestaron que es un problema recurrente el no encontrar compradores suficientes, dentro del Comercio Justo, que puedan adquirir la totalidad de su producción.

cado, el de los Países Bajos, en el que durante décadas ninguna empresa había conseguido hacerse con un espacio relevante. Algunas empresas alemanas habían intentado introducirse en él gastando millones de florines en publicidad pero había sido en vano, por la dificultad de competir con las marcas de Douwe Egberts y de algunas cadenas de supermercados.

La Cámara de Diputados de los Países Bajos había empezado a consumir café equitativo incluso antes de noviembre de 1988, y se le añadieron 10 administraciones provinciales y más de 300 corporaciones municipales⁹⁰. Aprovechando la repercusión pública y mediática que tuvo el lanzamiento del sello Max Havelaar, las organizaciones que integraban la EFTA hicieron público un “Manifiesto del Café” a principios de 1990, para que el Parlamento Europeo se pronunciase sobre las cuestiones que plantearon, que eran las siguientes: establecimiento de un nuevo Acuerdo Internacional del Café; introducción de una cláusula social en el GATT y un código de conducta para las empresas transnacionales; supresión de los aranceles que se aplicaban a las importaciones de café, empezando por el café de Comercio Justo; y reconocimiento de la fundación neerlandesa Max Havelaar y de los sellos de certificación sociales u orgánicos (Setem, 1999). El Parlamento Europeo se hizo eco del manifiesto y se pronunció sobre él en la sesión del 8 de octubre de 1991, con la “Resolución sobre el consumo de café como actividad de apoyo a los pequeños productores de café en el Tercer Mundo y la introducción de este café en el seno de las instituciones comunitarias”, cuya acta fue publicada en el DOCE del 28 de octubre de 1991. Se resaltan algunos puntos de dicha acta:

- “C. Considerando que debido al monopolio de las grandes empresas comerciales en el mercado mundial, la caída de los precios repercute directamente sobre los productores de café de los países en desarrollo que carecen de cualquier tipo de fuerza económica,”
- “D. Considerando que muchos consumidores europeos están dispuestos a pagar un precio relativamente más alto por su consumo diario de café si se les garantiza que el importe se destina íntegramente a los pequeños productores de café de los países en desarrollo,”
- “F. Considerando que la fundación neerlandesa Max Havelaar ha introducido una marca de calidad para el café comercializado correctamente con el resultado de que el café comercializado de acuerdo con los criterios de dicha fundación se puede adquirir en casi todos los comercios de los Países Bajos y Bélgica, y desde hace poco tiempo también en Luxemburgo, y que, por ejemplo, en los Países Bajos representa aproximadamente el 2,5% del conjunto del mercado del café,”
- “1. Expresa su preocupación por el bajo precio del café en el mercado mundial y las

90 Véase el Diario Oficial de la Comunidades Europeas de 8/10/1991, publicado el 28/10/1991 (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_1991_280_R_0016_01&from=ES, consultado el 03/10/2022)

desastrosas consecuencias para los ingresos de los productores, especialmente los pequeños agricultores;”

- “2. Expresa su estimación por la iniciativa Max Havelaar y por la acogida favorable que tanto los consumidores como los tostaderos de café europeos han dado a la introducción de este sistema;”
- “3. Se complace por el hecho de que el comercio al por menor en el Benelux haya optado ampliamente por incluir en su oferta el café con la marca de calidad de Max Havelaar;”
- “7. Decide, siguiendo el modelo del Parlamento neerlandés, utilizar a partir del 1 de enero de 1992 exclusivamente café de marca de calidad controlada Max Havelaar en sus dependencias y hace un llamamiento a las demás instituciones de la Comunidad para que adopten la misma decisión;”
- “12. Insta a la Comisión de las Comunidades Europeas a que con ocasión de las negociaciones sobre un nuevo Acuerdo Internacional relativo al café que se iniciarán el próximo otoño haga todo lo que esté en sus manos para introducir de nuevo un sistema de cuotas que garantice unos beneficios mínimos seguros a los países exportadores;”⁹¹

De esta manera fue cómo en las instituciones comunitarias pasó a consumirse café únicamente de Comercio Justo a partir del primer día del año 1992. En la resolución resultaba relevante que se señalaran explícitamente las inequidades en los mercados del café debidas al dominio de mercado de las grandes empresas, el reconocimiento a la labor de la fundación Max Havelaar y la postura favorable a trabajar por la introducción de un nuevo acuerdo sobre el café.

A finales de 1993, las ventas de café Max Havelaar equivalían a 2.850 toneladas de café tostado, lo que representaba el 2,4% de las ventas de café en los Países Bajos. Era elaborado por 20 titulares de la licencia, entre ellos dos organizaciones de Comercio Justo, y estaba disponible para los consumidores en el 90% de los establecimientos comerciales del país. De entre las principales empresas tostadoras, todas vendían una parte de su café con el sello, excepto Douwe Egberts. La tercera tostadora más grande del país, De Drie Mollen, elaboraba el café para una de las organizaciones de Comercio Justo. ICS Riant BV, cuarta empresa tostadora por volumen de ventas y suministradora de la empresa de distribución automática Automatic Holland, también había firmado un acuerdo con la fundación.

Durante el otoño de 1994, una subvención del gobierno de los Países Bajos permitió

91 Véase el acta de la sesión del 8 de octubre de 1991, publicada en el DOCE No. C 280 de 28 de octubre de 1991 (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_1991_280_R_0016_01&from=ES, consultado el 16/11/2022)

realizar una campaña publicitaria en la televisión y la radio, que provocó un aumento en las ventas del 6%, prolongado en los primeros meses de 1995, y la cuota de mercado del café con el sello se aproximó al 3%. En 1997, la cuota de mercado del café era del 2,7% y ciento cincuenta mil familias consumían anualmente en el conjunto del país doce millones y medio de paquetes de 250 gramos. El 60% del café se vendía en los canales del comercio al por menor y el 40% restante era adquirido por colectividades: empresas privadas, bibliotecas, escuelas públicas, 300 ayuntamientos (de los 675 existentes en Países Bajos), todas las administraciones provinciales, algunos ministerios y la Cámara de Diputados (Renard, 1999).

2.5.4 La extensión de la certificación a otros países

En varios países europeos se siguió con sumo interés la experiencia del sello Max Havelaar. La fundación empezó a recibir peticiones de información sobre el funcionamiento del sello y recibió visitas de delegaciones extranjeras que querían conocer la experiencia in situ. Posteriormente Francisco Vanderhoff y Nico Roozen emprendieron giras por algunos países de Europa para explicar el funcionamiento de la fundación y del sello de Comercio Justo.

En Bélgica, Max Havelaar Belgium fue creada en 1989 por las organizaciones de cooperación al desarrollo Oxfam, Broederlijk Denle y 11.11.11 (coalición de ONGs, sindicatos, movimientos sociales y grupos solidarios de Flandes). El lanzamiento del café certificado se escenificó en un acto similar al que había tenido lugar en noviembre de 1988 en los Países Bajos. El 15 de enero de 1991 el primer paquete de café Max Havelaar fue ofrecido al primer ministro, Wilfried Martens.

En Suiza, en abril de 1991 las seis principales agencias de solidaridad y cooperación al desarrollo suizas (Swissaid, Fastenopfer, Brot für Alle, Helvetas, Caritas y HEKS), junto con la importadora OS3 y Magasins du Monde (la asociación de Tiendas del tercer Mundo), formaron el grupo de trabajo Sauberer Kaffee (Café Limpio). El objetivo de este grupo de trabajo era introducir un sello de Comercio Justo, siguiendo el ejemplo de lo sucedido en Países Bajos. Los estudios de viabilidad señalaban que para que funcionara la iniciativa se precisaba la participación de por lo menos una de las dos grandes empresas de distribución, cosa que se consiguió porque las federaciones de cooperativas Migros y Coop, que representaban conjuntamente el 67% de la distribución minorista del país y eran las dos principales empresas tostadoras después de Nestlé, se implicaron activamente en la difusión del nuevo café. El 29/10/1991, el programa de televisión Kassensturz emitió un reportaje sobre la problemática de los pequeños productores de café, al mismo tiempo que presentaba como alternativa la experiencia Max Havelaar en Países Bajos. Poco antes de finalizar el año, Coop y Migros hicieron pública su decisión de participar en el proyecto del café certificado⁹².

La Max Havelaar-Stiftung fue fundada en 1992 por las mismas seis organizaciones que

⁹² La información sobre Suiza ha sido facilitada en comunicación personal por Iris Johanna Frank, de la Office Management de Max Havelaar-Stiftung, el 4/10/2022.

habían constituido el grupo de trabajo un año antes, las cuales brindaron apoyo financiero, aunque la fundación también recibió fondos públicos a través de la Oficina Federal de Comercio Exterior. La etiqueta con el sello incluía el eslogan *Mit dem Plus für Alle* (Un Plus para Todos). Las ventas de café en los tres meses posteriores a su lanzamiento, más de 340 toneladas, auguraban la favorable trayectoria que seguiría la iniciativa suiza⁹³. La implicación de los dos grandes distribuidores favoreció que Suiza fuese el país donde la penetración comercial del café fue más rápida y consiguió una mayor cuota de mercado. Otro factor que contribuyó al crecimiento de las ventas fue la alta densidad de Tiendas del Mundo: 212 tiendas para una población de siete millones de habitantes. A finales de los años 1990 había más de 7.000 puntos de venta de Comercio Justo. Cerca del 85% de los establecimientos abiertos al público donde se vendía alimentación ofrecían productos de Comercio Justo, comprados regularmente por unas 150.000 familias suizas (Waridel y Teitelbaum, 2002). A diferencia de los Países Bajos, la demanda de las instituciones públicas y de las colectividades fue débil y representó un porcentaje muy pequeño de la facturación total.

Se observó que la iniciativa tuvo más éxito en los cantones de habla alemana que en los francófonos, lo que puede atribuirse a diferencias culturales, ya que también en Bélgica se constató que la iniciativa Max Havelaar se desarrolló más rápidamente en Flandes que en Valonia. La regiones donde el sello recibía mejor acogida tenían en común un mayor historial asociativo y unos consumidores más organizados, lo que también hacía que tuvieran más poder de influir en los poderes públicos.

En Alemania, el proceso estuvo mediatizados por la posición de dominio de la importadora GEPA en aquel mercado. La introducción de la marca Max Havelaar en diferentes países, en realidad erosionaba el monopolio de la relación comercial con los países del Sur que habían tenido hasta ese momento las organizaciones de Comercio Justo, al abrir el sector a otros actores, como empresas tostadoras convencionales. La estrategia de GEPA siguió dos direcciones. Por un lado, las organizaciones religiosas que habían fundado la organización invirtieron cuantiosas sumas de dinero para financiar su crecimiento y afianzar su cuota en el mercado de café. Por otra parte, se propuso crear un sello de certificación como el de Max Havelaar a escala europea, para lo cual creó TransFair (véase el subapartado 2.3.2), que en su expansión a otros países funcionó de una forma más centralizada que Max Havelaar.

Desde el punto de vista comercial la iniciativa alemana tuvo menos éxito que en sus países vecinos, y en 1997 la cuota de mercado del café TransFair en Alemania era muy inferior a la del café Max Havelaar en Suiza y Países Bajos, y ligeramente menor que la de Bélgica. A finales del decenio de 1990, el 50% de las ventas de café TransFair en Alemania correspondían a GEPA y el sello se había difundido muy poco entre la industria del café⁹⁴. El lanzamiento en Alemana del té certificado en 1994, del cacao y la miel en 1996, de las bananas

93 Ibid.

94 Entrevista mantenida el 18/10/2021 con Carola Reintjes, ex coordinadora de IFAT y EFTA.

en 1998 y del zumo de naranja en 1999 (véase el subapartado 2.3.2), también consiguieron modestas cuotas de mercado. El moderado crecimiento en Alemania hasta finales del siglo XX no puede achacarse a un bajo poder adquisitivo de los consumidores, ni a la inexistencia de un sector de los consumidores concienciado, ni a la poca atención mediática, sino al escaso desarrollo de los canales comerciales. Fue un proceso, el alemán, diferente al de Países Bajos, donde pese a las reticencias iniciales que provocó el sello en la mayor importadora, SOS Wereldhandel, su director, Stefan Durwael, y la presidenta, Eveline Herfkens (más tarde Ministra de Comercio Exterior y Cooperación al Desarrollo), acogieron favorablemente la iniciativa e influyeron en la predisposición a colaborar de la organización. En los Países Bajos tanto las importadoras de Comercio Justo como las Tiendas del Mundo finalmente vieron una oportunidad en el crecimiento del mercado, y la presión de la opinión pública obligó a tostadores y distribuidores a implicarse en el sello (Roozen y Vanderhoff, 2002), aunque fuera con porcentajes reducidos sobre el total de su facturación.

En el Reino Unido, la creación de la iniciativa hermana de Max Havelaar, Fairtrade Foundation, fue promovida por una agrupación de organizaciones solidarias, de Comercio Justo y de cooperación al desarrollo: Christian Aid, CAFOD, Traidcraft, Oxfam, Global Justice Now, National Federation of Women's Institutes y World Development Movement⁹⁵. Dos años después se certificaron los primeros productos y por su envergadura destacó el lanzamiento del Café Direct, que había sido constituida en 1991 con la participación de las cuatro mayores importadoras del país: Twin Trading, Oxfam Trading, Traidcraft y Equal Exchange. Café Direct fue la primera marca de café certificado en el Reino Unido. Poco después fue lanzado al mercado el Café Direct soluble, que en aquel país era un formato con una gran demanda. En el ejercicio económico 2000/01, las ventas de Café Direct (incluyendo las de del té, introducido en el mercado unos años antes), fueron de 7,8 millones de libras esterlinas (11,3 US\$ millones) (Redfern y Snedker, 2002). En el año 2007, era la quinta marca más vendida de café y la séptima de té en el Reino Unido⁹⁶.

En Francia, Max Havelaar France fue constituida en 1992 por las organizaciones *Peuples Solidaires*, *Ingénieurs sans Frontières* y el CICDA (Centre International de Coopération pour le Développement Agricole). A diferencia de lo sucedido en Países Bajos, Bélgica y Suiza, donde el sello Max Havelaar tuvo el apoyo no sólo de asociaciones de cooperación al desarrollo y de congregaciones religiosas, sino también de organizaciones de la sociedad civil, en Francia el apoyo social no fue tan extenso (Waridel y Teitelbaum, 2002). El principal actor del comercio alternativo, la federación *Artisans du Monde*, vinculada al CCFD (Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement), a finales del decenio de 1990 seguía sin colaborar con la iniciativa y sus tiendas vendían el café del tostador neerlandés Simon

95 Véase la página web de la Fairtrade Foundation (<https://www.fairtrade.org.uk/what-is-fairtrade/who-we-are/>, consultada el 14/10/2022)

96 Véase el portal de noticias empresariales TMCnet (<https://www.tmcnet.com/usubmit/-cafedirect-onward-upward-increased-profitability-social-impact-new-/2008/02/05/3250298.htm>, consultado el 24/10/2022)

Levelt, pero sin el sello Max Havelaar que ese mismo café incorporaba en los Países Bajos. Dado el poco desarrollo del comercio alternativo en Francia, Max Havelaar France concentró sus esfuerzos en las regiones donde preveía mayores posibilidades de crecimiento, Alsacia, Lorena y Bretaña. La región de Bretaña fue elegida por la presencia de asociaciones solidarias muy activas y por el interés de incorporar el sello por parte de una empresa tostadora local, Lobodis. En 1995, el café se podía adquirir en unos 220 establecimientos, entre ellos los supermercados Leclerc y algunos de las cadenas Intermarché y Match (Renard, 1999). A finales de la década de 1990, Lobodis comercializaba el café de la marca Chatico, procedente de México, café Kalinda de Haití y café Tzul Tacca de Guatemala. Seis empresas tostadoras de café habían obtenido la licencia de Max Havelaar France para usar el sello de Comercio Justo: Cafés 2000, Lobodis, Algra Koffie, Simon Levelt, De Drie Mollen y Neuteboom. Las últimas cuatro eran neerlandesas pero exportaban su café a Francia (Waridel y Teitelbaum, 2002).

En Canadá, la iniciativa análoga a las europeas se creó en 1997 con el nombre de Fair TradeMark Canada, también con el café como primer producto lanzado al mercado, incentivado no solo por la difusión de cooperativas productoras de café sino también por su potencialidad comercial, ya que el 51% de la población canadiense tomaba café diariamente y el 61% al menos una taza por semana. Entre las entidades que impulsaron la institucionalización del Comercio Justo en aquel país cabe mencionar: United Church of Canada, Canadian Autoworkers Social Justice Fund, Steelworkers Humanity Fund, Canadian University Services Overseas (CUSO), Inter-Pares, Horizons of Friendship, Oxfam-Canada, Christian Reformed World Relief, World Vision Canada y Canadian Catholic Organization for Development and Peace⁹⁷. La empresa Bridgehead, creada en 1981, empezó a vender café certificado por catálogo y en sus tiendas de Toronto, Ottawa y Vancouver (Waridel y Teitelbaum, 2002).

2.5.5 El crecimiento comercial desde los años 1990 y el desarrollo de las certificaciones

A partir de mediados de la década de 1990, el aumento de la comercialización de café de Comercio Justo fue significativo. En los tres años transcurridos entre finales de 1994 y finales de 1997, el volumen comercializado en términos físicos considerando los principales mercados europeos y Japón creció un 23%. La Tabla 2.10 muestra la evolución del volumen de ventas de café certificado en los principales mercados europeos y su cuota de mercado entre 1994 y 1997, así como la evolución del volumen de ventas en Japón. Las celdas en blanco indican que en ese año y en ese país todavía no se había introducido el café certificado.

⁹⁷ Información facilitada por Fairtrade Canada.

Tabla 2.10. Ventas de café tostado certificado de Comercio Justo (en toneladas) en los principales países europeos y cuota de mercado, 1994-1997

	1994			1995			1996			1997		
	Ventas	Cuota (%)	Total Mercado	Ventas	Cuota (%)	Total Mercado	Ventas	Cuota (%)	Total Mercado	Ventas	Cuota (%)	Total Mercado
Alemania	4.012	n.d.	n.d.	3.984	0,70	569.143	4.173	0,90	463.667	4.142	0,88	468.500
Austria	293	n.d.	n.d.	259	0,60	43.167	306	0,80	38.250	316	0,79	40.000
Bélgica	458	0,85	53.882	472	0,92	51.304	508	0,93	54.624	505	0,93	54.050
Dinamarca				123	0,25	49.200	238	0,50	47.600	460	1,02	45.000
Francia				14	0,00	320.000	64	0,02	320.000	75	0,03	300.000
Italia							289	0,25	115.600	331	0,32	104.000
Japón				9	n.d.	n.d.	9	n.d.	n.d.	7	n.d.	n.d.
Luxemburgo				35	1,50	2.333	43	1,80	2.389	65	2,71	2.400
Países Bajos	3.003	2,40	125.125	3.100	2,50	124.000	3.165	2,60	121.731	3.154	2,65	118.950
Reino Unido	235	0,20	117.500	427	0,40	106.750	683	0,60	113.833	959	0,88	108.700
Suiza	1.209	2,20	54.955	1.389	3,00	46.300	1.385	3,20	43.281	1.356	3,19	42.500
TOTAL	9.210		351.462	9.812		1.312.197	10.863		1.320.975	11.370	0,89%	1.284.100

Fuente: elaboración propia a partir de Renard (1999)

A pesar de que en el año 1997 solamente en Suiza se superaba una cuota de mercado del 3%, los crecimientos durante este breve periodo fueron muy notables en el Reino Unido (308%), Dinamarca (274%) y Luxemburgo (86%). Sólo Japón registraba un crecimiento negativo en 1997 respecto al punto de partida. Cabe destacar la ínfima cuota de mercado en Francia, por los motivos explicados más arriba. En el año 1997, obviando las ventas en Japón para las cuales no se dispone de la cuota de mercado que representaban, la cuota de mercado conjunta de los diez países europeos incluidos en la tabla fue del 0,88%, una cifra presionada a la baja por los bajos porcentajes de Francia e Italia, en el caso de Francia por una poca tradición de consumo responsable y en el de Italia por haberse iniciado la certificación del café tan solo un año antes. Sin embargo, y a pesar también del bajo crecimiento (3,2%) que se dio en el principal mercado europeo, el alemán, en sólo tres años el total de café vendido con algún sello de garantía en el conjunto de Europa creció un 23,5%. La tabla no incluye datos de Suecia y Noruega, países donde el café no se empezó a certificar hasta avanzado el año 1997, ni de Finlandia, ya que en ese país la certificación se inició en 1999. Por lo que respecta a España, fue ya en el siglo XXI cuando se introdujo la certificación de los productos de Comercio Justo, con la constitución en el año 2005 de la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo (posteriormente Fairtrade Ibérica). Portugal se adhirió a la iniciativa española en diciembre del 2013, al ser dos países con poco volumen de ventas la gestión se unificó en una sola oficina ubicada en Madrid. La adhesión de Portugal motivó que en el 2014 se cambiara la denominación por Fairtrade Ibérica⁹⁸.

En 1999, momento en que el café certificado ya se había introducido en todas las iniciativas nacionales de FLO que existen en la actualidad excepto Australia, Nueva Zelanda,

⁹⁸ Véase <https://www.sellocomerciojusto.org/news/all/2013/12/05/0002/fairtrade-se-lanza-en-portugal-y-amplia-su-base-social> (consultada el 02/10/2022)

España y Portugal, las once organizaciones integradas en la EFTA sumaron una facturación conjunta de 127 millones de euros. De ese total, el 29% correspondió a las ventas de café. En algunas de las mayores importadoras de Comercio Justo, como GEPA y Fairtrade Organisation, más del 40% de sus ventas al por menor correspondían al café (Redfern y Snedker, 2002).

Tabla 2.11. Principales países importadores de café certificado por FLO en el año 2000 (en miles de toneladas de café tostado)

PAÍS	VOLUMEN CAFÉ TOSTADO	% s/ TOTAL
Países Bajos	3.104	21,6%
Alemania	3.073	21,3%
Suiza	1.382	9,6%
Reino Unido	1.332	9,3%
Dinamarca	742	5,2%
Estados Unidos	707	4,9%
Otros	4.060	28,2%
TOTAL	14.400	100,0%

Fuente: elaboración propia con datos de Murray *et al.* (2003)

La Tabla 2.11 muestra los países que en el año 2000 importaron las mayores cantidades de café certificado. En consonancia con la Tabla 2.10, de nuevo se observa el relativo éxito del café certificado en los Países Bajos y Suiza, con niveles de importaciones algo superiores a los de dos países con mucha más población, Alemania y Reino Unido respectivamente. En el dato de Estados Unidos debe tenerse en cuenta que hacía menos de dos años que se había introducido el sello TransFair. Entre los seis países con mayor volumen de importaciones no figuran Italia y Francia, también en consonancia con su baja cuota de mercado y por tanto bajo consumo per cápita.

Tabla 2.12. Principales países exportadores de café certificado por FLO en el año 2000 (en toneladas de café tostado)

PAÍS	VOLUMEN CAFÉ TOSTADO	% s/ TOTAL
México	3.680	25,6%
Perú	2.172	15,1%
Colombia	1.601	11,1%
Guatemala	1.428	9,9%
Nicaragua	1.332	9,3%
Tanzania	1.001	7,0%
Otros	3.186	22,1%
TOTAL	14.400	100,0%

Fuente: elaboración propia con datos de Murray *et al.* (2003)

En la Tabla 2.12 pueden verse los países que en el año 2000 exportaron la mayor cantidad de café certificado. Se evidencia el predominio de los países latinoamericanos, que totalizaban el 90% de las exportaciones de los seis primeros países. Dentro de ellos destaca México, cuyas cooperativas de los estados de Oaxaca y Chiapas fueron las primeras que produjeron y exportaron café certificado. En el año 2000, México estaba produciendo casi el 24% del

total mundial de café certificado por FLO. En la tabla no aparece Brasil, el mayor productor mundial de café y que en ciclo 1999/2000 supuso el 36% de la producción mundial, ya que en su modelo productivo predominaban las grandes plantaciones y todavía era poco relevante la difusión de las cooperativas de pequeños productores. Tampoco lo hace Vietnam, segundo productor mundial en el ciclo 1999/2000 con el 9% de la producción mundial, por su escaso desarrollo de cooperativas cafetaleras y por seguir un modelo que acarrea un uso intensivo de agroquímicos.

La crisis de precios que se produjo en el periodo 1998-2003, que los hizo descender a mínimos históricos en términos reales (véase el apartado 1.4), alentó una mayor producción de café certificado debido al incentivo de los mejores precios y su estabilidad, y sus efectos positivos sobre los productores. Otras ventajas muy relevantes estimularon la organización de los pequeños productores en cooperativas. La posibilidad de obtener una prefinanciación de hasta el 60% del valor del contrato facilitaba la labor de acopio, ya que las cooperativas podían liquidar a los productores una fracción del café cosechado. La prima de Comercio Justo, invertida en proyectos de desarrollo comunitario, era otro incentivo para los productores y sus organizaciones (Perezgrovas, s/f). Los contratos plurianuales que se firmaban en el marco del Comercio Justo reducían la incertidumbre de los productores (Vargas, 2007). Además de estos beneficios observados para el caso de Chiapas, Bacon (2005) verificó la bondad del modelo en Nicaragua. En el año 2001 entrevistó a 224 pequeños productores. Entre los que pertenecían a cooperativas que vendían una porción del café en los canales orgánico y de Comercio Justo, aquellos que percibían un riesgo de perder la propiedad de su tierra debido a las fluctuaciones de los precios eran cuatro veces inferiores a los miembros de cooperativas que lo vendían en el mercado convencional.

La mencionada crisis que se produjo entre los años 1998 y 2003, que en términos reales situó los precios en mínimos históricos, ocasionó nuevos posicionamientos institucionales favorables al Comercio Justo. El 10 de abril del 2003 el Parlamento Europeo aprobó la Resolución P5_TA(2003)0189, “Crisis del mercado internacional del café. Resolución del Parlamento Europeo sobre la crisis del mercado internacional del café”. En ella señalaba los efectos negativos de la no renovación del Acuerdo Internacional del Café, hacía responsables de la crisis al BM, el FMI, la OMC y a la propia Unión Europea por las políticas aplicadas, mencionaba el elevado porcentaje de las exportaciones de café sobre el total de exportaciones en determinados países y la inestabilidad política, los disturbios y las crisis humanitarias en ellos por el hundimiento de los precios, añadía que cuatro empresas (Nestlé, Sara Lee, Kraft y Procter&Gamble) controlaban más de la mitad de las ventas mundiales, con una facturación conjunta que sobrepasaba los 100.000 millones de US\$, y exhortaba a incluir en los planes de desarrollo ayudas a los productores de café para que aprovecharan las mejores condiciones de nichos de mercado como el Comercio Justo y el café orgánico⁹⁹. Esta crisis de finales

99 Véase la Resolución P5_TA(2003)0189 en la página web del Parlamento Europeo (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-5-2003-0189_ES.pdf, consultada el 17/11/2022).

de los años 1990 y principios del siglo XXI puso en marcha un proceso de diversificación geográfica de las cooperativas productoras de café de Comercio Justo. Durante la primera década del siglo XXI se produjo una recomposición entre los países con mayor número de cooperativas productoras de café certificadas por FI y con mayor volumen de exportaciones.

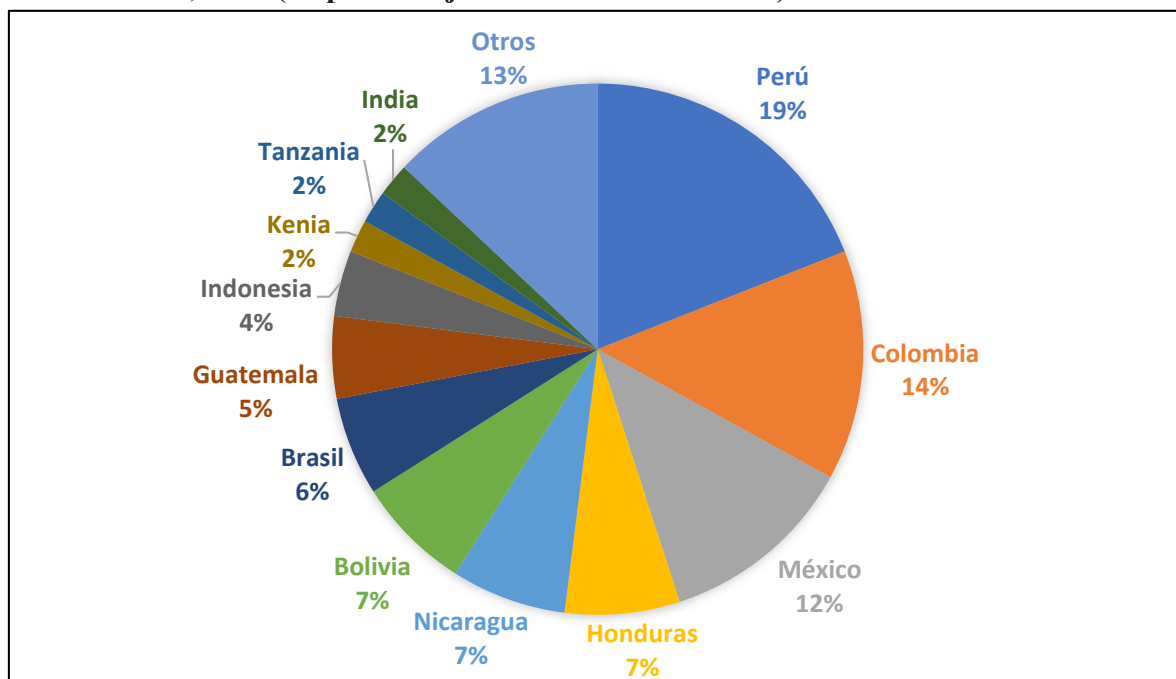
Tabla 2.13. Exportaciones (en toneladas) y porcentaje sobre el total de café verde certificado por FLO por países, 2009/10

PAÍS	TONELADAS	% s/ TOTAL
Perú	26.250	25
Colombia	11.000	11
Nicaragua	9.500	9
México	9.000	9
Honduras	8.600	8
Guatemala	7.170	7
Brasil	5.150	5
Indonesia	5.040	5
Costa Rica	4.150	4
Tanzania	4.100	4
Etiopía	4.060	4
Otros	8.980	9
Total	103.000	

Fuente: elaboración propia con datos de Fairtrade Foundation (2012).

La Tabla 2.13 detalla las toneladas exportadas y la participación sobre el total de los principales exportadores de café certificado por FLO en el ciclo 2009/10. Las 103.000 toneladas exportadas representaron un incremento del 6% respecto a las 97.000 exportadas en el ciclo 2008/09 (Fairtrade Foundation, 2012). Se puede ver la irrupción de Perú, que arrebató a México el liderazgo mundial, así como de Honduras, ambos casos asociados a un fuerte aumento también en la producción de café orgánico, y se observa el gran aumento en valor absoluto de Colombia. En relación con la Tabla 2.12 se comprueba cómo la oferta se fue expandiendo en cuanto a países involucrados de tal manera que los seis principales exportadores integraban conjuntamente un porcentaje menor que diez años antes. Aun teniendo presente que el café experimenta una pérdida de peso de aproximadamente el 20% al ser tostado, la comparación de las Tablas 2.13 y 2.12 evidencia el gran aumento que registraron las exportaciones durante el primer decenio del siglo XXI. La histórica caída de los precios del café que se produjo entre los años 1998 y 2003 (véase el apartado 1.4) incentivó a los pequeños productores a buscar mercados que remuneraran mejor el café producido.

Gráfico 2.5. Cooperativas cafetaleras productoras de café certificado por Fairtrade International, 2011 (en porcentaje sobre el total mundial)



Fuente: Elaboración propia con datos de Fairtrade Foundation (2012).

En el Gráfico 2.5 vemos la distribución entre países del total de cooperativas cafetaleras en el año 2011. En concordancia con la Tabla 2.13 se evidencia la importancia que alcanzaron Perú, Colombia, México, Honduras y Nicaragua como productores de café de Comercio Justo. Cabe resaltar el caso de Bolivia, que en el ciclo 2009/10 no figuraba entre los principales once exportadores, de acuerdo con la Tabla 2.13, pero en el año 2011 sí que se situaba entre los seis países con mayor número de cooperativas certificadas. También destaca que entre los seis países con mayor número de cooperativas, sólo uno (Colombia) estaba en aquel momento entre los seis principales productores mundiales (véase la Tabla 1.3A). Es relevante la ausencia de Vietnam, que abarcaba el 14% de la producción mundial de café. Los datos revelan una diseminación del modelo del Comercio Justo en los tres continentes pero con especial intensidad en aquel donde se originó, Latinoamérica.

Entre el 2002 y el 2011 el número de cooperativas certificadas pasó de 175 a 329. Estas 329 cooperativas aglutinaban a 532.000 productores en 28 países: Bolivia, Brasil, Camerún, Colombia, Costa de Marfil, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Guatemala, Haití, Honduras, India, Indonesia, Kenia, Laos, Malawi, México, Nicaragua, Papúa Nueva Guinea, Perú, República Democrática del Congo, República Dominicana, Ruanda, Tailandia, Tanzania, Uganda y Vietnam (Fairtrade Foundation, 2012).

Tabla 2.14. Distribución por regiones de cooperativas productoras de café certificado por Fairtrade International, productores asociados y tamaño medio, 2011

	ORGANIZACIONES PRODUCTORAS	SOCIOS	PROMEDIO SOCIOS/ ORGANIZACIÓN
Latinoamérica y Caribe	268	192.000	716
África	32	294.000	9.187
Asia y Oceanía	29	46.000	1.586
Total	329	532.000	1.617

Fuente: elaboración propia con datos de Fairtrade Foundation (2012)

La Tabla 2.14 refleja la distribución por continentes de cooperativas y productores asociados a ellas, así como el promedio de productores por cooperativa, en el año 2011. Resultan reveladoras las diferentes sendas seguidas por las tres regiones. En Asia y Oceanía el desarrollo cooperativo cafetalero era muy escaso, a pesar de contar con el segundo productor mundial de café. La comparación de los datos de la Tabla 2.14 con los del Gráfico 2.5 y la Tabla 2.13 permite deducir que la creación de cooperativas en Asia estaba muy concentrada en dos países, Indonesia e India. En África las cooperativas tenían un tamaño medio muy notable, de forma que con un número de cooperativas muy similar al de Asia/Oceanía, multiplicaba por seis su número de productores (aunque los datos de África deben tomarse con precaución, ya que el valor tan elevado del promedio de socios puede estar indicando que la cifra de 32 organizaciones productoras incluye organizaciones de segundo nivel). Latinoamérica y el Caribe era la región donde se ponía de manifiesto una mayor tendencia de los productores a crear cooperativas de tamaño más reducido. La Tabla 2.13 mostraba la hegemonía de la región en cuanto a exportaciones, que queda refrendada con los datos de la Tabla 2.14, en los que vemos que contaba con el 81% de las cooperativas. La superficie cultivada total de café certificada por FI en el año 2011 fue 718.000 hectáreas (Fairtrade Foundation, 2012), lo que resulta en una superficie media de 1,35 hectáreas por productor; por consiguiente, se evidencia hasta qué punto el Comercio Justo, en el ámbito del café, ha estado integrado por productores con explotaciones de muy poca dimensión.

El gran aumento en el número de cooperativas a nivel mundial entre el año 2002 y el 2011, era la contrapartida desde la oferta a un gran aumento de la demanda. Tanto los productos orgánicos como los de Comercio Justo han experimentado un gran crecimiento de las ventas en las últimas décadas, pero en la mayoría de productos no ha sido suficiente para conquistar cuotas de mercado elevadas, con excepciones en algunos productos y en determinados países como el caso del Reino Unido, donde en el año 2005 las ventas de café molido de Comercio Justo llegaron a una cuota de mercado del 20%¹⁰⁰. Las ventas globales de café de Comercio Justo (el producto de Comercio Justo con mayor volumen de ventas en términos monetarios) en el ciclo cafetalero 2004/05 representaron tan solo el 1% de las ventas mundiales de café, a pesar de que se habían incrementado un 40% respecto a las del ciclo 2003/04 (Pay, 2009; Valkila y Nygren, 2009).

¹⁰⁰ Véase el Informe A6-0207/2006, del 6 de junio, del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2006-0207_EN.html, consultado el 30/10/2022)

Para el café orgánico, durante la primera década de este siglo se dio una extraordinaria alza de la producción, un 335% entre el 2001 y el 2009. En el año 2009, las exportaciones mundiales de café orgánico fueron de 1.693.055 sacos de 60 kg, en tanto que las exportaciones de café FLO¹⁰¹ fueron de 1.526.216 sacos (ITC, 2011b). En el año 2017 había en todo el mundo 847.452 hectáreas cultivadas de café orgánico¹⁰², lo que equivalió al 7,7% de las aproximadamente 11 millones de hectáreas cultivadas de café, y al 18% de todos los cultivos permanentes¹⁰³ orgánicos (Willer y Lernoud, 2019). También en el 2017, el total global de superficie cultivada de café certificado por FI fue de 938.158 hectáreas, un 8,5% de la superficie mundial cultivada de café (Willer *et al.*, 2019). La importancia que seguía teniendo el café dentro del amplio abanico de productos certificados por FI se refleja en que en el año 2015 representaba el 52% del área cultivada de la totalidad de productos certificados. De la misma manera, en el año 2015 América Latina y el Caribe persistía como la región con mayor superficie cultivada de café certificado por FI, con el 55% del total. Le seguían África con el 40% y Asia y Oceanía con el 5% (Lernoud *et al.*, 2017).

Las menores exportaciones de café de Comercio Justo respecto al café orgánico, al mismo tiempo que la superficie cultivada de café de Comercio Justo siempre ha sido superior (véase el Gráfico 2.6), indican la dificultad para que los canales comerciales del Comercio Justo generen demanda solvente para toda la producción certificada como tal. Aun así, la relevancia que el café seguía teniendo dentro del Comercio Justo treinta años después del lanzamiento del sello Max Havelaar, queda patente en el dato según el cual, en el año 2019, el 47% de todos los productores certificados con el sello de FI eran productores de café¹⁰⁴.

101 El autor advierte que las cifras se basan en estimaciones y, por lo tanto, puede existir una cierta desviación respecto a los volúmenes que efectivamente se exportaron.

102 Véase la página web del International Trade Centre (<https://digital.intracen.org/state-sustainable-markets-2021/coffee/>, consultada el 24/06/2022).

103 Se entiende por cultivos permanentes aquellos que no necesitan ser replantados cada año.

104 Véase la página web de la Fairtrade Foundation (<https://www.fairtrade.org.uk/what-is-fairtrade/facts-and-figures-about-fairtrade/>, consultada el 25/10/2022).

Tabla 2.15. Área de cultivo de café certificada por Fairtrade International, en hectáreas, por países, 2015

PAÍS	ÁREA	% SOBRE ÁREA TOTAL PAÍS (*)
Colombia	213.382	26,8
Etiopía	207.975	40,0
Tanzania	167.072	71,7
Perú	159.953	40,0
México	117.608	16,8
Brasil	65.547	3,1
Uganda	64.369	20,6
Nicaragua	59.431	55,0
Kenia	50.626	46,0
Costa Rica	28.794	30,7
Indonesia	27.712	2,2
Guatemala	24.512	9,8
Honduras	19.019	6,9
Costa de Marfil	10.802	4,9
Bolivia	8.057	26,8
Ruanda	4.540	10,1
India	4.482	1,2
Papúa Nueva Guinea	3.485	5,0
Vietnam	1.137	0,2
Otros países asiáticos	27.334	
Otros países africanos	18.694	
Otros países latinoamericanos	12.675	
TOTAL MUNDIAL	1.297.206	13,5

Fuente: elaboración propia con datos de Lernoud *et al.* (2018).

(*) En el Total Mundial se considera el porcentaje respecto a la superficie cultivada global de café.

La Tabla 2.15 detalla el área de cultivo de café certificada por Fairtrade International en el año 2015. Vuelve a comprobarse la importancia de Latinoamérica, que representaba el 55% del total del área mundial. Aun así, y asumiendo que existe correlación entre la superficie cultivada y el volumen de las exportaciones, en relación a la Tabla 2.13 puede verse el ascenso de la producción de café certificado en África, impulsado por Etiopía, Tanzania, Uganda y Kenia, donde el porcentaje de superficie certificada sobre el total es notable, que llevan al continente africano a abarcar el 40% de la superficie mundial. La superficie en Asia, con el 5% del total mundial queda a una gran distancia, y en ningún país la superficie certificada es importante en términos porcentuales. Nuevamente se evidencia la escasa importancia del café de Comercio Justo en los dos principales productores mundiales. En Brasil, la superficie certificada sólo representaba el 3% sobre el total. En Vietnam era aún más irrelevante, con solo un 0,2% de su superficie total cultivada y algo más de 1.100 hectáreas.

Tabla 2.16. Área de cultivo de café certificada orgánica por países, 2016 (en hectáreas)

PAÍS	ÁREA	% SOBRE ÁREA TOTAL PAÍS (*)
México	231.000	35,8
Etiopía	159.850	22,8
Perú	99.050	25,8
Indonesia	81.750	6,7
Tanzania	79.250	35,8
Uganda	59.000	15,4
Sierra Leona	29.250	n.d.
Timor Leste	28.000	52,6
Rep. Democrática del Congo	22.600	29,7
Honduras	21.150	5,5
Papúa Nueva Guinea	14.100	25,9
Brasil	12.000	0,6
Nicaragua	10.450	8,7
Bolivia	9.700	41,6
República Dominicana	9.400	11,9
Colombia	7.950	0,9
Guatemala	6.950	2,5
Ecuador	2.750	9,2
India	2.000	0,5
Laos	1.250	1,6
Tailandia	1.250	2,8
El Salvador	1.200	0,9
Kenia	1.150	1,0
Panamá	850	5,0
Nepal	800	30,6
Costa Rica	650	0,8
Madagascar	650	0,8
Cabo Verde	500	n.d.
Fiji	300	n.d.
Filipinas	250	0,2
Sao Tome y Príncipe	250	25,0
Ruanda	200	0,6
Estados Unidos (Hawai)	100	2,7
Camerún	50	0,05
Malawi	50	1,2
Birmania	30	0,2
Jamaica	2	0,03
TOTAL MUNDIAL	895.732	8,0

Fuente: elaboración propia con datos de Lernoud *et al.* (2018).

(*) En el Total Mundial se considera el porcentaje respecto a la superficie cultivada global de café.

La Tabla 2.16 indica el área cultivada de café certificada orgánica y desglosada por países en el año 2016. Destaca el caso de México, el país pionero en la producción y exportación de café orgánico, que suponía una cuarta parte del total mundial. En cuanto a la distribución

del área certificada por continentes, la diferencia entre Latinoamérica, que representaba el 46,2% del total, y África, que suponía el 39,4%, es bastante menor que la que veíamos para el café de Comercio Justo. En Latinoamérica se aprecia que los países donde una parte importante de su campesinado es indígena, como México, Perú y Bolivia, la parte que el café orgánico representaba sobre el total de café cultivado era elevada. Brasil, al igual que ocurría en la Tabla 2.15, presentaba un porcentaje de cultivo orgánico sobre el total del país muy reducido, en este caso inferior al 1%. Vietnam ni tan siquiera aparecía en el listado. Asia, con un 14,4% del total, ostentaba un porcentaje bastante más elevado que en el café certificado por FI, debido a las cifras remarcables de superficie cultivada en Indonesia, Timor Leste y Papúa Nueva Guinea.

En la esfera de las certificaciones de café que se reclaman éticas y/o sostenibles, en el siglo XXI hemos asistido al crecimiento, en cuanto a superficie cultivada, de sellos que no fueron los que impulsaron y sostuvieron la proliferación y el crecimiento de cooperativas de pequeños productores de café a partir de los años 1990, el sello FLO (y sus antecedentes como Max Havelaar y TransFair), el sello orgánico y el resto de sellos de Comercio Justo amparados por la WFTO. Diferentes autores (Busch y Bain, 2004; Giovannucci y Ponte, 2005; Bernstein y Cashore, 2007; Busch, 2007 y 2010; Renard y Loconto, 2013) señalan, como razón de la proliferación de sellos, la paulatina retirada del Estado de la regulación directa de los mercados agroalimentarios, que discurrió en paralelo a nuevas formas de regulación privada (o semiprivada) de estos mercados. Según Busch (2010), en un inicio los estándares fueron utilizados para uniformizar la producción, particularmente durante la etapa conocida como Fordismo, pero más tarde los estándares sirvieron para diferenciar la producción, una tendencia que ha expandido sustancialmente su alcance en las últimas décadas. La estrategia que han ido desarrollando las empresas ha comportado adquirir inputs estandarizados, a fin de que los proveedores compitan entre ellos, y vender productos diferenciados para poder segmentar el mercado y disminuir la competencia vía precios.

Una de las estrategias que utilizaron las empresas para segmentar mercados fue la creación de estándares privados que diferenciaron sus productos. Pero como se vio en el subapartado 2.3.4, la frontera entre estándares privados, voluntarios y obligatorios no siempre es nítida. Diferentes ejemplos atestiguan esta ambigüedad. Los estándares de la normativa orgánica tienen un componente obligatorio en tanto que provienen del Derecho Público. Las empresas privadas, cuando definen sus estándares privados para determinados productos, incorporan rasgos de los estándares voluntarios. Es lo que hicieron Nestlé mediante el AAA Program, Starbucks con el C.A.F.E. Practices, Green Mountain Coffee Roasters a través del Stewardship Program, etc. Las certificaciones Common Code for the Coffee Community (4C), UTZ y Rainforest Alliance (RA), aun cuando no están adscritas a una única empresa y están a medio camino entre los estándares voluntarios y los privados, también son iniciativas privadas que incorporaron parcialmente características de las certificaciones orgánica o de Comercio Justo, aunque con un menor nivel de rigurosidad.

Entre las certificaciones y estándares para el café surgidos al margen del Comercio Justo y del ámbito de la producción orgánica, las que han conseguido una mayor superficie cultivada son: 4C, UTZ y RA. No se consideran pertenecientes al ámbito del Comercio Justo ya que no son sellos reconocidos por la WFTO, fundamentalmente porque ninguno de los tres contempla el pago de un precio mínimo a los pequeños productores ni unas condiciones laborales homologables de los trabajadores de las fincas, y tampoco la prefinanciación (Arnold *et al.*, 2020). No certifican producción orgánica porque sus estándares ambientales son menos exigentes que los de las diversas legislaciones públicas sobre agricultura orgánica. Al respecto debe considerarse que la que incorpora un mayor contenido medioambiental de entre ellas, RA, explícitamente declara que su certificación no requiere que la explotación funcione conforme a los principios de la agricultura orgánica¹⁰⁵.

Los orígenes de RA se remontan a 1986, cuando un grupo de ambientalistas coordinados por Daniel Katz organizó un taller en la ciudad de Nueva York sobre la deforestación y pérdida de biodiversidad en los bosques tropicales. Surgió la idea de celebrar una conferencia sobre el tema abierta al público, que se llevó a cabo en 1987 con la presencia de 50 expertos y 700 participantes. Ese mismo año Rainforest Alliance se inscribió como una organización sin ánimo de lucro en el estado de Nueva York. La alianza con importantes redes y coaliciones como Clinton Global Initiative, Earth Share, Chicago Climate Exchange, Alianza del Patrimonio Mundial y World Heritage Alliance, le dio visibilidad y le permitió obtener fuentes de financiación con las que darse a conocer internacionalmente gracias al desarrollo de actividades y programas relacionados con el medio ambiente. En 1989 inició un programa de certificación de manejo forestal sostenible, al que siguieron otros: de producción de bananas en 1992, inicialmente puesto en práctica en Costa Rica; de cultivo de cacao en Ecuador, en 1995; de caña de azúcar en Brasil, en 1995; y de café en 1996, que comenzó con la certificación de una explotación cafetalera en Guatemala. Los programas de certificación otorgaban el sello ECO-OK, pero en Europa no se pudo utilizar porque el término ECO estaba legalmente reservado a la agricultura orgánica, por lo que en el 2003 la denominación se reemplazó por la de Rainforest Alliance Certified.

Los estándares de RA prohíben todas aquellas sustancias no registradas legalmente en el país donde tiene lugar la producción, así como las prohibidas por la Agencia de Protección Ambiental (EPA) de EEUU, los plaguicidas prohibidos y restringidos por la Unión Europea, las sustancias prohibidas bajo el Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos Persistentes (POP) o incluidas en el Anexo III del Convenio de Rotterdam por el Programa de Consentimiento Fundamentado Previo (PIC), y todas aquellas que se encuentren dentro del listado de la Docena Sucia de la Red de Acción de Plaguicidas (Pesticide Action Network) (Mora *et al.*, 2012). Algunas grandes empresas y empresas transnacionales, como Kraft, que certificó nueve de sus marcas con el sello RA, sostuvieron el crecimiento de las ventas de

105 Véase la página web de Rainforest Alliance (<https://www.rainforest-alliance.org/es/business-es/certificacion/requiere-la-certificacion-rainforest-alliance-que-una-finca-sea-organica/>, consultada el 20/11/2022).

café certificado con el sello RA, el cual se elevó desde 3.000 toneladas métricas en 2003 a 115.000 en 2010. Kraft apoyó la iniciativa no sólo por medio de las compras certificadas con dicho sello, sino que era una de las grandes corporaciones que efecto cuantiosas donaciones a RA, por ejemplo 100.000 US\$ en el 2010. Otras empresas que donaron dinero a RA fueron Citigroup, Unilever, Nestlé y Estée Lauder (Hudson *et al.*, 2013). En España es destacable la empresa de productos lácteos Kaiku, que certifica con el sello RA las bebidas lácteas para llevar de café con leche frío comercializadas bajo la marca Kaiku Caffè Latte.

Un atractivo notable para las empresas procesadoras del café es que RA no exige pagar ningún canon por el uso de su logo, al contrario que FI (McAllister, 2004). El compromiso de RA con las grandes corporaciones tuvo como resultado unos estándares poco exigentes. No excluyó a los grandes productores y no fijó un precio mínimo ni para el café ni para otros productos certificados, como el cacao, las bananas o el té. No contemplaba una prima por producción orgánica, tampoco ningún objetivo de ingresos dignos para los productores, no existía ningún tipo de participación de los productores en la definición de los estándares ni tampoco la exigencia de participación democrática en la toma de decisiones en las organizaciones de productores. En el caso del café, permite el uso del sello incluso cuando sólo el 30% del contenido ha sido certificado. Los estándares ambientales incluían normas como conservar los recursos hídricos, minimizar la erosión del suelo, la prohibición de practicar la caza de fauna salvaje y la conservación de su hábitat, y la obligatoriedad de no destruir ni alterar los bosques.

Las características de la certificación RA y el creciente número de empresas multinacionales que decidían certificar sus productos con este sello suscitaron, desde el ámbito del Comercio, críticas y la necesidad de declarar públicamente que el sello Rainforest Alliance no es un sello de Comercio Justo. Se denunció que las corporaciones progresivamente estaban optando por certificaciones que validaran sus cadenas de suministro sin tener que alterar en gran medida las prácticas agrícolas y laborales, lo que daba como resultado una competición a la baja por estándares más débiles y más cómodos para las empresas (Canning, 2020).

La historia del sello UTZ se inició con los escándalos en la cadena alimentaria (vacas locas, pollos con dioxinas, etc.) que se produjeron en Europa a finales del decenio de 1990 y principios del siglo XXI. Diversas de las más grandes cadenas europeas de la distribución, entre las que tuvo un papel dinamizador la cadena neerlandesa Ahold, decidieron crear un protocolo de trazabilidad que certificara la garantía del origen y el recorrido de los productos a lo largo de la cadena de producción y distribución, con el objetivo de garantizar a los consumidores la pureza de los productos en términos ambientales y sociales. El protocolo, nombrado EUREPGAP, empezó estableciendo criterios para la fruta fresca y las hortalizas.

Coetáneamente, los fundadores de Max Havelaar, decepcionados por el bajo crecimiento de las ventas de café de Comercio Justo, mucho menor del que habían proyectado, y confrontados a la realidad de que muchas cooperativas de pequeños productores de café se veían

obligadas a vender altos porcentajes de su producción fuera de los canales del Comercio Justo, llegaron a la conclusión de que el poder de los consumidores no era suficiente para conseguir los cambios que anhelaban y que se hacía necesario añadir otras estrategias. Decidieron aliarse con Ahold para aplicar el nuevo modelo de trazabilidad al café y crearon en el año 2002 una organización llamada UtzKapeh (Renard, 2005), que en el idioma quiché (una lengua del tronco maya hablada principalmente en Guatemala) significa “buen café”. Ahold continuó siendo uno de los principales clientes de la certificación UTZ. En la iniciativa también participaron Nick Bocklandt, un belga cultivador de café afincado en Guatemala, y Ward de Groote, un tostador de café holandés. La ONG Solidaridad prestó apoyo financiero y asesoría para la ejecución sobre el terreno. En el 2007 se cambió la denominación por UTZ Certified, al mismo tiempo que incorporaba la certificación de cacao y té, y en el año 2016 el nombre se abrevió a UTZ. Según Hudson *et al.* (2013), las ventas de café certificado UTZ se elevaron de 14.000 toneladas métricas en 2003 a 122.000 en 2010, y Ahold sigue siendo uno de los principales clientes. En el 2018 se fusionaron las certificaciones RA y UTZ. Con el lanzamiento del “Programa de Certificación Rainforest Alliance de 2020” en julio de 2020 y la presentación del nuevo sello de Rainforest Alliance en septiembre del mismo año, el programa de certificación UTZ está siendo retirado de manera gradual y su sello substituido por el de RA¹⁰⁶.

Conroy (2007) criticó que los estándares ambientales de UTZ Certified son mucho más débiles que los de FI. Los estándares de UTZ, por ejemplo, anuncian explícitamente que las plantas de café modificadas genéticamente, aunque actualmente no están disponibles, estarían permitidas siempre que los agricultores obedecieran las regulaciones nacionales sobre su uso. Se puede usar cualquier tipo de fertilizante químico siempre que un asesor externo técnicamente cualificado haya determinado la cantidad de fertilizante a usar. No se pueden usar pesticidas o fungicidas químicos prohibidos en la Unión Europea, EE. UU. o Japón, pero cualquiera que esté permitido en esos tres mercados es aceptable en las fincas cafetaleras si se aplica de acuerdo con las instrucciones de uso. La ausencia de un precio mínimo o garantizado por la cosecha de café hace a las organizaciones certificadas con el sello UTZ vulnerables a la volatilidad del mercado.

El estándar 4C fue impulsado en el 2003 por la Asociación Alemana del Café (Deutscher Kaffeverband), que representa al conjunto de la industria alemana del café y cuenta con más de 360 miembros, y por la Agencia Alemana para la Cooperación Internacional (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, GIZ). A la iniciativa se añadieron la European Coffee Federation¹⁰⁷ y un elevado número de actores del sector, desde traders

106 Véase la página web de Rainforest Alliance (<https://www.rainforest-alliance.org/es/utz/>, consultada el 20/11/2022)

107 Organización que representa el comercio y la industria del café en Europa y cuyo Comité Ejecutivo está compuesto casi en su totalidad por los máximos responsables de las más grandes empresas procesadoras (véase la página web de la European Coffee Federation, <https://www.ecf-coffee.org/about/structure/>, consultada el 23/03/2023)

como Volcafe o Hamburg Coffee Company a empresas procesadoras como Nestlé, Sara Lee/Douwe Egberts, Tchibo y Kraft Foods. Inició sus pasos como una propuesta para el diálogo donde los actores que participan en el negocio del café, incluidas las empresas tostadoras de mayor dimensión, pudieran expresar sus necesidades, y para crear un consenso sobre el concepto de sostenibilidad entre los principales actores del sector del café. Aunque no estaba claro qué dirección seguiría la iniciativa, también se añadieron a ella productores de algunos países, representados por sus organizaciones nacionales, ONG y sindicatos. Los diálogos iniciales estuvieron dominados por las principales multinacionales, lo que suscitó temores entre el resto de actores de que establecería un listón de exigencia más bajo que los sellos ya existentes, aunque desde 4C se afirmaba la intención de cooperar con ellos, y que sería un instrumento para abastecerse de café de Vietnam y de las plantaciones de Brasil y dotarlo de una imagen de equidad y sostenibilidad (Bacon *et al.*, 2008; Courville, 2008; Holzman, 2015; Levy *et al.*, 2015).

A pesar de las repetidas afirmaciones, por parte del secretariado de 4C, de que el proceso de elaboración de los estándares había sido transparente y participativo, fue ampliamente criticado por las organizaciones nacionales de productores y las ONG, y algunas de ellas, como Greenpeace, dejaron de participar en él. Oxfam Novib (filial de Oxfam International en Países Bajos) se había unido a 4C en el momento de su fundación y ocupó un puesto en el Consejo de Dirección cuando 4C se constituyó como asociación en el 2007. La organización neerlandesa de Oxfam esperaba que 4C ejerciera de trampolín para que los productores adheridos a esta iniciativa dieran el salto a estándares como Fairtrade, UTZ o Rainforest Alliance, y en el tránsito de la primera a la segunda década de este siglo así había ocurrido con un cierto porcentaje del total de productores que se habían incorporado a 4C en Brasil, Colombia, Kenia y Vietnam (23%, 16%, 13% y 9% respectivamente). No obstante, un estudio de impacto efectuado en el 2010 concluyó que los resultados de los que permanecían en 4C en cuanto a empoderamiento social, es decir, la participación activa de los productores en sus organizaciones o las condiciones laborales de los trabajadores en las plantaciones, eran escasos, y que no se comprobaba ninguna mejora en los ingresos de los productores. En el 2011 Oxfam Novib decidió no continuar su función de gobernanza en la iniciativa 4C (Courville, 2008; Holzman, 2015). Actualmente la iniciativa 4C comprende una serie de normas para introducir prácticas sustentables en la producción y transformación del café convencional. No es una certificación cuyo resultado final sea un sello con un logo reconocible por los consumidores finales, como FI, RA o UTZ, sino que proporciona normas de referencia centradas en eliminar las prácticas menos sostenibles o más perjudiciales. Sus estándares fácilmente realizables hacen de 4C una iniciativa atractiva para las empresas multinacionales que adquieren el café a múltiples proveedores.

La extendida certificación de productos de empresas multinacionales con estándares de sostenibilidad ha propiciado que se afirme que las grandes corporaciones están “secuestrando” el Comercio Justo. Uno de los ingentes ejemplos de utilización espuria de los sellos

éticos o sostenibles fue el del café Lyons Original blend con el sello de RA, en el que en realidad sólo el 30% de su contenido era café certificado. Ian Bretman, Director Adjunto de la británica Fairtrade Foundation, afirmó que la multiplicación de sellos éticos estaba causando confusión entre los consumidores (Purvis, 2006). Distintos autores advierten de esta confusión entre los consumidores. La diferenciación del producto y la segmentación del mercado conseguidas con los sellos había evitado que la competencia tuviera lugar sólo a través de los precios. La trivialización de los sellos, la definición de unos estándares comunes para todos los productores de un mismo cultivo y, en suma, la progresiva desvinculación del espíritu inicial del Comercio Justo, condujeron a una reabsorción de los mismos por la lógica del mercado y a un proceso inverso al de la diferenciación (Giovannucci y Koekoek, 2003; Cuéllar y Reintjes, 2009; Verdier, 2009; Daviron y Vagneron, 2011; Renard y Loconto, 2013). Una imagen emblemática de esta vuelta a la comodificación de los productos del Comercio Justo es la de los paquetes de café y las tabletas de chocolates en los lineales de la gran distribución rodeados de una gran cantidad de café y chocolates no certificados.

La diferenciación entre sellos por parte de los consumidores se ha vuelto especialmente compleja en cuestiones como el grado de exigencia social y ambiental de los distintos estándares, o el sobreprecio real que reciben los consumidores en cada uno de ellos (Courville, 2008). Esta problemática de nuevo nos remite a la cuestión de qué es el Comercio Justo. Si bien las sucesivas definiciones de los organismos rectores integrados en la WFTO han acotado la vaguedad inicial, no emanan de instituciones con capacidad legislativa. La normativa de Fairtrade International, por ejemplo, sólo es vinculante para los licenciarios que usan su marca, por lo que si una empresa no licenciataria afirma que su producto es de Comercio Justo, no puede ser objeto de acciones legales por parte de Fairtrade International (Verdier, 2009).

Los sellos reconocidos por la WFTO, específicamente el de FLO-Fairtrade International que es el hegemónico, no están exentos de vacíos normativos y ambigüedades. A lo largo de este siglo XXI, se ha dado una ingente irrupción de empresas multinacionales en el Comercio Justo. Uno de los casos más relevantes es el de la empresa Starbucks, que a finales de los años 1990 ya se había erigido como el mayor tostador mundial de café de especialidad. Durante los primeros meses del año 2000, Starbucks se encontraba acosada por denuncias de violaciones de los derechos laborales en las plantaciones de café de Centroamérica de las que se proveía, y se enfrentaba a la amenaza de protestas a gran escala y un boicot por parte de la organización de derechos humanos Global Exchange y otras organizaciones. En abril del 2000 la empresa capituló a las demandas de los activistas y anunció la venta de café certificado por FLO en todas sus tiendas de los Estados Unidos (en aquel momento, unas 2.300 tiendas), aunque inicialmente la compra de café certificado suponía menos del 1% del total de su aprovisionamiento de café (James, 2000; Jaffee, 2012).

La decisión de Starbucks provocó en los años siguientes la entrada en el Comercio Justo

de un amplio espectro de grandes empresas estadounidenses: del sector de café de especialidad, como Green Mountain Coffee Roasters; empresas tostadoras, como Procter&Gamble; cadenas de fast food, como McDonalds y Dunkin Donuts; y cadenas de la distribución al por menor, como Wal-Mart y Costco (Jaffee y Howard, 2010). La entrada de Starbucks en el Comercio Justo en el año 2000 obligó a modificar la norma que impedía certificar un producto de una empresa cuyas ventas para ese producto a partir de inputs del Comercio Justo fueran inferiores al 5% del total. Starbucks mantuvo la certificación a pesar de que sus ventas de café certificado eran inferiores al 1% de sus ventas totales de café (Bahra, 2009; Jaffee y Howard, 2010 y 2016), aunque con posterioridad fue aumentando progresivamente la cuota de café certificado de Comercio Justo en el conjunto de su actividad. Una situación análoga se produjo en el Reino Unido con la multinacional Nestlé. En octubre del 2005, Nestlé, que había sido objeto de prolongadas campañas de boicot por el trabajo infantil en las plantaciones de cacao y por no respetar el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, certificó con el sello Fairtrade la línea de café Partner's Blend, elaborado con café de cooperativas de El Salvador y Etiopía, para su venta en el Reino Unido (Jaffee, 2014). Las ventas del Partner's Blend representaban aproximadamente el 1% de las ventas totales de café de la compañía (Tucker, 2006).

Con todo, los datos demuestran que, para las empresas transnacionales que incursionan en el Comercio Justo, éste nunca pasa de constituir, en cualquiera de los productos certificados, un reducido porcentaje de la actividad global de las empresas. La Tabla 2.17 refleja, para las diez principales empresas procesadoras de café de todo el mundo, los porcentajes de su adquisición de café de Comercio Justo en relación a su adquisición total de café en el año 2008.

Tabla 2.17. Compras de Comercio Justo y compras totales de los diez principales torrefactores, 2008 (en millones de libras de café verde)

	COMPRAS C. JUSTO	TOTAL COMPRAS	% C. JUSTO S/ TOT.
NESTLÉ	4,41	1.719	0,26
KRAFT	0,00	1.614	0,00
SARA LEE	0,00	992	0,00
J.M. SMUCKER	3,31	617	0,54
STARBUCKS	19,84	386	5,14
TCHIBO	12,13	375	3,23
ALDI	0,00	320	0,00
MELITTA	0,00	320	0,00
LAVAZZA	0,00	309	0,00
SEGAFREDO	0,00	265	0,00

Fuente: elaboración propia con datos de Howard y Jaffee (2013).

Se comprueba que sólo Starbucks superaba ligeramente el porcentaje del 5%. El porcentaje de la empresa Tchibo, con sede central en Alemania, era algo superior al 3%, y el de la principal empresa mundial de elaboración de café, Nestlé, era irrelevante (0,26%).

En las otras siete mayores empresas, el Comercio Justo estaba totalmente ausente de sus aprovisionamientos de café. La práctica de hacer publicidad de estas exiguas (en términos porcentuales) compras de productos certificados ha sido calificada por diversos autores como *fairwashing* o *greenwashing*, una estrategia corporativa consistente en mostrar ante la ciudadanía una imagen de empresa comprometida con valores de justicia social que no se sustenta en la cifras reales. En algunos casos incluso ha sido una estrategia utilizada por empresas implicadas en situaciones problemáticas en lo relativo al respeto de los derechos humanos, los derechos laborales o la protección del medio ambiente para mejorar su imagen y disminuir la presión de los activistas y las organizaciones de derechos humanos y las campañas de denuncia (Ransom, 2005; Fridell, 2006; Grodnik y Conroy, 2007; Reed, 2009 y 2012; Renard, 2010a; Brown, 2015; Coscione, 2015; Jaffee y Howard, 2016). Esto ha creado una situación que se percibe como injusta para muchas pequeñas empresas que ofrecen únicamente productos de Comercio Justo pero que por su actuación responsable no reciben la misma publicidad que las multinacionales.

En las grandes empresas, aunque el Comercio Justo represente una pequeña parte de su actividad, sus compras y ventas de Comercio Justo pueden ser muy significativas en las cifras totales de Comercio Justo de un país, como ocurrió con Starbucks y Green Mountain Coffee Roasters, que ya en la primera década del siglo XXI estaban entre los tres principales compradores de café de Comercio Justo en Estados Unidos. En el año 2004, aunque sólo el 3,7% de las ventas de café de Starbucks fueron de Comercio Justo, éstas equivalieron a más del 25% de la totalidad de ventas de café certificado de Estados Unidos (Bacon *et al.*, 2008; Howard y Jaffee, 2013). El propio crecimiento comercial ha propiciado un lavado de imagen de las empresas participantes en el Comercio Justo acompañado de la suavización de los estándares, la contención de los precios pagados a los productores y la pérdida de las relaciones personales con los productores (Bennett, 2013). El crecimiento de las ventas ha sido a la vez causa y consecuencia de la adaptación de estándares y precios a los intereses empresariales privados.

Esta estrategia de las corporaciones transnacionales está asociada a la importancia cada vez mayor que conceden a la Responsabilidad Social Corporativa, una forma de dirigir las empresas que toma en cuenta los impactos que su actividad genera en sus empleados, accionistas, clientes, comunidades locales, sobre la sociedad en términos generales y sobre el medio ambiente¹⁰⁸. Aun cuando los promotores del Comercio Justo han manifestado con frecuencia que el Comercio Justo no es lo mismo que la Responsabilidad Social Corporativa (Fridell, 2006), la escalada en la participación de grandes empresas en el Comercio Justo tiende a crear una convergencia entre ambos (Mohan, 2009). Algunas organizaciones de Comercio Justo propusieron crear sellos certificadores de Fairtrade International de diferentes categorías, para suministrar una mejor información a los consumidores y premiar a los ope-

108 Véase la página web del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (<https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>, consultada el 8/1/2023)

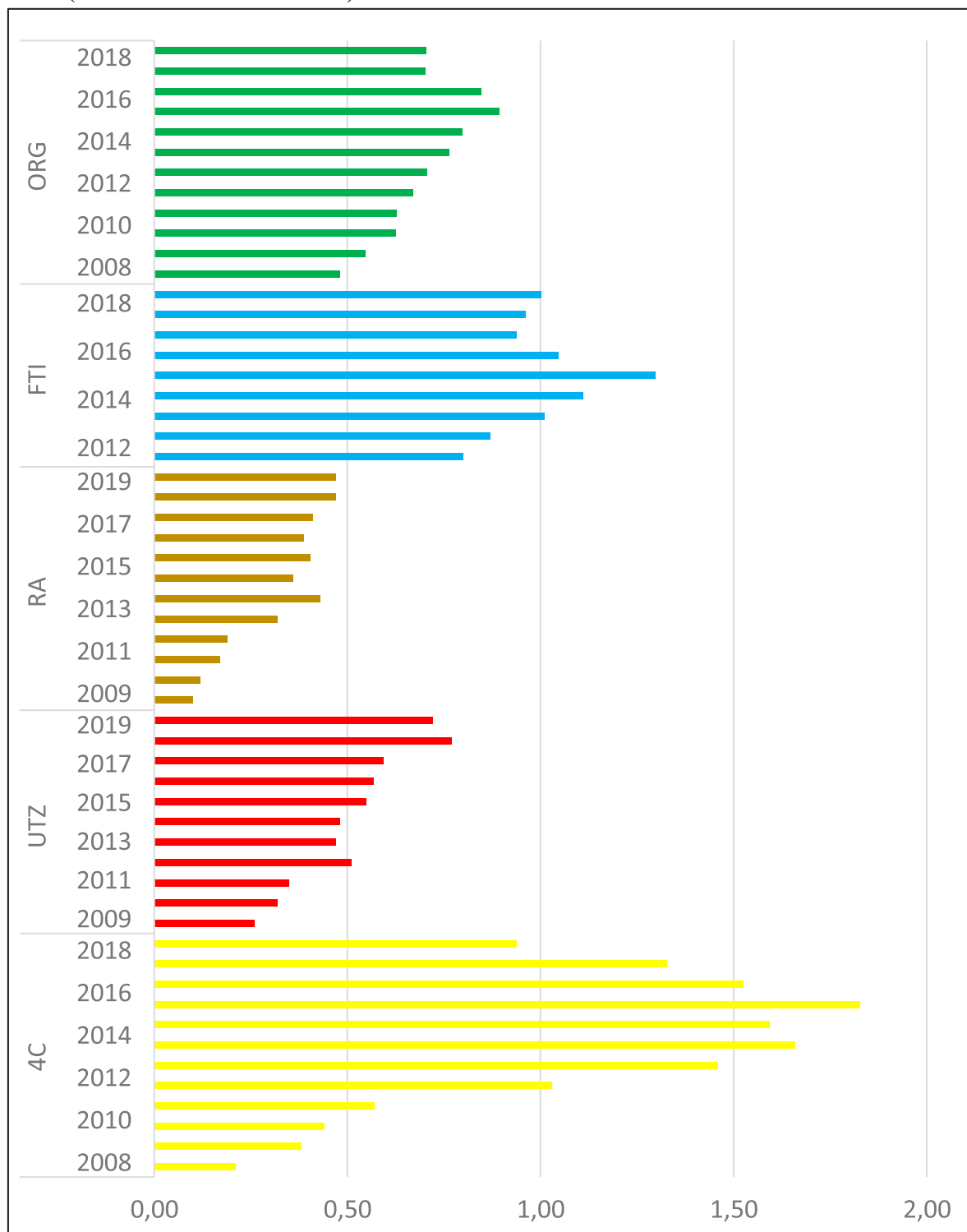
radores con mejores prácticas. Pero otras argumentaron que las empresas insatisfechas con la categoría asignada tendrían incentivos para retirarse de la certificación, o incluso para crear su propia certificación, lo que iría en menoscabo del sello FI (Verdier, 2009).

De igual forma, se identificó la existencia de greenwashing en la comercialización de productos orgánicos y una cierta adaptación de la normativa orgánica a los intereses de las grandes empresas. Como ocurría en el Comercio Justo, grandes empresas entraron a participar en el mercado orgánico aunque sólo asignaran a él un muy pequeño porcentaje de sus aprovisionamientos y sus ventas (Howard y Jaffee, 2013). En tales circunstancias, tanto en el Comercio Justo como en el mercado de productos orgánicos se hacía necesario reorientar los índices que medían el éxito de la participación en estos nichos. Bacon *et al.* (2008) advirtieron hace quince años lo que acabó ocurriendo. Argumentaron que convenía dejar de valorar la bondad de ambos mercados únicamente en términos de volumen de ventas e incorporar indicadores que hicieran seguimiento del desarrollo social de los productores, sus procesos de empoderamiento y la conservación ambiental. En caso contrario, vaticinaron, se incurría en el riesgo de que estos movimientos se agotaran socialmente al mismo tiempo que escalaban comercialmente.

La entrada de las empresas multinacionales en la comercialización de productos orgánicos y de Comercio Justo fue en el sentido contrario de favorecer los procesos de empoderamiento. Se produjo un proceso de cooptación de estos estándares por parte de las multinacionales, a través de la captura de los organismos reguladores, para poder controlar la definición del concepto de sostenibilidad social y ambiental y acomodarlo a sus prácticas e intereses (Jaffee y Howard, 2010; Coscione, 2012b; Renard, 2022).

El interés de las empresas en los estándares de carácter social y ambiental ha tenido consecuencias en la superficie de café cultivada certificada por dichos estándares. El Gráfico 2.6 describe la evolución, en términos de la totalidad de superficie cultivada, de los estándares orgánico, FI, RA, UTZ y 4C para el periodo 2008-2019.

Gráfico 2.6. Área mundial de cultivo de café por estándar social o ambiental, 2008-2019 (en millones de hectáreas)



Nota: ORG corresponde a agricultura orgánica certificada, FTI es Fairtrade International, RA es la abreviación de Rainforest Alliance, UTZ es UTZ Certified y 4C es Common Code for the Coffee Community.

Fuentes: elaboración propia con datos de Willer y Lernoud (2016), Willer *et al.* (2019) y <https://digital.intracen.org/state-sustainable-markets-2021/coffee/> (consultado el 24/06/2022).

En todos los sellos o estándares se aprecia un crecimiento muy importante en el periodo considerado, pero es especialmente intenso el de RA, que se multiplicó por 4,7, y el de 4C, que lo hizo por 4,5. El descenso que se observa en la superficie certificada por el sello 4C tras el año 2016 se debió a la aplicación de procedimientos de certificación más rigurosos que los

seguidos hasta entonces. En la certificación orgánica, el descenso en la superficie en los años 2018 y 2019 en relación al bienio 2016/17 fue causado por las incidencias en la recopilación estadística de los datos de México, que pasó de ser efectuada por el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias para el Desarrollo Rural Integral (CIIDRI) de la Universidad Autónoma de Chapingo a ser desempeñada por el SENASICA, un organismo de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), que no tuvo en cuenta todas las fuentes necesarias para una correcta compilación de datos. El SENASICA no recopiló datos de la producción de café certificada conforme a la normativa de la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Japón y otros mercados. Sólo recogió la producción certificada con arreglo a la normativa mexicana, pero tampoco ésta fue capturada exhaustivamente¹⁰⁹. El crecimiento en la superficie orgánica certificada durante la primera década del siglo XXI y hasta el año 2016 fue del 42,6% y superó al de la superficie certificada por FI, que se incrementó un 30,8%.

El dinamismo del nicho de mercado de los cafés certificados queda acreditado por el crecimiento de la demanda, que en el periodo 2007/2011 casi se triplicó, desde algo más de 40.000 toneladas hasta las 129.000 toneladas. El Reino Unido experimentó el más elevado crecimiento de la demanda durante dicho periodo y el continente asiático se está convirtiendo en un importante y creciente mercado (George, 2013). Europa continúa siendo el mercado de mayor volumen para el café certificado con estándares sociales o ambientales. En el año 2015 los mercados europeos acapararon el 50% del café certificado por Fairtrade International, el 45% del café orgánico, el 60% del Rainforest Alliance y el 84% del UTZ (Frohmann, 2017; Montero, 2022). Hemos visto anteriormente que el café de Comercio Justo estuvo, desde sus inicios, muy vinculado a Europa. Sin embargo, el hecho de que en los últimos años Europa sólo represente la mitad de las ventas mundiales del principal sello de Comercio Justo se explica por el crecimiento de las ventas en Estados Unidos, Canadá, Japón y Australia, fundamentalmente. Análogamente, el mercado europeo ha perdido participación dentro del total mundial de ventas de café orgánico en favor de los países mencionados para el caso del Comercio Justo y de otros mercados emergentes asiáticos.

El estándar 4C certifica exclusivamente producción de café. En los sellos UTZ y RA, el cacao es el cultivo con mayor superficie cultivada seguido por el café. La menor vinculación de 4C, UTZ y RA con la idiosincrasia de las cooperativas de pequeños productores, en relación a los sellos orgánico y de Comercio Justo, queda acreditada por el dato de en qué países existen las mayores superficies cultivadas que poseen estas certificaciones. En el 2015, en los tres estándares el país con mayor área certificada fue Brasil. Vietnam, por su parte, fue el segundo país en el sello UTZ y el tercero en el estándar 4C (Lernoud *et al.*, 2017). La aparición de estos sellos, así como otros creados específicamente por grandes empresas como el AAA Program de Nespresso o el C.A.F.E. Practices de Starbucks, estuvo motivada por el interés de la industria agroalimentaria de dar respuesta a un cada vez mayor sector de consumidores con

109 Comunicación personal de Taurino Reyes Santiago, Director Ejecutivo de Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos, S.C. (Certimex), el 05/01/2022.

preocupaciones ambientales y de justicia social. La Organic Consumers Association criticó, para el caso de Starbucks, que pasara por encima de estándares internacionales con certificación de tercera parte, como el orgánico y el de Comercio Justo, para usar su propia versión de estándar de sostenibilidad mediante una certificación con auditoría de primera parte (LADB, 2004). Este tipo de estándares no ofrecieron soluciones viables y de relevancia a un número significativamente grande de organizaciones de pequeños productores, fundamentalmente porque ninguno de ellos establece un precio mínimo. Al no ser una alternativa satisfactoria no han podido evitar la aparición de señales de crisis en el Comercio Justo.

2.5.6 Síntomas de crisis

Las complicaciones para las cooperativas de pequeños productores de café, alguna de los cuales ya se apuntaba desde la creación de los sellos de garantía, se pueden sintetizar en dos problemas que son difíciles de afrontar conjuntamente, ya que los intentos de mejora de uno de ellos agravan el otro: el exceso de producción de café de Comercio Justo en relación a su demanda (Martínez-Orozco, 2000; González Cabañas *et al.*, 2003; Levi y Linton, 2003; Bacon, 2005; Renard, 2005; Taylor *et al.*, 2005; Méndez *et al.*, 2010; de Janvry *et al.*, 2015; Dragusanu *et al.*, 2018; Voora *et al.*, 2019; Schallberger, 2023) y la insuficiente frecuencia con la que se actualizaron los precios mínimos.

Como ya se ha señalado anteriormente, el criterio de FI siempre ha sido, a medida que crecía la demanda de café certificado, incorporar más organizaciones de productores en lugar de incrementar el café suministrado por las ya existentes. FLO estimó que, en el año 2000, la capacidad exportadora conjunta de África, Asia y Latinoamérica de café con el sello Fairtrade era de 99.231 toneladas, es decir, multiplicaba por 6,9 las exportaciones que efectivamente tuvieron lugar por medio de los canales de FLO, que ascendieron a 14.400 toneladas (Murray *et al.*, 2003). En el Capítulo 3 se verá, para el caso de Chiapas, que algunas cooperativas optaron por limitar la entrada de nuevos socios con la finalidad, entre otras, de no generar expectativas de comercialización que no se pudieran ver cumplidas. Igualmente se tratará la situación de las cooperativas que abandonaron el sistema del Comercio Justo tras un análisis de la relación entre costes y beneficios asociados a la certificación, o que no han llegado a ingresar en él. González Cabañas *et al.* (2003) probaron que en los estados mexicanos de Chiapas y Oaxaca y para el período 1992-2002, en la competencia por hacerse un espacio en el mercado del Comercio Justo las cooperativas con mayor antigüedad estaban en una situación ventajosa y algunas llegaban a comercializar el 100% de su café en el mercado alternativo, mientras que para las recién llegadas era un largo proceso llegar a comercializar un elevado porcentaje de la producción por esa vía. La opción de algunas cooperativas nuevas fue incorporarse al mercado orgánico, muy exigente en cuanto a los protocolos técnicos de producción pero más dinámico y con acceso a segmentos de mercado de mayor dimensión. Elder *et al.* (2014) demostraron cómo en el 2008 la totalidad de la producción mundial de café orgánico fue vendida, en tanto que en el café de Comercio Justo la oferta superó en

mucho a la demanda. Raynolds (2000) observó que una estrategia frecuente entre las cooperativas fue dividir sus ventas entre el mercado del Comercio Justo, en el que tenían un precio mínimo garantizado, y el mercado abierto de productos orgánicos, con precios más erráticos pero potencialmente más altos. En relación a lo que apunta la autora cabe indicar que el siglo XXI ha visto el declive de las tiendas de Comercio Justo de forma paralela a la irrupción de las tiendas de productos orgánicos, dirigidas a un segmento de los llamados consumidores responsables con mayor poder adquisitivo medio.

A lo señalado sobre la posición de ventaja de la que partían las cooperativas ya existentes, cabría añadir que las relaciones comerciales de larga duración forjaban también una estabilidad en la base social de las cooperativas y un prestigio de las mismas, así como un capital relacional que retroalimentaban la relación comercial y permitían superar eventuales vicisitudes y crisis internas en la vida de las cooperativas. La estabilidad en la base social y en su caso el crecimiento de la misma, al inducir una mayor producción permitían tener una cartera de clientes más diversificada, como lo prueba el hecho de que en la segunda mitad de los años 1990 algunas cooperativas de Chiapas y Oaxaca ya estaban exportando café a Estados Unidos, Canadá y numerosos países de Europa. Además, una trayectoria comercial consistente a lo largo del tiempo emitía la señal de capacidad administrativa y de gestión, y de ser organizaciones con una base social sólida, que les posibilitaba ser beneficiarias de proyectos de cooperación al desarrollo.

Si bien la certificación de mayores volúmenes de café ha sido un fenómeno generalizado en numerosos países, lo que ha llevado a un sustancial aumento del café certificado a nivel mundial, destaca Perú por su gran crecimiento en los últimos tres decenios. El elevado aumento de la producción se ha dado en el conjunto del café de Perú y específicamente en el café con certificación de Comercio Justo (véase Tabla 2.13). De entre los actuales once principales productores mundiales, Perú fue el segundo país después de Vietnam que más incrementó su producción entre los ciclos 1990/91 y 2019/20, periodo en el que la multiplicó por 4,1 (véase Tabla 1.3A).

Diferentes factores explican este comportamiento del café peruano. La heladas en Brasil en 1994 y el consiguiente aumento de precios originaron un incentivo para cultivar café en detrimento de los cultivos ilícitos. Los incentivos para transitar desde cultivos ilícitos hacia cultivos legales contaron, desde principios del siglo XXI, con la ayuda de la U.S. Agency for International Development (USAID)¹¹⁰, que hizo explícito el objetivo de ofrecer a los campesinos peruanos alternativas a los cultivos ilegales por medio del acceso a la financiación, la mejora de los rendimientos y la incursión en mercados que ofrecieran precios más justos a los pequeños productores¹¹¹. No obstante, la crisis de precios del café de principios del siglo XXI

110 En el anterior capítulo se vio que la crisis de precios de finales del siglo XX y principios del siglo XXI había ocasionado un dramático aumento del cultivo de drogas en diversos países latinoamericanos y en Etiopía.

111 Véase la página web de la USAID (<https://www.usaid.gov/peru/news-information/press-releases/>)

supuso un freno en el plan de erradicación del cultivo de estupefacientes. Posteriormente, la eficaz política del gobierno colombiano de bloquear los circuitos de transporte y distribución de algunos cultivos ilegales propició la caída en su precio (Lewin *et al.*, 2004). Los factores de tipo interno se compusieron de una serie de iniciativas legislativas que estimularon la orientación de los pequeños productores hacia los nichos de mercado diferenciados: la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal, del año 2007; la Ley de Promoción de la Producción Orgánica o Ecológica, aprobada en el 2008; y la creación en el año 2009 en el Congreso de la República del Grupo Parlamentario “Cooperativismo y Economía Solidaria”. Como resultado de los incentivos recibidos, en el año 2016 el café de Comercio Justo representó el 51% de las exportaciones totales de café de Perú (Mejía, 2017).

Según Fairtrade International (2021), en el año 2020 el 78% de todas las cooperativas productoras de café certificadas con su sello pudieron vender al menos el 50% de su producción total a través del Comercio Justo. Sería deseable una mayor transparencia y conocer el desglose en los diversos tramos porcentuales tanto del 78% que lograron vender como mínimo la mitad de su producción en las condiciones más ventajosas del Comercio Justo, como del 22% que no lo consiguieron, es decir, tener una imagen más precisa de qué porcentaje de su producción comercializan a través de los diferentes canales. Lo que sí permiten constatar estas cifras es que una ingente producción de café realizada según los estándares de FI se tuvo que vender en los mercados convencionales, a pesar de los esfuerzos llevados a cabo durante décadas para incrementar las ventas incursionando en los circuitos comerciales masivos y accediendo a la entrada de empresas multinacionales en el sistema del Comercio Justo.

El exceso de producción y el insuficiente crecimiento de la demanda constituyeron evidentes vasos comunicantes. El crecimiento del Comercio Justo no ha cumplido las expectativas que habían depositado en él sus impulsores a finales de los años 1980 (Renard, 2005). Las encuestas efectuadas en el Reino Unido a principios de siglo ponían de manifiesto de forma consistente que entre el 68% y el 81% de los consumidores estarían dispuestos a consumir productos que ofrecieran mejores condiciones a los productores (Nicholls, 2004), pero en la mayoría de productos de Comercio Justo la cuota de mercado no solía superar el 3% (Cowe y Williams, 2000). Aunque las razones de este comportamiento pueden ser complejas, Paavola (2001) apunta que los consumidores están atrapados en patrones de consumo específicos por la estructura de los mercados y los negocios, los hábitos laborales y la planificación urbanística, y que en realidad no son libres para poner en práctica el modelo de consumo que desearían.

La otra gran problemática para las cooperativas de productores reside en la insuficiente frecuencia con que se actualizaron los precios de referencia de FI para el café. En la Tabla 2.18 se detalla la evolución de los precios estipulados para el café Arábica, lavado y orgánico desde 1988 hasta el mes de julio del 2023.

feb-15-2022-comunidad-de-cafe%CC%81s-especiales-potenciara%CC%81-la-produccio%CC%81n-del, consultada el 25/10/2022)

Tabla 2.18. Precio café Arábica, lavado y orgánico de Fairtrade International, 1988-2022 (en US dólares por cien libras)

Período	Precio Mínimo	Prima C. Justo	Prima Orgánico	Precio Total
1988 - 31/12/1995	126		10	136
01/01/1996 - 31/05/2007	121	5	15	141
01/06/2007 - 31/05/2008	121	10	15	146
01/06/2008 - 31/03/2011	125	10	20	155
01/04/2011 - 31/07/2023	140	20	30	190

Fuente: elaboración propia con datos de Bacon (2010) y Fairtrade International (2019b y 2022a).

Se debe precisar que las primas no van destinadas a sufragar el funcionamiento ordinario de las cooperativas, sino que se decide democráticamente qué destino darles y debe ser un destino comunitario. Los más habituales eran: mejora y ampliación de la infraestructura productiva o de transporte, mejora del proceso productivo para hacerlo respetuoso con el entorno natural o más eficiente, formación de los socios en cuestiones relativas a la producción de café, talleres de formación específicos para las mujeres o proyectos comunitarios relacionados con vivienda, salud, educación, etc.

A principios del siglo XXI, desde la cooperativa UCIRI ya se señaló que algunos clientes estaban pagando una prima por el café orgánico superior a la de 15 US\$ por cada cien libras que en aquel momento fijaba FLO (Vanderhoff, 2002). El 01/06/2007 entró en vigor un leve incremento del precio mínimo para el café, que no se había modificado desde el año 1996. Para el café Arábica, el más difundido dentro del Comercio Justo, la prima por el café orgánico no aumentó y la prima de Comercio Justo pasó de 5 US\$ por cien libras, a 10 US\$. En consecuencia, el precio para cien libras de café Arábica, lavado y orgánico era en total de 146 dólares por cien libras. Un año más tarde, el 01/06/2008, el precio mínimo quedó fijado en 125 US\$ y la prima para el orgánico aumentó de 15 US\$ a 20 US\$. Con esta última modificación, las cooperativas que producían Arábica lavado y orgánico percibían 155 US\$ por cien libras de café verde. La última actualización de los precios se produjo el 01/04/2011, cuando aumentaron todos los componentes del precio pero sólo para el café Arábica, cuyo precio para el lavado y orgánico quedó fijado en 190 US\$/cien libras. El precio mínimo del Robusta continuó fijado en 105 US\$ para el lavado y 101 US\$ para el natural. La Tabla 2.19 presenta los precios para las diferentes especies, calidades y características que están vigentes en la actualidad.

Tabla 2.19. Precios mínimos, prima Comercio Justo y prima orgánico de Fairtrade International, 1/4/2011 – 31/7/2023 (en US\$ por cien libras)

ESPECIE	CALIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO MÍNIMO	PRIMA C.JUSTO	PRIMA ORGÁNIC.	PRECIO TOTAL
Arábica	Orgánico	Lavado	140	20	30	190
		Natural	135	20	30	185
	Convencional	Lavado	140	20		160
		Natural	135	20		155
Robusta	Orgánico	Lavado	105	20	30	155
		Natural	101	20	30	151
	Convencional	Lavado	105	20		125
		Natural	101	20		121

Fuente: elaboración propia a partir de Fairtrade International (2022a)

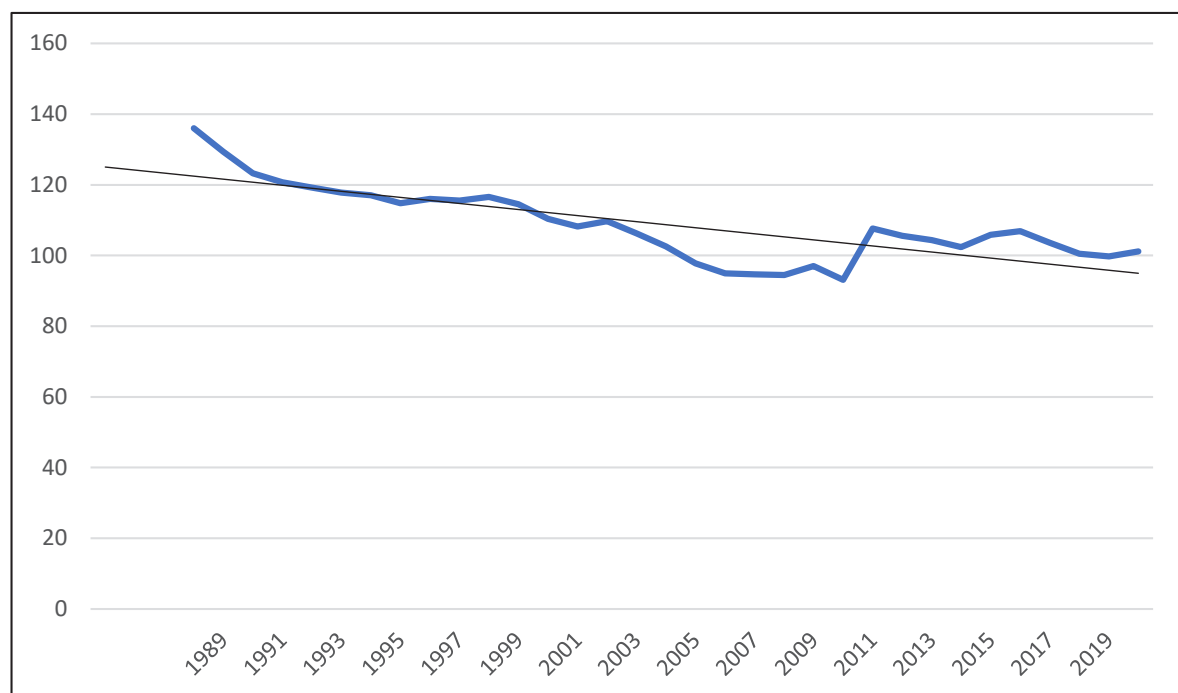
El 30 de marzo del 2023 Fairtrade International anunció una subida de los precios de referencia del café aplicable en los contratos firmados a partir del 1 de agosto del mismo año. De esta manera los precios se actualizaban por primera vez desde abril del 2011. El precio mínimo para al Arábica lavado, que agrupa más del 80% de las ventas de café certificado por FI, pasó de 140 US\$ a 180 US\$, y la prima para el orgánico subirá de 30 US\$ a 40 US\$. Así, el Arábica lavado y orgánico pasó a tener un precio mínimo de 240 US\$, cincuenta dólares más que los 190 US\$ que había tenido desde el 01/04/2011¹¹².

El periodo transcurrido sin modificación de los precios de referencia de FI desde abril del 2011 hasta julio del 2023, fue el más prolongado en la historia del Comercio Justo desde que los precios están regulados. Esto ha conducido a que los precios reales hayan declinado. Según Bacon (2010), si el precio de 126 US\$/cien libras que Max Havelaar y TransFair fijaron en 1988 se ajustara según el índice de precios al consumo de los Estados Unidos, en el año 2008 el precio mínimo hubiera debido ser de 229 US\$ por cada cien libras. La consecuencia fue que, entre 1988 y 2008, los precios del Comercio Justo perdieron un 41% de su valor en relación a los precios al consumo en Estados Unidos¹¹³. Para el año 2014, Jaffee y Howard (2016) cuantificaron en 270 US\$/cien libras el precio que hubiera permitido mantener los precios reales que existían en 1988. El Gráfico 2.7 expone la evolución de los precios fijados por FI en términos reales, desde 1988 hasta el 2020.

112 Véase la página web de Fairtrade International (<https://www.fairtrade.net/news/fairtrade-increases-coffee-minimum-price-as-farmers-face-mounting-economic-and-climate-presures#:~:text=The%20new%20Fairtrade%20Minimum%20Price,cents%20to%20%241.20%20per%20pound.,> consultada el 10/6/2023, y la página web de CLAC (<https://clac-comerciojusto.org/fairtrade-aumenta-el-precio-minimo-del-cafe-mientras-losas-productoresas-se-enfrentan-a-crecientes-presiones-economicas-y-climaticas/>, consultada el 10/6/2023)

113 Aunque el autor no especifica respecto a qué tipología de café ha efectuado los cálculos sobre el descenso en los precios reales, de las cifras que ofrece se deduce que se está refiriendo al Arábica Natural, tanto convencional como orgánico.

Gráfico 2.7. Precios del café Arábica, orgánico y lavado, certificado por Fairtrade International, en términos constantes, 1988-2020 (*)



Fuente: elaboración propia con datos de Bacon (2010) y Fairtrade International (2019b y 2022a).

(*) Se ha utilizado como deflactor el Índice de Precios del Productor de Estados Unidos, que ofrece una medida del poder de compra que proporciona la exportación de café en términos de bienes industriales.

Se observa cómo en términos de Índice de Precios del Productor de Estados Unidos, la pérdida de valor es relevante en el periodo considerado, y es particularmente acusada en el periodo comprendido entre los años 2005 y 2010, de tal manera que en el año 2010 el precio en términos reales equivalió al 63,5% del precio de 1988. El aumento de los precios que FI decidió en el año 2011 atenuó la intensidad de la senda descendente, de tal manera que en el año 2020 la pérdida de valor era del 25,63%. Aun así, para algunos colectivos de productores, posteriormente al 2011 continuaron las dificultades derivadas de la insuficiente actualización de los precios del Comercio Justo. Pedini *et al.* (2017) demostraron, para el caso de la producción de café Arábica no orgánico en el estado brasileño de Minas Gerais, y para aquellos productores que utilizaban inputs que se importaban y por tanto sus precios estaban sujetos al tipo de cambio entre el dólar estadounidense y la moneda brasileña (el real), que entre febrero del 2012 y octubre del 2015 los costes de producción fueron superiores a los precios del Comercio Justo. En un contexto de depreciación del real frente al dólar, el consiguiente aumento del precio de algunos inputs para los productores que no producían de forma orgánica y adquirirían fertilizantes y plaguicidas, les colocó en una situación de costes superiores a los precios fijados por FI.

La evolución de los precios de referencia denota una deficiencia básica en la gobernanza del Comercio Justo y contradice la teoría que defendía que involucrar a las grandes corporaciones en el Comercio Justo supondría beneficios para la globalidad del movimiento. Los estándares de FI determinan que los precios de cada producto deben cubrir los costes medios de

producción sostenible¹¹⁴. No obstante, con excepción del estudio comisionado por la CLAC en el año 2006, no se tiene constancia de estudios que documenten de forma sistemática estos costes.

El sello SPP fue el que más se rebeló contra la continua pérdida de poder adquisitivo de los productores de café. Durante la SCA Expo Coffee que acogió la ciudad de Boston entre el 11 y el 14 de abril del 2019, SPP hizo público el manifiesto “Por la Justicia en el Mercado Internacional de Café”, que reivindicaba que el precio que debían recibir los productores para cubrir una producción sostenible era de 220 US\$ para el Arábica lavado y orgánico, que era el precio mínimo fijado por SPP, en lugar de los 190 US\$ que mantenía FI desde el año 2011. En el mes de julio del 2019, en el II Foro Mundial de Productores de Café organizado en Campinas (Brasil), SPP presentó el manifiesto “Pequeños productores se blindan contra la explotación normalizada”, en el que informaba que el sello SPP ya estaba presente en cerca de 50 países y que el precio medio que se estaba fijando en los acuerdos cerrados con sus clientes por las cooperativas certificadas mediante dicho sello era de 235 US\$ para el Arábica lavado y orgánico, por encima del precio mínimo.

2.6 Conclusiones

A partir de 1988, en el Comercio Justo se produjeron las más importantes transformaciones desde que con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial se habían iniciado las primeras tentativas de un comercio alternativo, que buscaban mejorar la situación de los sectores sociales más marginados mediante una mejor remuneración de lo producido por ellos. La iniciativa de ampliar el alcance comercial del Comercio Justo se produjo gracias a la alianza de la cooperativa mexicana productora de café UCIRI con la ONG neerlandesa Solidaridad, que vehicularon las primeras ventas de café certificado con un sello de garantía.

La inserción del Comercio Justo, a partir de finales de los años 1980, en los canales comerciales mainstream multiplicó exponencialmente el volumen de producción, el número de países y cooperativas implicadas y el abanico de productos ofrecidos a los consumidores. El crecimiento de las ventas estuvo indisolublemente unido a la institucionalización del Comercio Justo en organizaciones y redes de ámbito nacional y supranacional. La que adquirió una mayor relevancia, tanto por volumen de actividad como por organizaciones productoras y comercializadoras asociadas, fue Fairtrade Labelling Organization International (FLO), posteriormente denominada Fairtrade International. Hasta finales del siglo XX, continuaron teniendo peso específico en las ventas las denominadas Tiendas del Mundo, vinculadas a colectivos religiosos y de la izquierda política que habían impulsado un comercio más equitativo como forma de solidaridad con los países del Sur. No obstante, durante el siglo XXI las tiendas solidarias fueron quedando relegadas como canal de venta a los consumidores finales en favor de la gran distribución.

114 Se pueden consultar los estándares en la página web de *Fairtrade International* (<https://www.fairtrade.net/standard/aims>, consultada el 26/10/2022)

La convergencia con los productos orgánicos o ecológicos a partir de los años 1990 le dio acceso al Comercio Justo a un nicho de mercado en clara expansión. La creciente exigencia hacia las organizaciones productoras por parte de las normativas orgánica y del Comercio Justo creó barreras de entrada pero al mismo tiempo las cooperativas que supieron adaptarse a los nuevos requisitos productivos mejoraron su posición dentro de la cadena de valor y obtuvieron un mayor valor añadido por su producción debido al sobreprecio que permitieron obtener los sellos de garantía orgánico y de Comercio Justo. La profesionalización de los procesos de verificación y certificación otorgó credibilidad a los sellos orgánico y de Comercio Justo, pero no se puso suficiente énfasis en crear las condiciones para que la obtención de un sello de garantía fuese accesible para las organizaciones de pequeños productores de los países del Sur, quienes deberían seguir siendo sus principales beneficiarios.

Las ventas del Comercio Justo registraron aumentos muy notables a partir de los años 1990, impulsadas por una nueva cultura del consumo en algunos sectores de las sociedades occidentales y por la apuesta de las organizaciones de pequeños productores, que veían en el Comercio Justo y en la producción orgánica una oportunidad de obtener mejores precios, relaciones comerciales estables y una relación más igualitaria e incluso solidaria con sus compradores. Sin embargo, las cuotas de mercado en los países industrializados, a pesar del crecimiento de las ventas, nunca llegaron a los niveles previstos por los inspiradores del movimiento. Esto originó que las redes supranacionales del Comercio Justo decidieran hacer más laxa la aplicación de los principios rectores para acomodarlos a aquellos cambios encaminados a aumentar los volúmenes de ventas, como la admisión de productos cultivados en plantaciones con trabajo asalariado. En la misma dirección iba la obertura a la comercialización por parte de las empresas multinacionales, contra cuyas prácticas precisamente había nacido el Comercio Justo. Esta dilución de la filosofía originaria acarrió que la distinción entre los mercados equitativos y sostenibles y los mercados convencionales se volviera más difusa, y que las empresas privadas integrasen los productos orgánicos y de Comercio Justo como un componente más de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa.

Con el objetivo de conseguir un crecimiento de las ventas, Fairtrade International y sus organizaciones nacionales llevaron a cabo una renovación de los equipos directivos contratando profesionales con experiencia en la gestión empresarial pero no en la problemática de los campesinos del Sur ni en el desarrollo. Simultáneamente, las organizaciones de productores dejaron de tener capacidad decisoria en los órganos rectores de Fairtrade International y pasaron a realizar una función meramente consultiva. La nueva orientación abrió una profunda brecha entre la principal red internacional del Comercio Justo, Fairtrade International, y los productores del Sur, particularmente los productores de café de Latinoamérica, lo que acabó desencadenando la creación de un sello de Comercio Justo de propiedad exclusiva de los productores, el Símbolo de Pequeños Productores (SPP). La creación de SPP obedecía al deseo de las organizaciones de pequeños productores de articular un espacio más democrático y con más posibilidades de participación. Durante la segunda década del siglo XXI,

no obstante, ante las fuertes reivindicaciones por parte de la red de productores de América Latina y el Caribe, en Fairtrade International se tomaron decisiones encaminadas a devolver cuotas de soberanía a las organizaciones de productores. El punto central en este conflicto era qué lugar debían ocupar los productores en la toma de decisiones y cómo ello afectaba a las relaciones de poder al interior del Comercio Justo.

Latinoamérica y el Caribe se ha mantenido como la región con mayor número de organizaciones de pequeños productores, con más de la mitad del total mundial de las certificadas por Fairtrade International. Si en los años 1970 y 1980 las artesanías eran el producto más difundido, a partir de 1988, con la certificación y la comercialización en los canales de consumo masivo, los productos alimentarios se afianzaron como los más vendidos y relegaron las artesanías a una posición claramente minoritaria. De entre los productos alimentarios, el café, que fue el primer producto certificado mediante un sello de garantía, ha continuado siendo el producto más vendido en la mayoría de mercados, y entre sus principales productores y exportadores se da un claro predominio de países latinoamericanos. México, país pionero en la exportación de café certificado, en el siglo XXI se ha visto superado en cuanto a volumen de exportación por Perú y Colombia. Por el lado del consumo, los países del centro y norte de Europa han sido, desde que se tienen datos fiables, los mercados donde los productos de Comercio Justo registran mayores cuotas de mercado y con mayores cifras de consumo per cápita.

En la década de 1990 surgieron nuevos estándares de sostenibilidad como Rainforest Alliance, UTZ y 4C, con unas exigencias sociales, laborales y ambientales considerablemente más débiles que las de Fairtrade International y de la normativa orgánica. Estas iniciativas se caracterizan también por la escasa participación de las organizaciones productoras en su gobierno y en la definición de los estándares. Si los actores de los países desarrollados deciden por sí solos qué se incluye en los estándares y cómo se evalúan, con toda probabilidad los efectos beneficiosos de las certificaciones de sostenibilidad seguirán siendo modestos.

La expansión comercial agudizó asimismo una contradicción intrínseca que mostraba el Comercio Justo desde finales de los años 1980, ya que se trata de un movimiento que surgió con la intención de hacer frente a las injusticias generadas por el mercado que sufren los pequeños productores, pero necesita el mercado para llegar a una parte significativa de los consumidores. La paradoja del Comercio Justo es que aun habiendo diluido sus principios, lo que a su vez lo debilitó como movimiento social, en numerosos productos y en muchos países sigue sin conseguir elevadas cuotas de mercado. Analizar las causas de ello constituye una futura línea de investigación.

Algunas de las organizaciones del Norte que impulsaron el Comercio Justo en sus respectivos países, conscientes de la necesidad de conectar el Comercio Justo con reivindicaciones e iniciativas transformadoras de más amplio alcance, se han insertado de forma progresiva en redes de Economía Social y Solidaria, lo que seguramente es un acierto y consolida la

coherencia tanto discursiva como en su actuación. Otras han decantado su actividad hacia la Soberanía Alimentaria, que presenta simultáneamente puntos de contacto y de diferenciación con el Comercio Justo. El reto que tiene por delante el Comercio Justo es aumentar sus cuotas de mercado sin perder su vínculo con movimientos sociales que le permitan volver a tener capacidad de influencia ideológica y política.

CAPÍTULO 3: EL DESARROLLO DE LA CAFETICULTURA ORGÁNICA EN EL ESTADO MEXICANO DE CHIAPAS

3.1 Introducción

Después de haber analizado en el primer capítulo el funcionamiento de los mercados internacionales del café y sus consecuencias en las economías campesinas, y en el segundo el surgimiento del Comercio Justo y de la producción orgánica como alternativas viables para los pequeños productores en un contexto de creciente hegemonía de las políticas públicas de carácter neoliberal, en este tercer capítulo se analiza el caso del estado mexicano de Chiapas, principal productor tanto de café convencional como de café orgánico en México. Con casi 179.000 productores y 254.000 hectáreas cultivadas, Chiapas destaca como el estado hegemónico en este cultivo.

En el apartado 3.2 se describe cómo han evolucionado la producción y el consumo de café en México desde 1980, para observar qué oportunidades se les abrían a las cooperativas ante el crecimiento del consumo interno para reducir su dependencia de las exportaciones. El apartado 3.3 aborda cuáles han sido las políticas públicas del estado mexicano hacia el sector del café desde el último cuarto del siglo XX. En el decenio de 1980, las políticas económicas de los gobiernos mexicanos cambiaron de orientación y pasaron a ser de signo progresivamente más neoliberal. La escasez de créditos, el aumento en los costes de producción, la supresión de los precios de garantía, la reducción de los presupuestos federales dirigidos a la agricultura y el desmantelamiento de instituciones públicas cruciales para el campesinado, como el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), sumieron el campo mexicano –y el de Chiapas en particular– en una profunda crisis. Este apartado se detiene de forma más pormenorizada en el papel que desempeñó el INMECAFE, que a partir de 1973 adoptó un papel muy activo en el sector, y qué consecuencias tuvo su desmantelamiento.

El apartado 3.4 trata la movilización campesina en Chiapas desde los años 1970 como precedente inmediato de la autoorganización de los pequeños productores en cooperativas cafetaleras. La acción de la Iglesia Católica generó procesos liberadores entre el campesinado de Chiapas, deseoso de desligarse de las políticas autoritarias y clientelares de los gobiernos e inmerso en una cruenta lucha por la tierra y por la regularización de sus posesiones agrarias, y posteriormente por la apropiación del proceso productivo. El proceso de autoorganización contó con el apoyo de militantes de extrema izquierda provenientes de las universidades del centro y el norte del país, que vieron en la situación de Chiapas un escenario idóneo para llevar a la práctica su ideario de construcción de un poder democrático popular y de que fueran las mayorías populares las que protagonizaran el cambio social. El tercer actor social remarcable fue el del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, cuya insurrección en enero de 1994 provocó cambios irreversibles en Chiapas y en el conjunto de México. Un elemento que tuvieron en común todos los agentes sociales implicados en las luchas campesinas fue

la apuesta por la agroecología, que veían como un método productivo que colaboraba con la emancipación de los productores al hacerlos menos dependientes de inputs externos.

En una situación de creciente crisis en el campo chiapaneco, y como continuidad de las luchas agrarias iniciadas en la década anterior, a partir de los años 1980 surgieron nuevos actores sociales que, sin abandonar las exigencias respecto a la tierra, fueron desplazando el eje de su lucha hacia la autonomía política y la apropiación del proceso productivo, para retener una mayor parte de la creación de valor. Se formaron organizaciones independientes que se articularon fundamentalmente en torno a la producción y comercialización del café, y encontraron en la producción de café orgánico y su comercialización en el mercado del Comercio Justo la vía por la que apropiarse de un porcentaje superior del excedente económico y conservar y proteger el entorno natural de sus comunidades rurales.

A continuación, en el apartado 3.5 se examina el desarrollo del fenómeno cooperativista en Chiapas, inicialmente influenciado por la organización Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) del estado de Oaxaca. Se describe la expansión del cooperativismo cafetalero desde finales de los años 1980, coincidiendo con el cambio de políticas públicas y la caída de los precios del café, y su vertebración gracias a la creación de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) de México y la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFÉ). Se describen las principales características del cooperativismo cafetalero chiapaneco, con el recurso de algunos estudios de caso que se conocen de primera mano. La expansión del número de cooperativas y de su tamaño estuvo vinculada a la adopción de la producción orgánica de café y a su comercialización en los circuitos de Comercio Justo. Es por ello que se dedica el último subapartado de este capítulo a describir este proceso de comercialización alternativa a los circuitos convencionales.

3.2 La producción y el consumo de café en México (1980-2020)

3.2.1 La evolución de la producción desde 1980

En términos de población ocupada el café es muy importante en México, aunque su economía más diversificada permite que no tenga una dependencia tan elevada de las exportaciones de café como algunos países africanos y centroamericanos referenciados en el Capítulo 1. En el año 2010 había 509.817 productores de café en 960 de los 2.457 municipios del país, distribuidos en 15 de los 32 estados existentes, lo que denota una fuerte implantación territorial. Esta cifra de más de medio millón de productores representaba un 8,9% de los 5.705.703 productores ocupados en actividades agropecuarias o forestales. El café generaba 4,5 millones de empleos directos o indirectos, con lo que de él dependía el 4% de la población del país (Robles, 2011; INEGI, 2013). En algunos estados mexicanos, el porcentaje de población directamente implicada en la producción de café sobre el total de población empleada en

actividades agropecuarias y forestales era superior al promedio nacional: 26,4 % en Chiapas, 25,2% en Oaxaca, 18,8% en Hidalgo, 13,2% en Veracruz, 11,1% en San Luis Potosí y 10,3% en Puebla¹.

La Tabla 3.1 muestra, para el año 2011, el número de productores y la superficie cultivada de los trece estados mexicanos para los que se recopilan estadísticas². Los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla y Guerrero englobaron el 87,5% de los productores y el 91,3% de la superficie cultivada. Chiapas supuso respectivamente el 35,4% de los productores y el 36,4 de la superficie cultivada, a una distancia sensible del segundo estado con más productores (Oaxaca, 20,7%) y del segundo con más superficie cultivada (Veracruz, 20,1%). Las cifras de la tabla arrojan, para el conjunto del país, una superficie media de 1,38 hectáreas por productor, y en Chiapas (1,42 hectáreas) no se apartó significativamente de la media nacional. En el Mapa 3.1 puede verse, para cada estado productor, el porcentaje que su número de productores representa sobre el total del país. El estado de Chiapas, el único con un porcentaje superior al 30%, está resaltado con un círculo.

Tabla 3.1. Número de productores por estado y extensión total cultivada de café en México (2011)

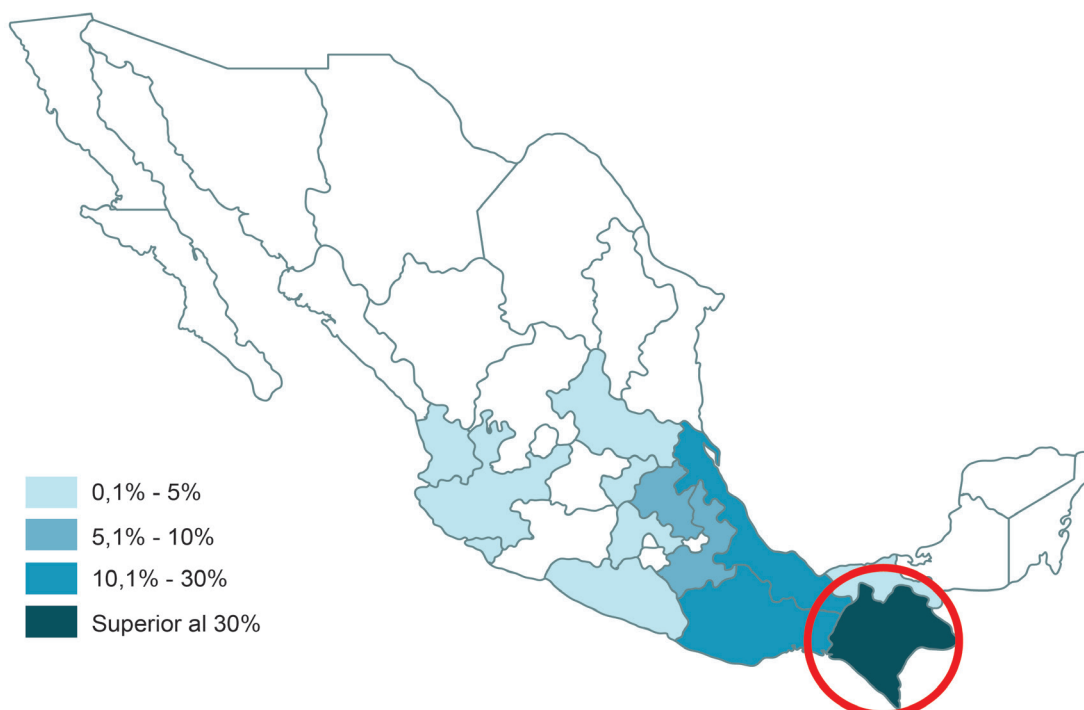
ESTADO	Nº PRODUCTORES	(%)	HECTÁREAS	(%)
Chiapas	178.928	35,4	253.986,4	36,4
Oaxaca	104.432	20,7	133.392,5	19,1
Veracruz	88.782	17,6	140.409,3	20,1
Puebla	48.421	9,6	68.100,7	9,7
Guerrero	21.869	4,3	41.746,0	6,0
Hidalgo	34.868	6,9	24.223,8	3,5
San Luis Potosí	18.336	3,6	14.586,6	2,1
Nayarit	5.266	1,0	16.674,0	2,4
Jalisco	1.231	0,2	2.230,5	0,3
Colima	836	0,2	1.314,4	0,2
Tabasco	1.039	0,2	870,1	0,1
Edo. de México	1.305	0,3	862,0	0,1
Querétaro	317	0,1	230,0	0,0
TOTAL	505.630	100,0	698.626,2	100,0

Fuente: elaboración propia con datos proporcionados por AMECAFE

1 Datos sobre productores de café proporcionados para el año 2011 por Pedro Cuauhtémoc Roque Machado, coordinador operativo de la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE), y datos sobre el total de población empleada en el sector agrario obtenidos de INEGI (2013) para el año 2010.

2 La producción en los estados de Morelos y Michoacán es poco significativa, por lo que en ocasiones estos dos estados no son considerados en las estadísticas.

Mapa 3.1. Porcentaje de productores de café de cada estado productor de México sobre el total del país (2011)



Fuente: véase Tabla 3.1

Entre los productores predominan aquellos con pequeñas explotaciones: la producción de café en México se caracteriza por un acentuado minifundismo (Tabla 3.2). En 1992, un 69% de los productores del país manejaban explotaciones cafetaleras inferiores a las dos hectáreas, y un 23% poseían explotaciones de entre dos y cinco hectáreas. Un 92% del total de productores de café mexicanos, por tanto, cultivaba su café en explotaciones que no superaban las cinco hectáreas. En la Tabla 3.2 puede verse, para cada estado, la distribución del total de productores en tramos de superficie de sus explotaciones cafetaleras y el porcentaje de cada tramo sobre el total del estado. Se observa que sólo en tres estados, Guerrero, Nayarit y Jalisco, era apreciable la presencia de productores con explotaciones de una extensión superior a las cinco hectáreas. Los porcentajes de Chiapas eran muy cercanos a la media del país, un 90,8% de los productores producían café en explotaciones que no superan las cinco hectáreas y sólo un 2,2 producía en superficies mayores de diez hectáreas.

Tabla 3.2. Distribución de los productores de café en México por superficie de las explotaciones y por estados (1992)

	HASTA 2 HAS.	%	DE 2 A 5 HAS.	%	DE 5 A 10 HAS.	%	MÁS DE 10 HAS.	%	TOTAL
Chiapas	48.762	66,1	18.248	24,7	5.102	6,9	1.630	2,2	73.742
Veracruz	48.397	72,0	14.891	22,2	3.132	4,7	807	1,2	67.227
Oaxaca	34.224	61,9	15.001	27,1	4.709	8,5	1.357	2,5	55.291
Puebla	24.964	80,6	4.587	14,8	1.056	3,4	366	1,2	30.973
Hidalgo	21.052	82,1	4.112	16,0	411	1,6	55	0,2	25.630
San L.Potosí	9.979	77,2	2.715	21,0	203	1,6	23	0,2	12.920
Guerrero	4.309	41,0	3.156	30,1	2.132	20,3	900	8,6	10.497
Nayarit	1.386	37,2	1.193	32,0	815	21,8	336	9,0	3.730
Tabasco	588	61,6	347	36,3	19	2,0	1	0,1	955
Colima	527	67,3	198	25,3	38	4,9	20	2,6	783
Jalisco	300	50,3	154	25,8	88	14,7	55	9,2	597
Querétaro	231	93,1	15	6,0	1	0,4	1	0,4	248
TOTAL	194.719	68,9	64.617	22,9	17.706	6,3	5.551	2,0	282.593

Fuente: elaboración propia con datos de ASERCA (1997)

En 2004 se había acentuado el carácter minifundista de las explotaciones cafetaleras de Chiapas: un 97,7% tenían una superficie igual o inferior a las 5 hectáreas, un 1,8% entre 5,01 y 10 hectáreas, y sólo un 0,5% de ellas superaba las 10 hectáreas (Barrera *et al.*, 2004). En algunas regiones de Chiapas era especialmente acusada esta fragmentación de las parcelas cafetaleras. El trabajo de campo realizado en 2016 y 2017 permitió comprobar cómo en el municipio de Chenalhó, en la región Altos, un elevado porcentaje de las explotaciones productoras de café eran inferiores a 1 hectárea. Se pudo verificar en la comunidades³ de Yashgemel, Takiukum, Yabteclum y Yibeljoj.

Durante los años 1990 se produjo una distorsión en la recopilación estadística de la cafecultura mexicana. La expectativa de que los apoyos públicos al sector se otorgaran por número de productores, y no por producción o superficie, como realmente ocurrió, hizo que muchas familias cafetaleras registraran más de un familiar. Un fenómeno que actúa en sentido contrario es que, en ocasiones, no se refleja oficialmente la partición de las parcelas al pasar de padres a hijos, por el coste notarial y registral que ello supone. No obstante, del análisis de los censos de 1992, 2001 y 2014, y de la información suministrada por la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE) para el año 2011, se desprende que el número de productores y de hectáreas cultivadas evolucionan en sentido contrario. Así, el número de productores pasó de 282.593 en 1992, a 401.221 en 2001, 505.630 en 2011⁴ y 527.662 en 2014; mientras que la superficie cultivada pasó de 761.165 has. en 1992, a 703.341 en 2001, 698.626 en 2011⁵ y 665.397 en 2014 (INEGI, 1997; Bartra, 2006; SAGAR-

3 En México es frecuente referirse con el término genérico comunidades tanto a las que tienen forma jurídica de ejidos como a las que la tienen propiamente de comunidades.

4 Información facilitada por la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE).

5 Ibid.

PA y FAO, 2015). El que la superficie media cultivada por productor describa una tendencia descendente concuerda con el hecho de que, en situaciones de bajos precios, los productores con varias parcelas se concentran en una o algunas de ellas y no las atienden todas.

La Tabla 3.3 describe la evolución de la producción de café en los quince estados mexicanos productores del mismo durante las últimas cuatro décadas. Se aprecia la gran reducción (un 48%) del volumen producido en el total del país en el periodo 2000-2020, que se explica por diversos factores. El ciclo productivo 1999/2000 fue excepcionalmente favorable, mientras que todos los ciclos posteriores al año 2013 quedaron lastrados por la afectación de la roya, como se vio anteriormente. Otro factor que explica el descenso en la producción es el abandono de explotaciones cafetaleras en los periodos de crisis, de los cuales el del cambio de siglo fue particularmente severo, como se explicó en el Capítulo 1. En siete estados el descenso de la producción entre el 2000 y el 2020 fue superior al 50%: Veracruz, Oaxaca, Puebla, Nayarit, Tabasco, Querétaro y Morelos. Son significativos los casos de Veracruz y Oaxaca, grandes productores de café pero drásticamente afectados por el fenómeno migratorio. Las cifras de la producción ratifican la hegemonía que también mostraban en superficie cultivada y número de productores los estados de Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla y Guerrero, que durante estas cuatro décadas agregaron entre el 87% y el 93% de la producción. El estado de Chiapas representó, a lo largo del periodo considerado, entre el 35% y el 40% de la producción del país, excepto en el año 2000 cuando dicho porcentaje descendió al 30,2% por la cosecha excepcionalmente abundante en Veracruz, Puebla y Guerrero.

Tabla 3.3. Producción de café en México desglosada por estados, en toneladas de café pergamino (1980-2020)

	1980	1990	2000	2010	2020
CHIAPAS	100.630,8	134.766,0	128.264,7	125.738,6	86.768,7
VERACRUZ	65.020,8	93.368,5	118.335,1	85.956,9	53.954,2
OAXACA	33.872,6	81.196,9	41.272,8	35.556,9	19.706,7
PUEBLA	26.904,3	28.626,0	92.140,3	31.277,0	36.711,5
GUERRERO	8.171,4	14.030,0	15.749,4	8.789,4	8.745,4
HIDALGO	16.529,0	13.881,7	12.491,5	6.720,4	7.227,2
S. LUIS POTOSÍ	8.431,3	88,1	3.823,1	3.563,3	2.038,7
NAYARIT	2.467,7	6.785,0	7.176,3	6.284,8	2.064,4
JALISCO	4.698,0	2.556,2	1.667,7	1.312,1	1.093,3
COLIMA	315,6	641,7	818,3	588,1	775,6
TABASCO	650,9	1.076,6	371,0	146,1	96,6
ESTADO MÉXICO	9,4	47,8	123,7	334,9	143,1
QUERÉTARO	n.d.	n.d.	77,5	61,7	13,3
MORELOS	75,9	125,4	92,5	79,2	8,4
MICHOACÁN	51,3	12,7	79,0	11,3	n.d.
TOTAL	269.808,8	379.192,5	424.483,0	308.430,5	221.367,1

Fuente: elaboración propia con datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) (<https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>, consultado el 7/06/2023).d

Los datos del año 2022, con un aumento de la producción en el conjunto del país del 7,4% respecto al 2020, y una producción superior a la de este año en 11 estados, incluidos los cinco principales productores, confirman una progresiva recuperación de los efectos de la plaga de la roya. La producción conjunta de los cinco principales estados se mantuvo dentro de la tendencia mostrada desde 1980, con un 93,3% del total de México, así como la de Chiapas, que alcanzó un 37,3% del total⁶.

Los rendimientos por superficie en México históricamente no han sido elevados (INEGI, 1997; Hernández y Nava, 2016; Muñoz Rodríguez *et al.*, 2019). La extendida práctica del cultivo bajo sombra, en la que las plantas de café están intercaladas con los árboles y arbustos que les proporcionan sombra, disminuye el promedio de plantas por hectárea y por lo tanto los rendimientos. La escasa asistencia técnica a los productores, en relación a otros países latinoamericanos que, a pesar de la liberalización, mantuvieron instituciones paraestatales que han llevado a cabo políticas efectivas en el sector, como Costa Rica o Colombia, también ha contribuido a unos bajos rendimientos. Según Bartra (2006), a principios del siglo XXI la cafecultura mexicana se caracterizaba por un stock de plantas de café envejecido, en el que el 40% de las plantas de café tenía más de 15 años; el 70% de los productores no fertilizaba mediante ningún método; el 60% empleaba variedades de cafetos de baja producción y rendimientos irregulares; el 40% sólo efectuaba una limpieza anual de la maleza; y el 75% no realizaba labores de prevención y control de plagas. Debe añadirse el poco esmero en la recolección, en la que a menudo se mezclan granos que están en un óptimo grado de madurez con otros demasiado maduros o demasiado verdes.

En la Tabla 3.4 observamos la evolución de los rendimientos por hectárea para los cinco estados con más producción de café entre 1980 y 2020. Los rendimientos están calculados en quintales de café pergamino por hectárea⁷. Se observa que sólo en el estado de Puebla se superaron en algunos momentos los 20 quintales por hectárea. Puede comprobarse la contundente reducción en los rendimientos debida a la plaga de la roya que afectó a México entre el 2013 y el 2016, y lo lenta que está siendo la recuperación por la necesaria renovación de las plantas de café. A partir del año 2016, en que se manifestaron los efectos acumulativos de la plaga, ningún estado ha conseguido alcanzar un rendimiento medio de 10 quintales por hectárea, aunque los productores orgánicos sí que han conseguido igualar o superar levemente el umbral de 10 quintales.

6 SIAP (<https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>, consultada el 7/06/2023)

7 Un quintal de café pergamino equivale a 57,5 kilos.

Tabla 3.4. Rendimientos por hectárea en los cinco principales estados productores de café en México, en quintales de café pergamino (1980-2020)

	Chiapas	Veracruz	Oaxaca	Puebla	Guerrero
1980	12,30	12,04	5,96	11,89	4,76
1981	12,10	12,87	6,28	11,02	6,07
1982	12,58	13,79	7,18	12,08	6,50
1983	12,86	12,49	6,50	13,02	6,14
1984	13,78	11,85	6,23	15,48	6,50
1985	16,07	13,78	7,22	18,55	6,13
1986	13,13	13,70	6,57	20,75	7,53
1987	12,57	12,73	8,77	19,83	9,30
1988	10,28	14,66	6,00	19,83	9,94
1989	14,00	15,23	9,74	19,57	9,15
1990	14,20	13,04	8,09	11,11	6,80
1991	10,40	15,29	9,09	14,82	8,00
1992	9,51	16,91	9,44	17,57	7,00
1993	10,00	13,10	8,20	19,73	7,33
1994	10,45	8,69	8,24	17,02	5,50
1995	11,40	7,73	7,96	16,85	6,83
1996	11,24	14,04	6,09	20,95	7,06
1997	11,99	12,61	7,86	16,71	6,91
1998	5,48	11,53	8,01	23,23	6,85
1999	6,89	10,47	6,01	25,79	6,94
2000	9,32	13,45	6,27	22,79	6,93
2001	8,69	10,32	7,60	15,74	7,01
2002	10,18	11,89	5,96	18,15	3,98
2003	9,89	9,63	5,58	17,90	3,73
2004	10,53	10,45	4,23	19,08	3,76
2005	10,13	8,69	3,86	18,67	3,80
2006	9,41	8,44	4,67	15,77	3,77
2007	8,98	7,98	4,89	13,80	3,78
2008	8,15	7,58	4,17	17,04	3,77
2009	8,40	8,48	4,11	14,80	4,40
2010	8,62	9,76	4,04	10,55	2,84
2011	8,96	9,35	4,93	7,48	4,21
2012	8,36	10,60	3,76	13,73	4,11
2013	7,87	10,49	3,75	10,10	3,54
2014	6,33	10,21	3,75	10,61	4,30
2015	6,25	8,12	2,82	11,48	4,33
2016	6,14	6,05	2,32	7,41	3,92
2017	5,84	6,21	2,40	8,20	3,81
2018	6,14	6,49	2,57	8,58	3,66
2019	6,35	6,80	2,73	9,12	3,78
2020	6,35	7,43	3,08	9,94	3,80

Fuente: elaboración propia con datos de SIACON-NG (s/f)

(*) Los datos originales expresados en café cereza se han convertido a café pergamino dividiéndolos por 4,35, lo que equivale a la pérdida de peso aproximada que sufre el café tras el despulpado

Una proporción muy notable del café de México se produce en altitudes sobre el nivel del mar que permiten catalogarlo como café de altura. La razón es que se produce mayoritariamente en zonas montañosas donde históricamente fue desplazada la población indígena. No existe una definición universal de café de altura, ya que el nivel altitudinal de cultivo del café por encima del cual se considera café de altura varía para cada región. La altura influye en la calidad a través de las menores temperaturas promedio que se dan en zonas más altas, que propician que los frutos del café maduren más lentamente. De conformidad con Escamilla *et al.* (2005 y 2021) y el Sistema Producto Café de Chiapas (2005) en México un café es de altura cuando ha sido cultivado por encima de 900-1.000 msnm. Entre 600 y 900msnm se considera como zona media, y por debajo de los 600 msnm se define como zona baja, en la cual se producen cafés de calidad inferior. En México, el 35% de las parcelas están por encima de los 900 msnm, el 43,5% se sitúan entre los 600 y los 900 msnm, y el 21,5% por debajo de los 600 msnm. Estos porcentajes, no obstante, esconden diferencias sustanciales entre estados. En Nayarit y San Luis Potosí hay una gran abundancia de parcelas por debajo de los 600 msnm e incluso casi a nivel del mar, mientras que en estados como Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla y Guerrero predomina el café producido por encima de los 600 msnm.

La Tabla 3.5 detalla los valores absolutos y porcentajes de productores y de parcelas en cada franja altitudinal para el estado de Chiapas en el año 2004. Se observa que, en promedio, en Chiapas se cultiva el café a una altura superior a la del conjunto de México. Casi un 74% de los productores están situados por encima de los 800 metros de altitud, y más de un 72% de las parcelas están por encima de dicha altitud. En la región Sierra del suroeste del estado, fronteriza con Guatemala, existen explotaciones hasta una altitud de 1.700 msnm, que es el nivel por debajo del cual son menos frecuentes las heladas.

Tabla 3.5. Distribución de productores y hectáreas por altitud de las parcelas en metros sobre el nivel del mar en el estado de Chiapas (2004)

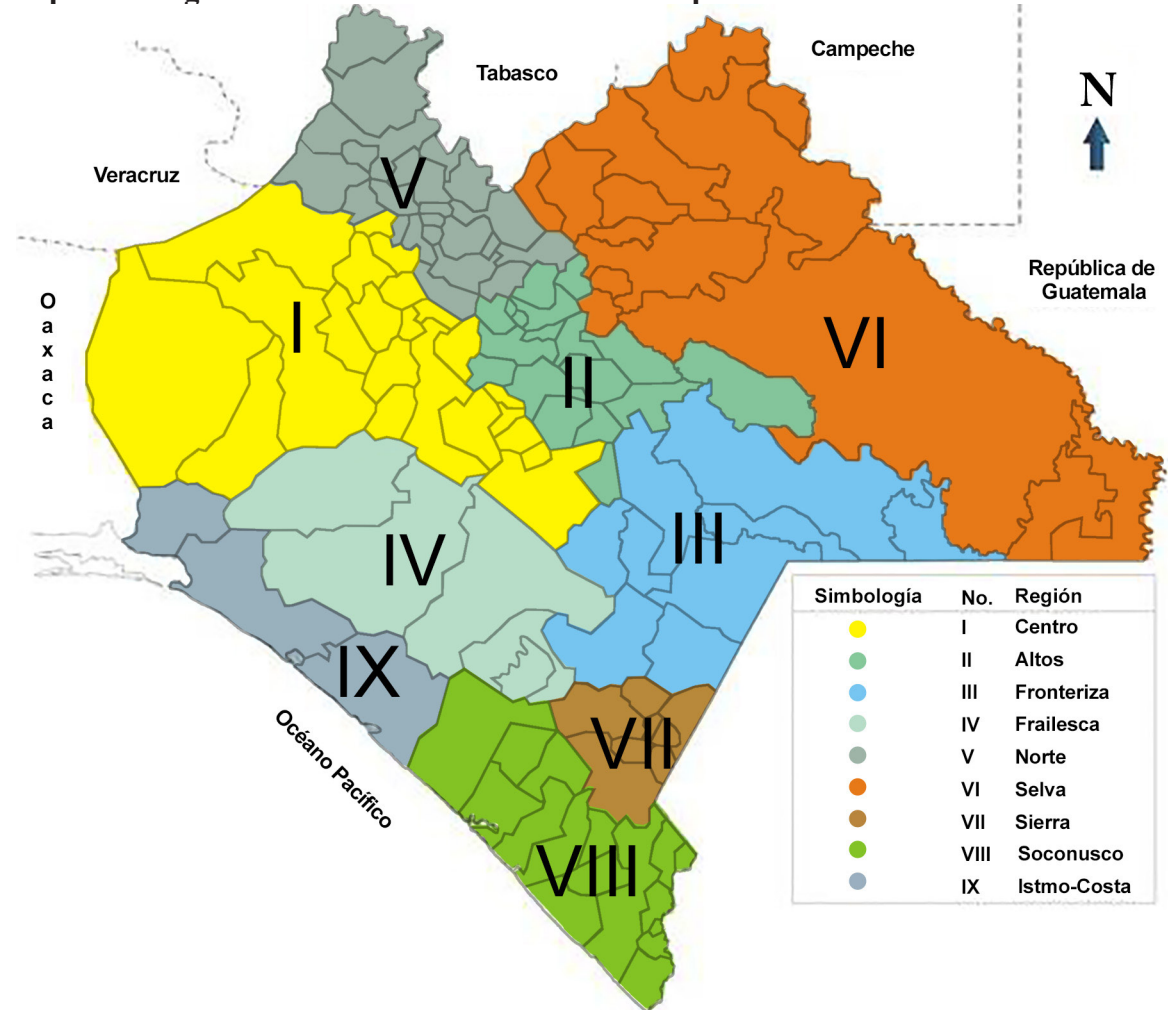
	0-600	601-800	MÁS DE 800	TOTAL
Productores	24.132	21.828	128.875	174.835
% sobre total	13,8	12,5	73,7	100,0
Hectáreas	34.991,4	31.901,5	173.622,1	240.515,0
% sobre total	14,5	13,3	72,2	100,0

Fuente: elaboración propia con datos de Barrera *et al.* (2004)

En correspondencia con la ubicación física de la producción de café, la composición étnica de los productores revela una importante presencia de población indígena que, como se vio con anterioridad, históricamente fue empujada hacia las zonas montañosas. Del total de unidades productivas de café, en seis estados el porcentaje de ellas que son hablantes de alguna lengua indígena es cercana o superior al 60%. En San Luis Potosí tal porcentaje es del 83,4%, en Oaxaca 83,1%, en Puebla 68,9%, en Hidalgo 68,8%, en Guerrero 61% y en

Chiapas 58,1%. Con porcentajes inferiores encontramos Tabasco, con un 29,2%, y Veracruz con un 23,4% (Robles, 2011). En el caso de Chiapas existen diferencias muy notorias entre las diferentes regiones del estado, con porcentajes muy elevados en Altos y Selva Norte⁸, y bastante más reducidos en las regiones tocantes al Pacífico y del suroeste del estado, como Fraylesca, Soconusco y Sierra. Las regiones Altos y Selva Norte expulsaron importantes contingentes de población desde mediados del siglo XX, y a menudo se dio el fenómeno de la progresiva pérdida de la lengua originaria en la nueva región. Las regiones Soconusco y Sierra recibieron una relevante cantidad de población indígena procedente de Guatemala y también en este caso se dio el fenómeno de progresiva pérdida de la lengua originaria. El Mapa 3.2 presenta las regiones económicas tal como quedaron delimitadas en 1983 por el gobierno de Chiapas.

Mapa 3.2. Regiones económicas del estado de Chiapas



Fuente: Fomento Económico de Chiapas (2018)

⁸ Las alusiones a la región de La Selva en Chiapas se refieren a la Selva Lacandona. Se trata de una selva de clima tropical húmedo, la más biodiversa de México, que históricamente cubrió una parte muy importante de la mitad occidental del estado y tenía continuidad con las áreas selváticas de la Península del Yucatán y la Selva del Petén en Guatemala. Durante el siglo XX, la intensa actividad maderera, el avance de la frontera agrícola y la conversión en pastos para el ganado de amplias masas forestales han reducido dramáticamente su extensión.

3.2.2 Las exportaciones y el consumo interno

Como en la práctica totalidad de los países productores, en México las ventas tradicionalmente han mostrado una gran dependencia de los mercados exteriores, aunque en el siglo XXI el consumo interno ha ido escalando hacia mayores cuotas de participación sobre el total de la producción en relación a las exportaciones. El mercado mexicano de café ha evolucionado desde un consumo per cápita muy reducido, y centrado en el segmento de cafés solubles elaborados con granos de muy baja calidad, hacia mayores consumos per cápita y el ascenso de la producción y comercialización de cafés con mayor valor añadido. Las importaciones de cafés de menor rango, destinadas primordialmente a las plantas procesadoras de café soluble de empresas multinacionales, han presionado a la baja los precios pagados a los productores, como se vio en el Capítulo 2.

En las últimas tres décadas en México se observan factores de signo opuesto que actúan respectivamente a favor y en contra de un modelo productivo basado en la calidad del café. El cambio en el paradigma de consumo hacia cafés autóctonos, de mejor calidad y por tanto de mayor precio, coexiste con un aumento de las importaciones de café Arábica de categoría y Robusta. Las tendencias contrapuestas sobre qué modelo impulsar en la cafecultura de México han generado un amplio, y dilatado en el tiempo, posicionamiento académico, social y de las organizaciones representantes de los pequeños productores sobre cuál debe ser el modelo productivo de café en el país. Esta corriente de opinión rechaza la agroindustria basada en el café Robusta importado o cultivado en territorio nacional pero no bajo sombra y no de altura, que oferta cafés de menos calidad y tiene como prioridad el volumen de producción. Esta línea de pensamiento se muestra claramente favorable a favorecer a los pequeños productores optando por el café tradicionalmente producido en México, encuadrado en la categoría de Otros Arábigas Suaves, de altura y producido bajo sombra, y cuidar por tanto la calidad y el medio ambiente y conseguir mayores precios tanto en las exportaciones como en el mercado interno (Perezgrovas, s/f; Escamilla *et al.*, 2005; Sosa Hernández, 2006; Martínez Morales, 2007; Celis, 2008 y 2010; Domínguez Ortega, 2008; Durán Olguín, 2008; Bartra, 2009; Morales y Salinas, 2010; Rappo, 2017; Paz Paredes, 2019; Villegas, 2019; Aguilar, 2020; CNOC, 2020a y 2020b; Perea, 2020; Suárez, 2020; Hernández Navarro, 2022a; Molina, 2022).

El consumo de café en México, tanto en valores absolutos como en términos relativos, ha experimentado un considerable ascenso en el siglo XXI. En términos absolutos, entre el año 2000 y el 2020 creció un 110,9%. Ese aumento porcentual, en relación a otros importantes países productores de café de Latinoamérica, es algo superior al de Honduras, muy superior al de Colombia, Brasil y Guatemala, y más que cuadruplica el de Perú⁹. En la Tabla 3.6 se muestra la evolución del consumo doméstico anual de café a partir del año 1995.

⁹ Aumentos porcentuales calculados a partir de los datos proporcionados por el Departamento de Estadísticas de la International Coffee Organization.

Tabla 3.6. Evolución del consumo interno de café en México, 1995-2020 (kilogramos de café verde equivalente)

	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Consumo (miles kg.)	70.380	79.350	103.500	151.800	161.943	167.325
Población (en millones)	91,158	97,483	103,263	112,337	119,531	126,014
Consumo p.c.(kg. /hab.)	0,77	0,81	1,00	1,35	1,35	1,33

Fuente: elaboración propia con datos de la OIC (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1b-domestic-consumption.pdf>, consultada el 15/06/2023), Aguirre (2005) e INEGI (s/f, 2015 y 2020)

Los niveles de consumo hasta el año 2000, alrededor de 800 gramos por habitante y año, eran sumamente escasos frente a los de Estados Unidos (3,72 kg), Brasil (4,38 kg), Costa Rica (5,68kg), Francia (5,7 kg), Alemania (8,5 kg), Noruega (8,75kg) o Suecia (11,1 kg) (CEFP, 2001)¹⁰. El consumo per cápita del 2015 continuaba siendo muy reducido en comparación con otros mercados: Colombia (2), Costa Rica (4,26), Brasil (5,5), Alemania (5,5), Italia (5,8), Canadá (6,2), Bélgica (6,8), Suiza (7,9), Suecia (8,2), Países Bajos (8,4), Dinamarca (8,7), Islandia (9,0), Noruega (9,9) o Finlandia (12,1) (ICAFE, 2016; Cuadras, 2017; Smith, 2017; Euromonitor International, 2018; Gómez, 2018). Pese al crecimiento del consumo registrado en las dos últimas décadas, el consumo per cápita está claramente por debajo del de otros países productores latinoamericanos como Brasil, Colombia y Costa Rica. El retroceso del consumo unitario que se observa en el año 2020 probablemente puede atribuirse a la pandemia del Covid-19 y a la brusca caída del consumo fuera del hogar, que era el tipo de consumo que más estaba creciendo hasta el año 2019.

Alrededor del año 2000 se puede situar el punto de inflexión para el mercado interno de café en México. Tras un período de descenso en el consumo per cápita que abarcó los años 1980 y primera mitad de los años 1990, para quedar luego estancado entre 700 y 800 gramos por habitante y año (Guerra *et al.*, 2012). Con el cambio de siglo se inició un vigoroso aumento en la demanda de café, que pasó a crecer a una tasa media anual acumulativa del 3,8% en el periodo 2000-2020. Ante la evidencia de que una parte del consumo de café no pasa por la economía formal, principalmente en áreas rurales¹¹, algunas fuentes estimaban el consumo interno en 1,4 kilogramos por persona y año ya en el año 2015 (Figuerola *et al.*, 2016a).

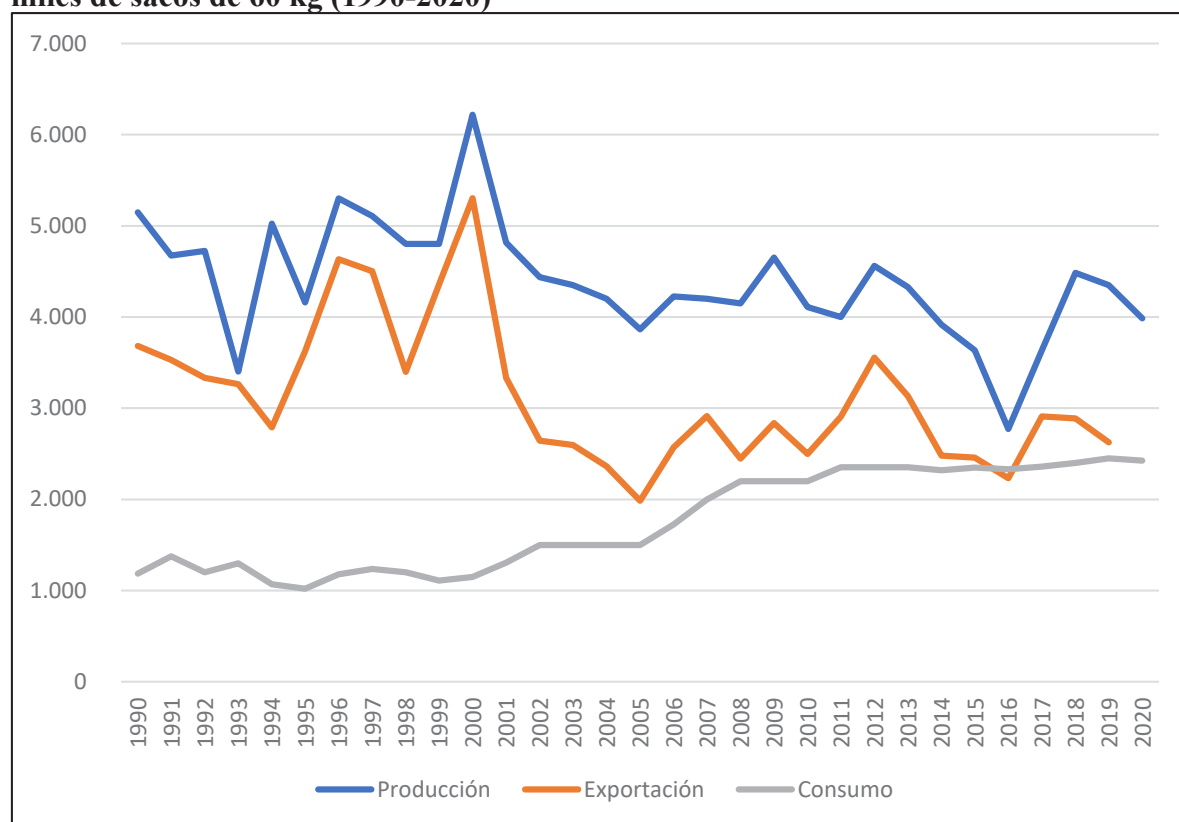
En el Gráfico 3.1 puede apreciarse cómo el mercado interno pasó a absorber crecientes cuotas de la producción nacional desde inicios del siglo XXI, en detrimento de los mercados de exportación. Entre 1990 y 2000, las exportaciones representaron en promedio un 80% de la producción nacional, mientras que entre 2001 y 2020 este porcentaje descendió al 65%. Una transitoria excepción a esta tendencia se dio durante los años comprendidos entre el 2013 y el 2016, en los que la afectación causada por la plaga de la roya redujo drásticamente la producción, y las exportaciones no descendieron con la misma intensidad. En el año 2016,

¹⁰ OIC (<https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1b-domestic-consumption.pdf>, consultada el 18/12/2020)

¹¹ En el trabajo de campo efectuado en Chiapas en 2016 y 2017 se pudo comprobar que en los ejidos y comunidades rurales existía un elevado autoconsumo de café.

por primera vez en la historia de la cafecultura de México el consumo superó a las exportaciones. En el consumo interno se registró una tendencia inversa a la de las exportaciones. Entre 1990 y 2000 supuso como media el 25% de la producción, y a partir del 2001 escaló de forma abrupta hasta un porcentaje del 51%. En el año 2016 llegó a representar el 84% de la producción nacional. Aunque en la década 2010-2020 el consumo per cápita se ha estancado, el consumo total ha seguido creciendo, si bien a un ritmo muy inferior al de la década 2000-2010. La competencia de los refrescos, de los que México tiene uno de los consumos per cápita más elevados del mundo, con un promedio de 150 litros por persona y año¹², frena la expansión del consumo de café. Según AMECAFE (2012), el precio relativo de una taza de café en comparación con un refresco es un factor desfavorable para la expansión de su consumo.

Gráfico 3.1. Producción, exportaciones y consumo interno de café verde en México, en miles de sacos de 60 kg (1990-2020)



Fuente: elaboración propia con datos de ICO (https://www.ico.org/es/new_historical_c.asp, consultado el 15/6/2023).

En el periodo 2003-2020, el número de países a los que México exporta café aumentó de 39 a 73. No obstante, un reducido grupo de 15 países acapara una parte muy elevada de las exportaciones. En el año 2020, Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Puerto Rico, España, Canadá, Francia, Reino Unido, Italia, Suecia, Japón, Australia, Países Bajos, Dinamarca y Nueva Zelanda incluyó el 94% del valor total de las exportaciones y el 93,5% de su volumen.

¹² México es el principal consumidor mundial per cápita de productos de la compañía estadounidense Coca-Cola (<https://www.jornada.com.mx/2004/03/05/031n2cap.php?origen=economia.php&fly=2>, consultado el 21/6/2023)

Entre esos países destacaba Estados Unidos, con el 44,5% del valor de las exportaciones y el 43,7% del volumen. En el periodo 2003-2020 el valor total en dólares USA de las exportaciones mexicanas de café aumentó un 139%, ya que al inicio del periodo los precios todavía estaban en niveles históricamente bajos. En el año 2012 registraron un valor de 751 millones de dólares, y posteriormente no dejaron de descender por una nueva y prolongada caída en el precio del café, de modo que las exportaciones del 2020 supusieron tan solo un 58% de las del 2012. Destacan los grandes aumentos del valor exportado a determinados países: el valor de las exportaciones a Nueva Zelanda se multiplicó por 101, las destinadas a España lo hicieron por 27, las exportaciones a Austria se multiplicaron por 23, en el caso de Chile lo hicieron por 15, y las dirigidas a Italia se multiplicaron por 9¹³.

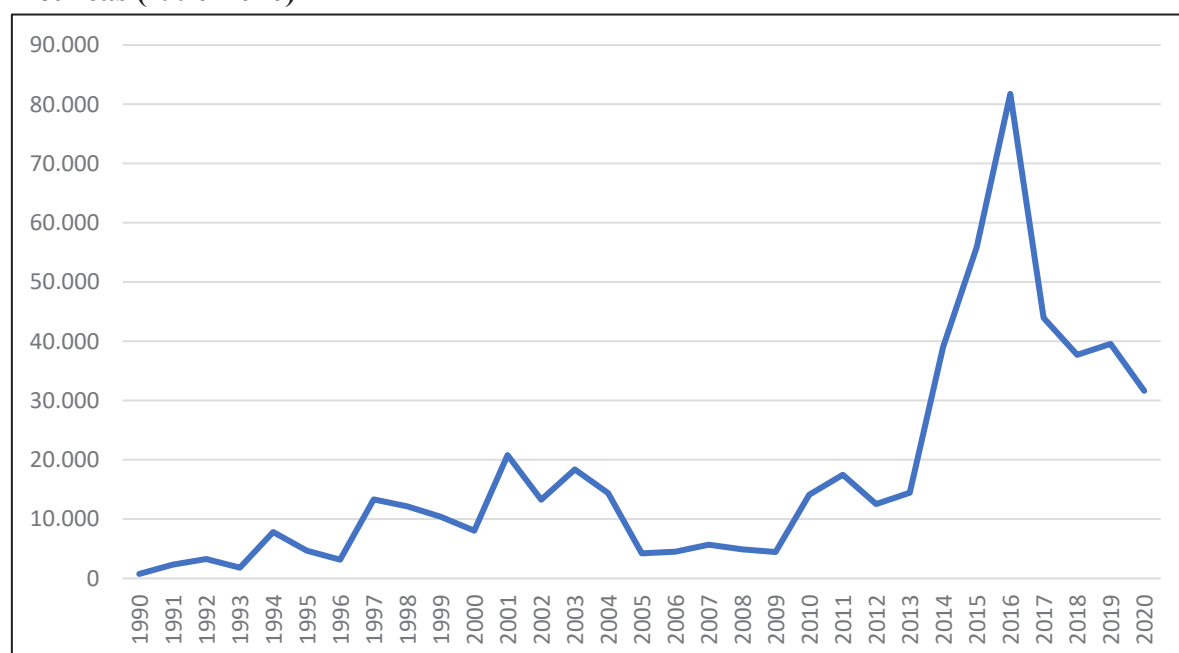
Estados Unidos, Bélgica y Alemania han sido, agregando el valor monetario total entre 2003 y 2020, los principales destinos de las exportaciones. El mercado europeo, tradicionalmente más exigente que el norteamericano, siempre ha mostrado preferencia por la importación de cafés Arábicas Colombianos Suaves, mientras que en Estados Unidos ha existido más demanda de Otros Arábicas Suaves. No obstante, ya en los años 1990 el café mexicano consiguió importantes aumentos en las exportaciones a Europa, gracias a la labor de mejora de la calidad del café de exportación. En 1998, países como Alemania, Francia, Países Bajos y Bélgica doblaron el valor de sus importaciones de café mexicano en un solo año, gracias a la medida de la Unión Europea de eliminar el arancel del 4% que se aplicaba a la importación de café mexicano, tras el ingreso de México en la OCDE en mayo de 1994. Hasta finales de esta década, el 95% del café exportado por México era café verde. Del café soluble que se produce en México, solamente entre un 4% y un 5% se destinaba a la exportación. Diez grandes compañías controlaban el 63% de las exportaciones, mientras que 197 pequeñas empresas, incluyendo cooperativas de pequeños productores, abarcaban el 37% restante. Los tres mayores compradores de café mexicano en Estados Unidos, principal importador del café mexicano, eran Philip Morris/Kraft/General Foods/Jacobs Suchard, Procter&Gamble/Folger's y Nestlé (Perezgrovas *et al.*, 2001). A pesar de estar entre los diez primeros productores mundiales y ser uno de los principales productores de la categoría Otros Arábicas Suaves, México tiene escasa capacidad de fijar precios por lo que se le considera un país tomador de precios (Martínez y Salinas, 2004).

Hasta el año 1989, las estadísticas de comercio exterior muestran una total ausencia de importaciones de café en México. El Gráfico 3.2 muestra cómo a partir de ese año, en el contexto de unos mercados liberalizados, México empieza a importar café y a mediados de la década de 1990 el salto en el volumen de las importaciones es muy notable. Entre los años 2005 y 2009 sufren un retroceso, causado por la escasez de café en los mercados internacionales en aquel periodo, vuelven a repuntar con fuerza a partir del año 2013 y desde mediados de la pasada década alcanzan volúmenes insólitos en la historia de México. El pico que se

13 Datos calculados a partir del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAMI) de México (<http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/partida.php>, consultada el 11/10/2021)

observa en el año 2016 es debido a la plaga de la roya, que afectó gravemente la producción mexicana.

Gráfico 3.2. Importaciones de café de México en todas sus modalidades, en toneladas métricas (1990-2020)



Fuentes: elaboración propia con datos de FAOSTAT (<https://www.fao.org/faostat/es/#data/TCL>, consultado el 14/02/2021) y Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAMI) (<http://siavi.economia.gob.mx/>, consultado el 16/02/2021).

Los dos principales proveedores, durante el periodo 1990-2020, han sido Brasil y Vietnam, que conjuntamente sumaron el 53,8% de las importaciones. Se trata de café de las categorías inferiores, destinado en una proporción muy notable a las plantas procesadoras de café soluble (Hernández Navarro, 2000 y 2002a; MCIM, 2001; Sosa Hernández, 2006; Rudiño, 2010; Zamudio, 2018; Celis, 2019a; Cruz Hernández, 2019; Paz Paredes, 2019; Trujillo, 2020; Braunholz, 2020). Las plantas solubilizadoras son grandes consumidoras de café verde, ya que se necesitan entre 2,5 y 2,6 kilos de él para elaborar 1 kg de café soluble. El tercer proveedor en importancia es Estados Unidos, con un 20,9% de las importaciones. Desde el año 2017 hasta la actualidad, el 64,8% de las importaciones procedentes de Estados Unidos han sido en forma de café verde sin procesar, correspondiente a las partidas arancelarias 090111 y 09112, proveniente por tanto de terceros países productores y cuyo destino principal es la elaboración de café soluble. El resto de las importaciones con origen estadounidense ha consistido en café procesado, sin descafeinar o descafeinado, incluido en las partidas arancelarias 090121 y 090122. Si se añaden las importaciones procedentes de Honduras, que fueron relevantes durante el periodo de afectación de la plaga de la roya en México (2013-2016), estos cuatro países totalizan el 84,9% de las importaciones de café de México desde el año 1990 hasta el 2020¹⁴.

14 Datos calculados a partir del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAMI) de México (<http://siavi.economia.gob.mx/>, consultada el 3/10/2021)

Dos características sobresalen en el café que tradicionalmente ha sido consumido de forma mayoritaria en México: el predominio de cafés de baja calidad, que a menudo contienen aditivos, y la cuota de mercado que posee el café soluble. La producción de café Robusta suele oscilar entre un 5% y un 7,5% de la producción total de México, por lo que la elaboración de café soluble requiere las importaciones de terceros países mencionadas en el párrafo anterior. Si bien la especie Robusta requiere menos cuidados que la Arábica, el abandono del cuidado de las explotaciones en los periodos de bajos precios ha afectado a ambas especies y ha ocasionado la no realización de labores esenciales para la buena calidad del grano recolectado, fundamentalmente: regulación de la sombra, limpia, poda, deshije, fertilización, viveros y resiembra (Díaz y Robledo, 2005).

En las fases de acopio y transformación del grano estaban instauradas una serie de prácticas (que se han ido revirtiendo gradualmente) que deterioraban la calidad del café producido y consumido, desprestigiaban el café nacional en el interior del país y favorecían que se pagaran bajos precios a los productores. Las grandes compañías mostraban preferencia por manejar grandes volúmenes de café más que por mejorar los precios discriminando los cafés según su calidad, y en consecuencia a los productores se les pagaba el café pergamino de forma indiferenciada, sin ofrecer mejores precios por los cafés de más calidad. Los compradores de café cereza mezclaban en el procesado húmedo cafés de diferentes alturas con grados de maduración desiguales. El café que se consumía, en una proporción importante, provenía de cafés dañados: demasiado fermentados en el procesado húmedo, excesivamente secados en el proceso de secado, cafés cereza recolectados sin haber llegado al punto de maduración, granos quebrados, defectuosos o parasitados que no se filtraban y eliminaban. En el etiquetado del café puesto a la venta no se señalaban algunas características como la composición de las mezclas o las variedades de cafetos de las que se ha recolectado el grano (CEFP, 2001; Celis, 2005; Díaz y Robledo, 2005; Hernández Navarro, 2022). Aunque todavía perduran parcialmente, tales usos han ido disminuyendo de forma paulatina, en diferente medida cada uno de ellos, debido a: la mayor exigencia de calidad de un sector creciente de los consumidores, el desarrollo de toda una industria que gira alrededor de los cafés de calidad superior; y gracias a que una parte cada vez mayor de los productores, incluidas las cooperativas de campesinos con pequeñas explotaciones, han apostado nítidamente por situarse dentro del segmento de cafés de alta calidad.

El café soluble se elabora a partir de café Robusta, mezclas de Arábica Natural de rango inferior y desmanches¹⁵. La casi totalidad del café soluble puesto a la venta contiene edulcorantes, colorantes, saborizantes y otros aditivos, cuya finalidad es contrarrestar sensorialmente la baja calidad del café utilizado para su elaboración, y el sabor amargo que le confiere el elevado porcentaje de café Robusta (Celis, 2008; Durán Olguín, 2008; Paz Paredes, 2019; Aguilar, 2020). Los análisis efectuados en diferentes cafés solubles han detectado la presencia

15 En el sector del café, con el término desmanches se hace referencia a los granos defectuosos, rotos, parasitados o insuficientemente maduros.

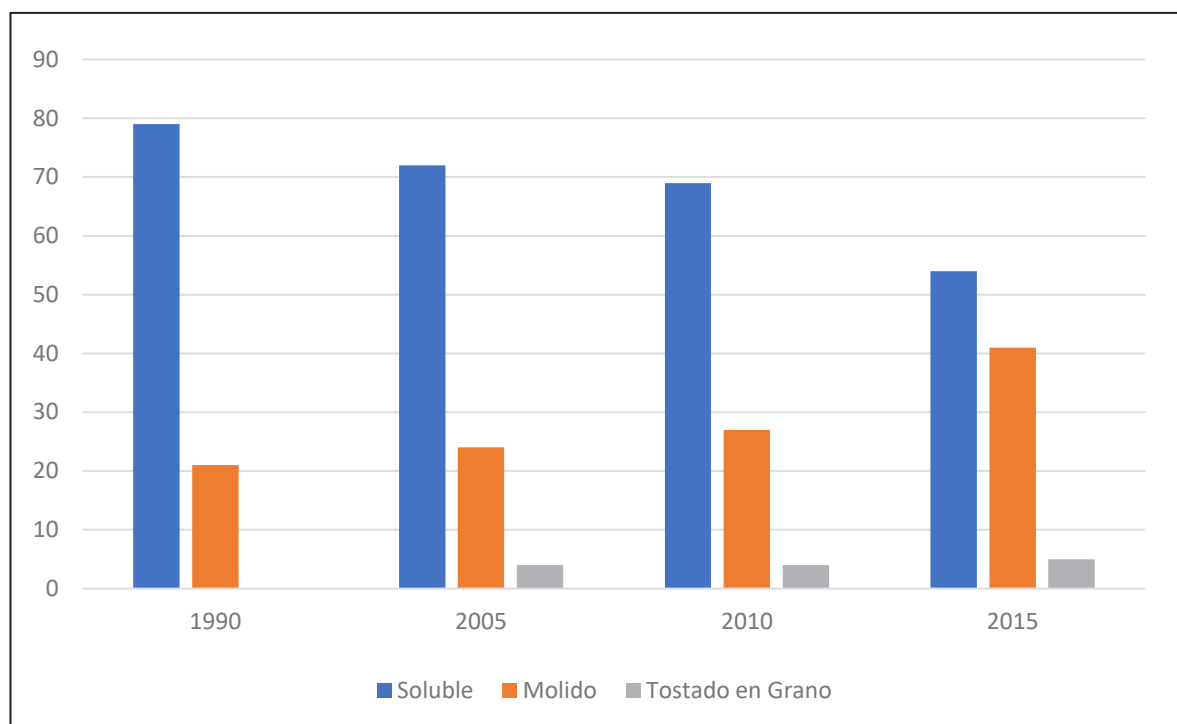
de materias primas ajenas al café como cereales (principalmente maíz), frijoles y garbanzos, añadidos para rebajar los costes mediante la menor utilización de café (Hernández Navarro, 2002a; Córdova y Fontecilla, 2008; Guerra *et al.*, 2012; Celis, 2019a), lo que ha motivado diversas inspecciones de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). En cuanto al café tostado y molido, un elevado tanto por ciento de las muestras analizadas contiene azúcar y diversos aditivos (CEFP, 2001), porcentaje que en determinados estudios se llegó a determinar en un 74% del muestreo efectuado (Santoyo *et al.*, 1994). La deficiencia del café vendido a los consumidores es alentada por la normativa mexicana, que permite identificar como cafés 100% puros los que contengan hasta un 30% de sucedáneos, sin la obligación de especificar en la etiqueta en qué consisten.

En el mercado mexicano de consumo final de café tradicionalmente ha tenido una gran preponderancia el café soluble. Todavía sigue liderando las ventas finalistas de café, pero en los últimos veinte años continuamente ha perdido cuota de mercado en favor del café tostado y molido. Su porcentaje de mercado se ha reducido desde algo más del 70% a mediados de la década de 1990, al 54% en el año 2015 (Santoyo *et al.*, 1994; Euromonitor International, 2012 y 2017).

La elevada cuota de mercado del café soluble en México contrasta con sus ventas porcentualmente residuales en mercados tradicionalmente más exigentes, en los que la hegemonía corresponde al café tostado. Algunos de los países donde el café tostado, ya sea en grano o molido, acapara un mayor porcentaje del mercado son: Finlandia (96,1%), Brasil (95%), Suecia (94,5%), Dinamarca (94,3%), Italia (94,1%), Noruega (93,5%) y Estados Unidos (91,5%) (Celis, 2005; ICO, 2012). La senda ascendente del consumo de café molido supone competir no sólo con el café soluble, sino también con los refrescos, que al igual que el café soluble se comportan como sustitutos cercanos del café molido (Guerra *et al.*, 2012).

En el Gráfico 3.3 se observa cómo han evolucionado los porcentajes de participación de los diferentes formatos de consumo de café en el mercado mexicano.

Gráfico 3.3. Participación de las diferentes tipologías del café en el consumo final en México (1990-2015)



Fuentes: Elaboración propia con datos de Sosa Hernández (2006) y Euromonitor International (2012 y 2017).

El canal mayoritario de distribución sigue siendo el comercio minorista, que en el año 2016 detentaba el 84,53% de las ventas. El canal de hostelería, restauración y cafeterías se está mostrando como el de crecimiento más dinámico, y para el año 2016 representaba el 10,03% de las ventas. Están impulsando fuertemente este canal el consumo en los hoteles, espoleado por el que tiene lugar en hoteles ubicados en zonas de gran afluencia turística, tanto nacional como internacional, y la continua apertura de nuevas cafeterías, tanto independientes como pertenecientes a alguna cadena. Finalmente, el canal institucional (centros educativos y universitarios, empresas, instituciones públicas) suponía en el 2016 el 5,44% del consumo (Euromonitor International, 2017).

3.2.3 La cadena de procesado y comercialización

El intenso aumento de las exportaciones visto en el anterior apartado se enmarca en un contexto de desregulación, tanto del mercado internacional como del mercado interno mexicano iniciado a finales de los años 1980. El vacío dejado por la no renovación de las cláusulas económicas del AIC y la progresiva supresión de los organismos paraestatales¹⁶ permitió a las empresas hacerse con mayores cuotas de mercado. Persisten ineficiencias en el acceso de los pequeños productores a la información sobre los mercados y a los canales de comercialización, y una alta concentración en algunas fases de la cadena de valor que impiden que las

¹⁶ En México se consideran paraestatales aquellas organizaciones, organismos, instituciones o compañías que trabajan para el Estado sin ser parte de la Administración Pública Centralizada. Tienen patrimonio propio y personalidad jurídica y su objetivo es auxiliar al poder ejecutivo federal en áreas consideradas por el Estado como prioritarias o estratégicas.

alzas de los precios internacionales del café se transmitan completamente a los productores. Como consecuencia de lo anterior, se observan precios reales pagados a los productores descendientes durante largos periodos.

En el acopio, procesamiento y comercialización del café cereza, pergamino y verde, desde finales de los años 1980 se dieron las condiciones para un creciente poder de mercado de una serie de filiales de los grandes traders transnacionales: Agroindustrias Unidas de México (AMSA), S.A. de C.V., filial de ECOM Agroindustrial Corporation / Grupo Esteve / Atlantic Specialty Coffee; Exportadora de Café California, S.A. de C.V., del grupo Neumann Kaffee Gruppe; Becafisa, S.A. de C.V., que pertenece a la multinacional Volcafé Holding Ltd; Louis Dreyfus Commodities Mexico, S.A. de C.V., filial de Louis Dreyfus Company; Olam Agro México, S.A. de C.V., perteneciente a Olam International; y Expogranos Mexicanos, S.A. de C.V., de Mercon Coffee Group (Hernández Navarro, 2002a y 2004; Rodríguez, 2014; Celis, 2015; Renard y Larroa, 2017). Nestlé no realiza tareas de acopio, ya que su aprovisionamiento requerido es tan elevado que esa función la externaliza a otras empresas, tanto a las grandes acopiadoras transnacionales como a empresas de menor dimensión y de ámbito estatal (Renard y Larroa, 2017).

En el estado de Chiapas, principal estado productor del país, la presencia más extendida en el mercado de acopio corresponde a AMSA, que adquiere en torno al 80% del café no tostado (Rodríguez, 2014), Exportadora de Café California y, en algunas regiones del estado, Cafés Tomari, S.A. de C.V., la cual a diferencia de las dos anteriores no pertenece a ninguna empresa multinacional¹⁷. En el conjunto del país el liderazgo corresponde igualmente a AMSA, perteneciente al mencionado grupo ECOM, una gran comercializadora internacional de productos agrícolas básicos como café, cacao, algodón, aceites vegetales, granos y legumbres. La división de café es una de las empresas más grandes del Grupo. AMSA se inició en el negocio del café en el siglo XIX en Brasil, y comenzó su operativa en México en 1979 al establecer su primera sucursal en la ciudad chiapaneca de Tapachula, con el nombre de Omnicafé. Se estima que exporta más de la mitad del total del café que exporta México (Renard, 2010a).

En las fases de torrefacción y venta minorista, y en el sector de cadenas de cafeterías, Nestlé y Starbucks son respectivamente las dos corporaciones hegemónicas (Euromonitor International, 2017). Nestlé se implantó en México en 1930 como empresa importadora de productos alimenticios. En 1935 construyó en Ocotlán, en el estado de Jalisco, su primera planta procesadora en México. Actualmente cuenta con 18 fábricas en el conjunto del país, dos de ellas procesadoras de café en los municipios de Toluca de Lerdo (estado de México) y Veracruz (estado de Veracruz). La planta ubicada en Toluca, tras la ampliación finalizada en mayo del 2013, que aumentó en un 30% su capacidad productiva, se convirtió en la que

17 En las entrevistas efectuadas a las cooperativas cafetaleras, la mayoría identifican a AMSA y Café California como los principales competidores para adquirir el grano de los pequeños productores, especialmente en coyunturas de precios altos.

tenía mayor capacidad mundial de elaboración de café soluble (Nestlé, 2010; Figueroa *et al.*, 2016b). Una vez puesta en marcha durante el año 2022 la nueva planta procesadora de café en Veracruz, México ha pasado a ser el país del mundo donde Nestlé elabora más café, habiendo superado a Brasil. México es, por otra parte, el quinto mercado mundial más importante para Nestlé¹⁸.

La posición oligopsónica y oligopólica de Nestlé en el mercado mexicano del café ha variado a lo largo de las últimas décadas, pero se ha mantenido en valores notables. En las dos últimas décadas, el porcentaje del total de producción mexicana de café que adquiere ha oscilado en torno al 30% (Calvillo, 2008; Aguilar, 2020). En la primera mitad de los años 90, Nestlé vendía el 80% del café soluble consumido en México y Philip Morris/Kraft/General Foods/Jacobs Suchard ostentaba el segundo puesto en ese segmento de mercado (Santoyo *et al.*, 1994). La filial de Nestlé en México fue una empresa especialmente beneficiada por las negociaciones para la adhesión de México al Tratado de Libre Comercio con América del Norte (NAFTA, por sus siglas en inglés), que entró en vigor el 1 de enero de 1994 y estableció una zona de libre comercio entre Canadá, México y Estados Unidos. En virtud de ese tratado obtuvo una rápida eliminación de los aranceles que gravaban la importación de café verde, y desde su promulgación ha gozado de la protección arancelaria que impide la competencia de los cafés procesados por otras empresas en Estados Unidos o en Canadá. Las cláusulas que se pactaron estipulaban que el café tostado y molido que se importa debía estar elaborado en su totalidad con café de origen regional. En el caso del café soluble, ese porcentaje era del 40%. Se trataba de unas cláusulas que beneficiaban particularmente a las factorías de Nestlé en México, ya que no era económicamente rentable exportar café mexicano a Estados Unidos o Canadá para transformarlo y volver a exportarlo a México, y no existía una alternativa viable ya que el volumen de producción de café en Hawái siempre ha sido muy reducido (Celis, 2005 y 2013; Villegas, 2019).

En la década de 2010-2020 la cuota de mercado de Nestlé había descendido hasta el 60% (AMECAFE, 2012; Figueroa *et al.*, 2016b; Muñoz Rodríguez *et al.*, 2019). La causa de esta menor participación hay que encontrarla en la aparición de nuevos e importantes competidores en el interior de México. En el año 2001 Walmart pactó una alianza con la marca colombiana Juan Valdez para lanzar en México el café soluble de la marca Great Value, una marca blanca que Walmart venía utilizando para una amplia gama de productos de consumo,

18 Nestlé México (<https://www.nestle.com.mx/media/pressreleases/nestl%C3%A9-inaugura-la-f%C3%A1brica-de-caf%C3%A9-soluble-m%C3%A1s-grande-del-mundo>, consultada el 11/02/2021), América RETAIL (<https://www.america-retail.com/mexico/mexico-radiografia-de-nestle-mexico/>, consultada el 11/02/2021), Forbes México (<https://www.forbes.com.mx/nestle-iniciara-produccion-en-planta-de-cafe-de-veracruz-en-2020/>, consultada el 11/02/2021), Nestlé México (<https://www.nestle.com.mx/media/pressreleases/nestl-mxico-logra-el-primer-lugar-del-ranking-sper-empresas-2018>, consultada el 11/02/2021), Expansión (<https://expansion.mx/empresas/2018/12/21/mexico-sera-el-mayor-productor-de-cafe-para-nestle-en-2020>, consultada el 11/02/2021) y Milenio (<https://www.milenio.com/negocios/nestle-invertira-700-mdd-17-plan-tas-mexico>, consultada el 11/02/2021).

y en agosto de ese año el café empezó a comercializarse en los supermercados Walmart¹⁹. En este contexto de lucha por el importante mercado del café soluble en México, Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. (FEMSA), lanzó en el año 2013 el café soluble de la marca Andatti, disponible en las más de 21.000 tiendas de la marca Oxxo, tiendas de proximidad de formato pequeño que se han extendido por todo el país y que gestiona a través de su división FEMSA Comercio²⁰. En el mismo año ALSEA, operadora de Starbucks en México, impulsó la comercialización del café soluble Starbucks VIA. Otras empresas con marcas consolidadas de café soluble en el mercado mexicano son: Sabormex, Café Internacional de Córdoba (Cafinco), Intercafé y Grupo Marino.

México es el primer país de América Latina y el séptimo país del mundo donde funcionan más cafeterías Starbucks, todas ellas mediante licencia de explotación, a diferencia de otros países que le preceden en el ranking en los que la licencia de explotación coexiste con el régimen de explotación propia. La compañía inaugurada en Seattle en 1984, que en diciembre del 2004 contaba con 8.831 establecimientos en 33 países, abrió su primera cafetería en México en el año 2002, y en el año 2010 ya contaba con treientos puntos de venta en todo el territorio mexicano (Hernández Fujigaki, 2010). En septiembre del 2019 la cifra de cafeterías ascendía a 748²¹.

En la segunda mitad de los años 1990 tomó impulso la apertura de cadenas de cafeterías que ofrecen cafés con procesos de elaboración más cuidadosos en todas las fases de transformación desde la selección del grano hasta la preparación de la taza, así como cafés diferenciados tales como café orgánico, de Comercio Justo, cultivados en altura (por encima de los 900 metros sobre el nivel del mar) y bajo sombra, y de forma muy notable en los últimos quince años cafés de especialidad y los denominados gourmet. Con posterioridad, y en estrecha relación con el fenómeno de una cada vez mayor exigencia de calidad, surgió una modalidad de establecimientos que difiere en alguna medida de las cafeterías, denominados en México barras de café o barras de especialidad. Si en las cafeterías convencionales el café es una más de las bebidas disponibles y que a menudo tiene por objeto acompañar la comida, en las barras de especialidad el elenco de opciones para comer y beber es bastante más reducido, están pensadas para que el consumo se centre exclusivamente en el café y se plantean como una experiencia sensorial de su degustación. Las cooperativas de pequeños productores de Chiapas fueron pioneras en el establecimiento de cafeterías que ofrecían al público un café elaborado con más calidad en todas las fases (véase subapartado 3.5.5).

19 Información proporcionada el 23/4/2021 por Viridiana Hernández Torija, Gerente Divisional ESG de Walmart México y Centroamérica.

20 FEMSA es también el mayor embotellador del mundo de productos de The Coca-Cola Company en términos de volumen de ventas.

21 Statista (<https://es.statista.com/estadisticas/601248/distribucion-de-starbucks-por-pais-a-nivel-mundial/>, consultada el 13/2/2021 y <https://es.statista.com/estadisticas/576562/establecimientos-de-starbucks-en-el-mundo/>, consultada el 13/2/2021).

Fuera del ámbito de las cooperativas de pequeños productores, también en el año 1994 la cadena The Coffee Factory, filial de uno de los conglomerados más grandes de México y Latinoamérica, el Grupo Carso, inauguró su primera franquicia en México siguiendo el concepto de las coffeeshops de Estados Unidos. Le siguieron las cadenas también mexicanas Coffee House, Café Etrusca, Italian Coffee, Coffee Station, Café Punta del Cielo y Garat Café, el establecimiento de cadenas por exportadores mexicanos como Bola de Oro, y la implantación en el país de otras no nacionales como la holandesa Coffee Company y las norteamericanas Starbucks y Gloria Jeans. La rentabilidad económica y la expansión del número de establecimientos de estas cadenas animó la entrada en México de otras cadenas internacionales como Segafredo, Illy y The Bean and Tea Lef (Hernández Fujigaki, 2010).

Pese a que el nivel de calidad ofrecido por las diferentes cadenas es desigual, y muchas de ellas se cobijaron en el reclamo del café gourmet, bastante ambiguo ya que no lo ampara ninguna normativa pública o privada, es indudable que contribuyeron a disminuir, porcentualmente sobre el total, el elevado consumo de café soluble, que no se limitaba al ámbito doméstico, sino que también era muy común en los establecimientos abiertos al público. A partir de la proliferación de nuevas pautas de consumo se empezó a revertir la tendencia que existía con anterioridad, consistente en que los cafés de mejor calidad se destinaban íntegramente a la exportación, y en el mercado interior se comercializaban las calidades inferiores o provenientes de granos de café con defectos. Ello se veía reforzado por la escasez de buenos profesionales tostadores y porque en el sector de hostelería, restauración y cafeterías, en términos generales no existían conocimientos profesionales para la adecuada preparación del café, lo que acrecentaba la mala calidad del café finalmente consumido.

La difusión de establecimientos que ofrecen cafés no solubles, y en algunos casos basados en un verdadero esfuerzo por ofrecer café de alta calidad, fue acompañada de la formación de una generación de profesionales denominados baristas, encargados de preparar las tazas de café para los clientes, que disponían de una mucha mayor capacitación sobre las características del café, el manejo de las máquinas y cómo preparar adecuadamente la taza de café en función del grado de molido, de la intensidad del tueste, del volumen de la taza y del tipo de preparado que solicita el cliente. El gremio de cafeterías y barras de café logró una cierta consolidación y capacidad organizativa mediante la constitución de la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad de México, A.C (AMECAFE, 2012; Figueroa *et al.*, 2016a). La apertura de miles de cafeterías que utilizaban café Arábica de mayor calidad que el tradicionalmente consumido y que mejoraron la preparación de las tazas le supuso una novedosa competencia a Nestlé, que trató de contrarrestarla presionando a las administraciones para que otorgaran subsidios con objeto de extender la producción de Robusta (Celis, 2010). Esta estrategia se encuadraba en la labor que han efectuado en las últimas décadas grandes empresas como Exportadora de Café California y la propia Nestlé para adaptar la cafecultura campesina a sus intereses, incentivando la producción de Robusta y de variedades híbridas de Arábica, de mayor rendimiento pero de menor calidad en taza y por lo tanto de menor precio (Pérez y Villafuerte, 2018).

El trabajo efectuado para prestigiar el café mexicano ha contado con el apoyo de concursos y certámenes que premian tanto la labor de los profesionales como los mejores cafés que se presentan a los eventos. La Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad de México (AMCCE), A.C. organiza desde el año 2002 competencias encaminadas fundamentalmente a valorar la excelencia en todos los procesos relacionados con la preparación de tazas de café, en las categorías de: Barista, Arte Latte, Brew Bar, Tostado, Catación, y Café y Coctelería. Esta celebración de concursos se complementa con la impartición de cursos en los oficios de tostador, barista, catador y conocimientos generales sobre el cultivo del café. Son cursos certificados por la Specialty Coffee Association, organización surgida en el año 2017 de la unión de la Specialty Coffee Association of America (fundada en 1982) y la Specialty Coffee Association of Europe (creada en 1998), que aglutina profesionales, empresas y organizaciones en más de 100 países, y tiene como propósito velar por la calidad del café de especialidad según los estándares establecidos por ella, y por una elaboración artesanal desde la siembra del café hasta la preparación de la taza.

En el año 2012 empezó a celebrarse el Certamen Taza de Excelencia México, organizado conjuntamente por Alliance for Coffee Excellence, entidad sin ánimo de lucro constituida en el año 2002, con sede en Portland, que promociona productores de café de alta calidad y les pone en contacto con importadores y tostadores, y la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C. (AMECAFE), una sociedad civil que ejecuta las políticas diseñadas por el Comité Nacional Sistema Producto Café, órgano sucesor del INMECAFE y del Consejo Mexicano del Café.

El origen de la Alliance for Coffee Excellence se remonta a 1999, cuando los fundadores de Cup of Excellence (COE) y la Specialty Coffee Association of America desarrollaron la primera plataforma global de subastas en internet para cafés premiados. En su constitución legal en 2002 fue decisivo el apoyo prestado por la Brazil Specialty Coffee Association. La AMECAFE es el socio en México de Alliance for Coffee Excellence, fundadora del Certamen Taza de Excelencia, que en la actualidad se celebra en ocho países productores de café. El objetivo del Certamen Taza de Excelencia México no sólo es premiar a los mejores cafés de México, sino que sean vendidos mediante las subastas electrónicas de Alliance for Coffee Excellence a importadores y tostadores internacionales.

En el año 2020 tuvo lugar la primera edición del Concurso Taza Dorada. Cafés de Comercio Justo de México, en la que participan las cooperativas de pequeños productores cuyo café está certificado con el sello de Comercio Justo. Está organizado por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), una de las tres redes continentales de Fairtrade International, y la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo. Las dos ediciones celebradas se han llevado a cabo en el Café Museo Café de San Cristóbal de las Casas.

Otro canal que se ha abierto para dar salida comercial al café de los pequeños productores es Tienda UNAM, emplazada en el campus universitario de Ciudad de México de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la universidad con mayor número de estudiantes matriculados de América Latina. La exposición “Producir Conservando. Biodiversidad y comunidades sostenibles”, realizada en el 2018, derivó en el proyecto “Orgullo México” que incluye Tienda UNAM, gracias al cual están disponibles a la venta en la tienda del campus alimentos, juguetes y artículos de limpieza y de cosmética, elaborados por pequeños productores y comunidades indígenas de diferentes estados del país. El proyecto engloba la Iniciativa Comercial O-bio: Productos y Comunidades Sustentables, impulsada por el Consejo Civil Mexicano para la Silvicultura Sostenible, Tienda UNAM y Fomento Social Banamex (asociación sin ánimo de lucro creada por iniciativa del Consejo de Administración del Banco Nacional de México, S.A.), entre cuyos productos cuenta con café de cooperativas de Oaxaca y Chiapas. La iniciativa tiene el propósito de que las organizaciones comunitarias diversifiquen sus canales de comercialización y que los consumidores valoren el origen y la calidad de lo que compran, además de pagar precios superiores a los del café convencional²².

La expansión de los establecimientos de cafés diferenciados, ligada a una emergente clase media con mayor poder adquisitivo y con mayores exigencias de calidad, cambió sustancialmente la tipología del café consumido en México. Han sido un elemento esencial del aumento del café tostado, molido o en grano, en detrimento del soluble. Pueden subrayarse algunos cambios relevantes que se han dado. Se han mejorado los métodos de preparación de la bebida, las dosificaciones, la calidad y temperatura del agua utilizada, los tiempos de extracción y el nivel tecnológico de los equipos. Se ha ampliado el elenco de cafés puestos a disposición de los clientes y han generado una mayor cultura cafetalera entre los consumidores. Se ha creado un mercado adicional para productores y cooperativas de productores, tradicionalmente muy dependientes del mercado de exportación, si bien debe señalarse que la incidencia sobre el precio pagado a los productores depende de que sus cooperativas controlen la gestión de los establecimientos abiertos al público, y en caso contrario del poder de negociación de las cooperativas. Han captado nuevos consumidores de café, especialmente entre la población menor de cuarenta años. Han atraído al sector profesionales más cualificados y han capacitado a los que ya estaban en él, principalmente a los baristas.

El contexto general del cambio de tendencia en el consumo de café en México ha contribuido a crear conciencia, en un sector de los consumidores, sobre la conveniencia de consumir café de calidad de productores mexicanos en lugar de café de otros orígenes o café soluble elaborado con cafés importados y/o de mala calidad. Desde los productores se apela a menudo a: las bondades ambientales del café Arábica cultivado bajo sombra y la calidad que ofrece el café de altura, los efectos positivos sobre la salud del buen café o café de calidad, al hecho de que un número muy importante de los campesinos productores pertenece

22 Dirección General de Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2020_992.html, consultada el 17/2/2021).

a los pueblos indígenas de México y al continuo esfuerzo de los pequeños productores por ofrecer un café progresivamente de mayor calidad. En este terreno la labor de difusión de las cooperativas de pequeños productores a través de sus páginas web y en las redes sociales, la mejora de su gestión logística, las facilidades comerciales que brindan para enviar café a cualquier localidad del territorio mexicano y su labor comercial de consolidar y fidelizar una cartera de clientes, tanto empresas tostadoras de tamaño medio como del sector HORECA, están siendo muy relevantes.

La senda creciente en el consumo de cafés diferenciados y de alta calidad en México se inscribe en un fenómeno más global que se viene observando desde la década de 1990 en numerosas regiones del planeta, de forma más intensa en mercados maduros como Europa, Estados Unidos, Canadá y Japón, y en áreas urbanas de economías emergentes como China, Rusia, India, Brasil y el propio México, países donde, si bien todavía predomina el consumo de cafés de poca calidad, el segmento que más crece es el de cafés diferenciados (Giovannucci, y Juárez, 2006; Pelupessy, 2007; UNCTAD, 2009b; Pierrot et al., 2011; CEDRSSA, 2014). Esta tendencia se relaciona con la renta per cápita, ya que los cafés con las características mencionadas presentan una elevada elasticidad positiva en relación con la renta (Fitter y Kaplinsky, 2001). Lo que se observa en los mercados donde el consumo de café se va sofisticando, y el caso de México se puede considerar paradigmático, es que los consumidores van escalando paulatinamente en el tiempo desde cafés deficientes hacia cafés de mayor rango²³. Recientemente se observó un fenómeno similar en Taiwán y República de Corea, donde el consumo de café soluble llegó a un punto máximo en el año 2013 y a continuación no ha dejado de expandirse el consumo de café tostado y molido (ICO, 2018).

Frente a las transformaciones en el modelo de consumo que han contribuido en alguna medida a un aumento de los precios internos del café, continúan existiendo ineficiencias que actúan en sentido contrario. La finalización del Acuerdo Internacional del Café en 1989 y la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, produjeron una mayor integración del mercado mexicano de café con los mercados exteriores y una mayor transmisibilidad de los precios internacionales al interior de México. No obstante, movimientos alcistas de precios que afectaron a los consumidores se transmitieron insuficientemente a los productores en determinadas zonas rurales, debido a una escasa información de las condiciones de mercado y a una deficiente infraestructura de comercialización, que generan elevados costes de transacción. Esto impidió que subidas del precio como la del año 2011 se reflejasen plenamente en los ingresos de los productores (Jaramillo y Benítez, 2016). Las bajadas de precios, por el contrario, sí que se transmiten plenamente a los productores. Como consecuencia del impacto de las caídas de precios en origen, se estima que entre 1989 y 2005, los productores mexicanos vieron disminuida su renta en un 65% (Renard, 2010b).

23 Así lo confirma, en la entrevista mantenida el 7/9/2021, Héctor Manuel Díaz Pineda, consultor de la industria mexicana del café, instructor del Coffe Quality Institute y experto en Gestión de Calidad y Evaluación Sensorial del Café.

En consonancia con lo observado en los precios reales de los mercados internacionales, que han mostrado una tendencia de largo plazo a descender en términos constantes, los precios reales pagados a los productores mexicanos muestran una propensión al descenso durante largos períodos. una tendencia relacionada con la sobreoferta mundial posterior a la vigencia del Acuerdo Internacional del Café pero que es observable en análisis que también abarcan las décadas de 1970 y 1980 (Martínez y Salinas, 2004).

3.3 Las políticas públicas hacia el sector cafetalero desde finales del siglo XX

Las políticas gubernamentales mexicanas entraron en contradicción, de muy diversas maneras, con los intereses del campesinado, actor principal de la Revolución que conformó el Estado mexicano moderno. Desde la óptica de los poderes públicos, se asumió la necesidad de tener proximidad con los campesinos, para que no se organizaran en una fuerza opositora que les debilitase, pero al mismo tiempo se les quería tener a suficiente distancia como para no tener la obligación de ceder a todas sus demandas, que impugnaban los fundamentos de un proyecto de país sucesivamente alejado de los principios que impulsaron la Revolución. Desde la vertiente de los campesinos, resultaba harto difícil llevar su independencia respecto al poder público hasta el punto de una ruptura radical, ya que a él le competía la cuestión central de la tierra y todos los servicios de apoyo que necesitaban para su supervivencia. Pero acercarse demasiado a los poderes públicos implicaba que sus reivindicaciones quedaban aplazadas de forma indefinida, se veían atrapados en una telaraña burocrática y sólo se obtenían concesiones parciales, de las que obtenían provecho mayormente unos cuantos que se solían incorporar a la estructura de poder (Esteve, 1984). Esta lógica doblemente disfuncional estaba íntimamente relacionada con las características del partido que ostentó el poder durante casi un siglo y del régimen que implantó.

El Partido Revolucionario Institucional (PRI), bajo sus actuales siglas o con la anterior denominación de Partido Nacional Revolucionario, detentó el gobierno federal desde 1929 hasta el año 2000, y de nuevo desde el 2012 hasta el 2018. Asimismo, gobernó en las 32 entidades federativas desde 1929 hasta 1989, cuando por primera vez perdió una gubernatura estatal, la del estado de Baja California. Se trató de un régimen caracterizado por sistema político autoritario, clientelar y con rasgos paternalistas, que creó una densa red de vínculos entre partido y gobierno, y entre ellos y el entramado corporativo construido alrededor del partido (Pipitone, 2009; Monsiváis, 2010). En este entramado corporativo, el organismo que vehiculaba la relación del PRI con el campesinado era la Confederación Nacional Campesina (CNC), que aglutinaba comuneros, ejidatarios, asalariados agrícolas, productores y solicitantes de tierras, y era el interlocutor casi exclusivo del sector agrario (Hernández Navarro, 1990).

La CNC había sido creada en 1938, durante el mandato de Lázaro Cárdenas del Río, teniendo como principales objetivos continuar el reparto agrario, tramitar las demandas cam-

pesinas en las dependencias oficiales e impedir que los funcionarios locales entorpecieran el proceso de reparto de la tierra iniciado con posterioridad a la Revolución de 1910. Paulatinamente transmutó en un sindicato plenamente oficialista, que cumplía la doble misión de intentar dar cauce a las demandas campesinas más intensas y, por otro lado, restar vigor y coherencia a los movimientos campesinos (Esteva, 1984).

Los dirigentes de la CNC recibían cargos políticos, lo que originaba el denominado cacicazgo ejidal, es decir, representantes regionales que quedaban imbricados en la estructura orgánica de la CNC. Este cacicazgo jugaba un papel central en la articulación de los organismos del gobierno con los ejidos, pero también con los integrantes de los ejidos (Gordillo, 1992). Las autoridades ejidales se encontraban, por lo tanto, en la base de la estructura piramidal de la Confederación Nacional Campesina, por lo que los campesinos ejidatarios se hallaban sometidos a una doble jerarquía política, la del gobierno y la del partido. Los ejidos se acabaron convirtiendo en parte integrante del vasto aparato de la organización política del partido que detentó el poder durante la mayor parte del siglo XX (Stavenhagen *et al.*, 1973; Trujillo Bautista, 2015). El prolongado control corporativo de los campesinos por un régimen que *de facto* era de partido único y el paternalismo que utilizaba el poder político, fomentaron en numerosas organizaciones de campesinos una cultura clientelar de relación con los gobiernos, que todavía perdura en la actualidad en la manera de negociar con las administraciones y de formular demandas, y en la excesiva confianza en los recursos públicos para hacer viable la condición de campesinos.

Dentro de la denominada propiedad social de la tierra, creada tras la Revolución Mexicana de 1910, el ejido era y sigue siendo la forma mayoritaria de tenencia de la tierra. Los ejidos consisten en núcleos de familias campesinas nacidos de la repartición de la tierra y sus recursos, en virtud de diversas leyes agrarias promulgadas con posterioridad a la Revolución Mexicana, mediante las que el estado dotaba de tierra a los campesinos para que tuvieran propiedad de cultivo, quienes la recibían en usufructo y pasaba a ser inalienable. La tierra se repartió entre los jefes de familia, pero la titularidad del usufructo pertenecía al grupo beneficiado, aun cuando las unidades de dotación fueran asignadas a cada una de las familias del grupo. El usufructo estaba sujeto a una gran cantidad de limitaciones y restricciones que reproducían las particularidades de la propiedad comunal. La otra figura relevante de tenencia de la tierra era la comunidad. La propiedad comunal suponía la restitución y/o confirmación de la tenencia de las tierras de las que fueron desposeídos los campesinos. Los beneficiarios de este reconocimiento o concesión oficial de la tenencia de la tierra eran las comunidades que de hecho mantenían un funcionamiento comunal. Los títulos de propiedad provenían en muchos casos de la época de la dominación colonial.

El régimen del PRI se caracterizó, en lo económico, por un marcado intervencionismo, lo que se plasmó en la creación de instituciones que ejercieron una contribución estratégica en la reproducción social y económica del campesinado. Entre ellas se pueden señalar FER-

TIMEX (Fertilizantes Mexicanos), Productora Nacional de Semillas (PRONASE), CONASUPO²⁴ (Compañía Nacional de Subsistencias Populares) y BANRURAL (Banco Nacional de Crédito Rural), así como organismos que ostentaban el monopolio de la exportación de determinados productos: INMECAFE (Instituto Mexicano del Café), CONADECA (Comisión Nacional del Cacao), TABAMEX (Tabacos Mexicanos), CORDEMEX (Cordeleros de México, que centraba su actividad en la fibra de henequén) y AZUCAR, S.A.

El Instituto Mexicano del Café se fundó en 1958 como resultado de la fusión de la Comisión Nacional del Café, creada en 1949 con funciones de investigación para mejorar los rendimientos, Beneficios Mexicanos del Café (Bemex), institución encargada del procesado del café, y las dependencias de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que tenían atribuciones sobre los permisos de exportación del café y asuntos fiscales. Según Martínez Morales (1996), el decreto que creó el INMECAFE le confirió funciones de innovación tecnológica para incrementar los rendimientos, regulación de precios y permisos de exportación, control de plagas y enfermedades, conservación de los suelos y fertilización.

En los años 1970 el INMECAFE recibió un renovado impulso bajo el mandato del presidente Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), que estuvo marcado por políticas económicas neokeynesianas y, en el sector agrario, por la proliferación de organismos y empresas paraestatales. A partir de 1973 se ampliaron las funciones del INMECAFE, de forma que abarcó la práctica totalidad del proceso productivo y comercial: asistencia técnica, investigación agronómica, entrega de fertilizantes, control de plagas, producción de maquinaria industrial para el procesado del café, acopio, almacenamiento y comercialización del grano, financiación y asignación de licencias de exportación. Asimismo representaba al país en la Organización Internacional del Café, donde se decidía la cuota de exportación que le correspondía a México.

El año 1973 supuso un punto de inflexión para la regiones actualmente productoras de café. En Chiapas, aunque el café había llegado a mediados del siglo XIX procedente de Guatemala, sólo se cultivaba de forma intensiva en la región del Soconusco, en las fincas de grandes terratenientes extranjeros. Antes de la llegada del INMECAFE, en regiones productoras como Los Altos no abundaban las plantas de café, pero los campesinos que trabajaban en las fincas del Soconusco guardaban semillas que luego plantaban al regresar a sus comunidades (Cobo y Paz Paredes, 2009). Fue en los años 1970 cuando el café se extendió por las serranías de diversas regiones con la llegada del INMECAFE, que encontró unos campesinos que conocían el cultivo gracias a su trabajo como peones en el Soconusco.

El INMECAFE implantó dos líneas de acción: amplió la red de centros de acopio y empezó a organizar a los productores para agilizar el proceso productivo, para lo cual impulsó una intensa campaña para agruparlos en las denominadas Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC), que servían en buena medida como instrumento de control

24 Organismo instituido en 1962 para abastecer alimentos a las comunidades rurales. Tuvo su precedente en la Nacional Distribuidora y Reguladora, S.A. (NADYRSA), creada en 1949.

político, y a las que pertenecieron casi todos los pequeños productores que posteriormente se organizarían de forma independiente (Nolasco, 1985; León y Flores, 1991; Sánchez Juárez, 2015).

Las UEPC no tenían personalidad jurídica y no eran sujetos de crédito del sistema bancario, pero recibían los anticipos a cuenta de la cosecha y otras ayudas económicas que concedía el INMECAFE, que se retornaban por medio de la cosecha o de una parte de ella, la cual se entregaba en los centros de acopio del INMECAFE. Los anticipos se recibían de forma solidaria, lo que implicaba que si alguno de los productores no devolvía al INMECAFE el anticipo recibido, la UEPC no volvería a recibir apoyo financiero y ninguno de sus miembros recibiría más recursos. Gracias a este funcionamiento el INMECAFE tuvo muy bajos niveles de morosidad, excepto a finales de los años 1980, cuando los bajos precios del café provocaron dificultades económicas en los productores (Santoyo *et al.*, 1994). Los campesinos integrados en UEPC tenían la seguridad de poder vender su producción al precio de garantía oficial fijado por el INMECAFE.

El fruto de la política que desplegó el INMECAFE fue un importante aumento en el número de UEPC en funcionamiento. En el ciclo cafetalero 1973/74 el instituto consiguió organizar 1.030 unidades que contaban con 24.903 socios y 58.000 hectáreas cultivadas. A finales de 1975 se habían añadido otras 666 unidades, que hicieron duplicar el número de socios. En el ciclo 1977/78 las más de 2.000 UEPC ya agrupaban casi 74.000 miembros y 125.000 hectáreas (Aguirre, 1999). La proliferación de las UEPC se dio principalmente en los estados de la mitad sur del país (Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Guerrero), y el café se consolidó como un cultivo básicamente minifundista, como se pudo ver en el apartado 3.2.

En los años 1980 el número de UEPC continuó creciendo. En el ciclo 1983/84 el número de socios había subido a casi 120.000, englobados en más de 2.600 UEPC y con un área conjunta de 312.000 hectáreas (Nolasco, 1985). En el ciclo 1986/87 el INMECAFE entregó ayudas a 3.228 UEPC que representaban a 164.344 productores (84,7% del total nacional), con 428.343 hectáreas (76,4% de la superficie). No obstante, estos productores sólo entregaron al instituto el 35,4% de la producción total de México (Santoyo *et al.*, 1994; Renard, 1999).

El INMECAFE empezaba a resentirse de un paulatino cambio en las políticas públicas del país. Durante el gobierno de José López Portillo y Pacheco (1976-1982), una vez concluido el sexenio de Luis Echeverría, caracterizado por ser muy intervencionista, los programas agrarios públicos empezaron a diseñarse siguiendo las prescripciones dictadas por los organismos financieros internacionales. Las limitaciones que establecía el artículo 27 de la Constitución entorpecían agregar a la órbita del capital las organizaciones colectivas de productores sujetas al régimen ejidal o comunal. Esto representaba un permanente obstáculo a la acción del agronegocio nacional o transnacional en estas explotaciones (Esteve, 1984).

El funcionamiento del INMECAFE quedó muy afectado por el nuevo signo de la política

económica durante el mandato de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), quien accedió al poder en una coyuntura económica extraordinariamente complicada, de la que un factor fundamental fue el descenso del precio del petróleo a partir de 1981. En 1981, los países industrializados anunciaron reducciones en sus compras de petróleo, y los países de la OPEP no consiguieron llegar a un acuerdo para reducir la producción, con lo que los precios iniciaron una espiral descendiente. Paralelamente la política estadounidense de tipos de interés altos hizo que se encareciera la devolución de la deuda externa, no sólo por la elevación de la carga financiera de la misma, sino también por la apreciación del dólar. En 1982, la economía mexicana colapsó con una inflación desbocada, fuga de capitales, especulación colosal contra el peso mexicano y a favor del dólar y el casi agotamiento de divisas en poder del Banco de México.

Ante esta situación, la política económica del gobierno de Miguel de la Madrid tuvo como pilares: rápida apertura de la economía nacional a los capitales extranjeros y mercancías, notable reducción de la participación del Estado en la actividad económica, elevación de los tipos de interés y control y restricción de la circulación monetaria, flexibilización del mercado laboral y, en el final del sexenio, liberalización de los precios de todos los bienes y servicios y eliminación de los subsidios generalizados al consumo (Ornelas, 2000). La inversión pública en el sector forestal y agropecuario sufrió un brusco descenso y pasó del 25,4% del PIB del sector en 1980 al 3,2% en 1988 (Martínez Morales, 1996).

La traslación de estas políticas al sector del café implicó que, a partir del año 1982, el INMECAFE fue disminuyendo el volumen de sus compras de café y de créditos a los pequeños productores. En regiones como el Istmo de Tehuantepec, en Oaxaca, a principios de los años 1980 había llegado a adquirir casi la mitad de la producción, y a nivel nacional un porcentaje similar (43,5% en 1982/83). Pero en el ciclo 1987/88 ya sólo compró el 9% de la producción de la región oaxaqueña, mientras que a nivel nacional el porcentaje se situó en el 9,6%. El instituto conservó las funciones de control de las exportaciones y de las divisas procedentes de ellas y la representación ante la Organización Internacional del Café (Paré, 1990; Aguirre, 1999).

En 1989 se anunció la desaparición del INMECAFE. La decisión tuvo lugar en un contexto en el que las tesis neoliberales se imponían globalmente y a escala mundial se iniciaba la desaparición de los acuerdos que regulaban la comercialización de determinados productos básicos, entre ellos el Acuerdo Internacional del Café (véase apartado 1.2). El anuncio ocurrió a inicios del sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), quien tras las elecciones de julio de 1988 había tomado posesión del cargo el 1/12/1988. Poco después de haberse iniciado la cosecha 1989/90, la Secretaría de Hacienda desreguló los trámites aduaneros, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial eliminó los permisos previos de exportación y el Comité Técnico del INMECAFE eliminó los cálculos de existencias y el precio mínimo oficial de garantía.

Con el retiro del instituto las UEPC no tenían motivos para seguir existiendo, y el propio INMECAFE implantó una programa para transformarlas en sujetos de crédito, la mayoría de ellas Sociedades de Solidaridad Social (SSS) y algunas Sociedades de Producción Rural (SPR). Los representantes de las UEPC habían adquirido una cierta capacidad de gestión que en muchos casos trataron de conservar en su beneficio. Al ser estructuras poco democráticas no destinadas a generar procesos de desarrollo integral de los productores, no aglutinaban un gran número de ellos, con lo que muchas UEPC transitaban hacia cooperativas de tamaño muy reducido, como se verá en el subapartado 3.5.4. En la mayoría de los casos eran cooperativas que no desarrollaron capacidad de transformación y de comercialización internacional, por lo que acabaron siendo proveedoras de materia prima para los intermediarios.

Lo paradójico fue que, mientras el gobierno mexicano desmontaba instituciones que apoyaban al campesinado en sectores donde era mayoritariamente indígena, simultáneamente firmó y ratificó en 1990 el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes, que garantizaba los derechos colectivos de los Pueblos Indígenas, reconocía sus aspiraciones a asumir el control de sus propias instituciones y formas de vida y recordaba su particular contribución a la diversidad cultural y ecológica del mundo.

Si bien el INMECAFE había ejercido una innegable función de amparo de los pequeños productores, su promoción y posterior control de la organización colectiva de la producción adoleció de una contradicción intrínseca que se replicó en otros cultivos en los que intervino el Estado. Los productores organizados colectivamente retenían formalmente la posesión de su tierra, pero la capacidad decisoria sobre cómo explotarla en realidad se transfería a las instituciones públicas. De esta manera, los productores asumían la responsabilidad sin el poder, y los organismos públicos el poder sin las responsabilidad (Barkin, 1978; Esteva, 1984).

Al mismo tiempo que el INMECAFE iniciaba su proceso de desaparición, desde otros ámbitos se hicieron intentos para paliar la grave situación en la que habían quedado los pequeños productores. El Instituto Nacional Indigenista (INI), organismo paraestatal descentralizado creado en 1948, asumió algunas de las funciones del INMECAFE y puso en marcha en 1989 el Programa de Comercialización y el Programa de Apoyo a los Productores de Café del Sector Social, con los que trató de impulsar y fortalecer los procesos organizativos de los cafecultores mediante recursos del Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) (CDI, 2012).

El PRONASOL fue una estrategia de contención, en una coyuntura de fuertes movilizaciones sociales, para volver a fortalecer los mecanismos de control corporativo. A pesar de las buenas intenciones del INI de ayudar a los pequeños productores con fondos del programa, el gobierno de Carlos Salinas pretendía volver a instaurar líneas jerárquicas de control clientelar y recuperar la legitimidad del Estado frente a la sociedad civil en un momento de fuertes movilizaciones sociales, pero los movimientos campesinos ya habían superado la fase de pedir

favores al gobierno y ahora exigían que se respetaran sus derechos. El programa aceptaba como destinatarios de las ayudas a los campesinos en situación de extrema pobreza y tuvo un carácter asistencial más orientado a atender las necesidades primarias de los productores que a mejoras productivas. Otorgaba créditos sin intereses y sin exigencia de garantías. El dinero, sin embargo, se asignó frecuentemente según criterios clientelares y terminó siendo un mecanismo de control político y de contención de la crisis.

En Chiapas, además de que los fondos asignados eran insuficientes para paliar la creciente pobreza, el gobernador José Patrocinio González-Blanco Garrido (1988-1993) creó un fondo controlado directamente por él que favorecía a los aliados de la CNC y el PRI, fortalecía el manejo facultativo ejercido por los presidentes municipales²⁵ y marginaba a las organizaciones independientes (Oehmichen, 1998; Harvey, 2000; Renard, 2012; Sánchez Juárez, 2015). Tras el levantamiento zapatista de enero de 1994, el uso de los fondos y servicios públicos se hizo aún más discrecional, y se proporcionaban selectivamente a las comunidades sobre la base de sus lealtades políticas (IWGIA, 1996).

El 31/5/1993 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el decreto que derogaba la ley que había creado el INMECAFE. Pese al impacto que tuvo en la cafeticultura mexicana, la labor del INMECAFE no estuvo exenta de numerosas disfunciones y deficiencias. Se le achacó que los precios pagados a los productores eran demasiado bajos, por causa de la ineficiencia administrativa y logística que comportaba unos elevados costes de funcionamiento. Asimismo el instituto no promovió ningún tipo de coordinación regional ni de autogestión por parte de los productores que les permitiera participar en el procesado y comercialización del grano (Santoyo *et al.*, 1994).

En los quince años en que el INMECAFE tuvo un papel muy activo no propició la organización de las UEPC en una figura asociativa de segundo nivel que les permitiera ser sujetos de crédito de la banca oficial, lo que resultó una carencia básica, con más motivo a medida que a partir de 1982 fue disminuyendo el volumen de su actividad y sus anticipos cubrían una porción cada vez menor de las cosechas. Su modo de funcionamiento, coherente con la idiosincrasia de un régimen de partido único, instauró una relación vertical y de dependencia entre el instituto y los productores. En la estructura del instituto tenía una gran incidencia la organización oficialista CNC, que protagonizó prácticas irregulares como acaparar cuotas de exportación que sobrepasaban el café almacenado por sus asociados. Esto no era ajeno a que los dirigentes cenecistas eran intermediarios o agentes de intermediarios de mayor envergadura, y así se hacían con el café del que no disponían para hacer efectivas las cuotas de exportación conseguidas. La complicidad entre el personal del INMECAFE y los intermediarios se asentó con el paso del tiempo (Paré, 1990; Estrada, 2006).

El INMECAFE repartía de forma desigual y discrecional la cuota para exportar que reci-

25 En México, para hacer referencia a un alcalde se utiliza más comúnmente el término presidente municipal, término que proviene del artículo 115 de la Constitución.

bía de la International Coffee Organization. Los grandes exportadores, conocidos en México como ‘las cincuenta familias’, disponían de un 60% de la cuota sin tener superficie cultivada. El restante 40% se repartía entre las organizaciones de productores, cuyo cuota osciló entre el 15% y el 30% del total, y el propio INMECAFE (Vanderhoff, 1992). Numerosas organizaciones de productores afines a la CNC se articularon en una Federación de Productores de Café que recibió cuotas de exportación del INMECAFE sin haberse procedido al recuento previo de sus existencias de café, así como préstamos del Banrural que en su mayor parte no fueron devueltos; estas deudas vencidas con frecuencia fueron condonadas. El organismo paraestatal adolecía de otras prácticas irregulares. Los encargados de los centros de recepción practicaban descuentos arbitrarios sobre el café entregado por supuestos defectos en el grano que realmente no existían, y para pesar el café se utilizaban balanzas poco precisas²⁶.

A la ineficacia en el funcionamiento se le añadió un severo deterioro de la rentabilidad y solvencia del instituto, que en 1988 había acumulado una deuda de unos noventa millones de dólares (Harvey, 2000). Como se verá más adelante, la insatisfacción con el funcionamiento del INMECAFE ocasionó, por parte de los campesinos, demandas de apertura de más centros de acopio, mayores precios y mejora de la financiación. Estas reivindicaciones estuvieron en el origen del surgimiento de movimientos campesinos o la consolidación de los ya existentes, como ocurrió a finales de los años 1970 en Chiapas y primera mitad de los años 1980 en Veracruz.

El INMECAFE fue sustituido por el Consejo Mexicano del Café (CMC), creado en enero de ese mismo año y que inició sus funciones el 28/6/1993 como asociación civil dependiente de la Secretaría de Agricultura²⁷ pero sin funciones reguladoras. Su acción sobre los procesos de producción, procesado y exportación fue inexistente. La investigación fue transferida al Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), un organismo que había incidido escasamente en el sector del café. El asesoramiento técnico oficial desapareció y dejó un espacio vacante que no ocupó ninguna otra institución. La financiación a los pequeños productores quedó en manos del PRONASOL, pero con unos importes por hectárea menores que los del INMECAFE.

De acuerdo con Martínez Morales (1996), los objetivos del CMC eran:

- Impulsar la modernización tecnológica

26 En los municipios de la Selva Norte de Chiapas, era frecuente el fraude por parte de los funcionarios del INMECAFE (entrevista con Dolores María di Costanzo Piñero, asesora de Tiemelonlá Nich Klum, en 16/5/2017).

27 A lo largo de su historia, esta secretaría con competencias en materia agrícola, ganadera, pesquera y forestal tuvo diferentes denominaciones: Secretaría de Agricultura y Fomento (1917-1946), Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG) (1946-1976), Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH) (1976-1994), Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR) (1994-2000), Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) (2000-2018), y Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) (2018-actualidad). En aras de la simplificación, se utilizará el término Secretaría de Agricultura.

- Diseñar políticas que fomentaran la productividad en el sector del café
- Lograr un adecuado posicionamiento del café mexicano en el mercado internacional
- Promover alianzas estratégicas entre los agentes productivos
- Coordinar las acciones gubernamentales en el sector ejecutadas por diferentes dependencias
- Representar los intereses de México en los foros internacionales

La aplicación práctica de estas directrices arrojó unos resultados insignificantes a la hora de mejorar las condiciones de los pequeños productores. Los pequeños cafetaleros independientes no tenían ningún peso específico en el CMC, ya que la mayor parte de sus integrantes representaban a la Confederación Nacional Campesina, a diferentes secretarías del gobierno federal y a las grandes empresas. Dentro de sus escasa actividad encaminada a los pequeños cafeticultores, se puede resaltar que tras el levantamiento zapatista del primero de enero de 1994 en Chiapas, el CMC impulsó un programa de subsidios directos a los productores (como estrategia contrainsurgente).

En el nivel estatal, las políticas adoptadas en relación a la cafecultura fueron, para los pequeños productores, incluso más ineficaces que las desarrolladas a nivel federal. En Chiapas, la política del gobierno estatal a partir de 1989 se basó en dos ejes: apoyo a las grandes empresas procesadoras a través de la concesión de préstamos para la promoción comercial y la ampliación de la capacidad productiva; y afianzamiento del corporativismo de las organizaciones de productores por medio de la Confederación Nacional Campesina, mediante la transferencia de recursos para apoyar la producción amparados en el PRONASOL pero fuera de su normatividad (Perezgrovas, s/f). Un ejemplo del primer eje lo constituyó el apoyo de la Secretaría de Fomento Económico del Gobierno de Chiapas a los grandes terratenientes del municipio de Yajalón para el tueste y distribución nacional del café marca Yajalón. Dentro del segundo eje estuvo la creación de la Unión de Crédito de la Zona Norte del Estado de Chiapas, que recibió un apoyo de cinco millones de pesos mexicanos para iniciar sus operaciones.

En los años posteriores a la creación del CMC se crearon Consejos Estatales en algunos estados productores de café. El de Guerrero se creó en 1994 y en Chiapas se creó en 1997 el Consejo Estatal del Café, mediante decreto del gobernador del estado publicado en el Diario Oficial del Estado el 31/12/1997. En el año 2000 fue reemplazado por la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas (COMCAFE), que a su vez en el 2015 quedó sustituida por el Instituto de Café de Chiapas (INCAFECH). Estos organismos estatales, presididos por el gobernador de cada estado y con una estructura operativa totalmente dependiente de los gobiernos estatales, tampoco mostraron proximidad a las cuestiones de los pequeños productores y sus organizaciones. En el Consejo Estatal del Café de Chiapas, los

representantes de los productores eran los alcaldes de los municipios productores de café y un campesino de cada municipio nombrado por los propios alcaldes. Las organizaciones de productores sólo podían asistir en calidad de invitados si el gobernador lo consideraba oportuno.

En el marco de la crisis económica de 1994 por la falta de reservas internacionales y de los efectos del TLCAN sobre el agro mexicano, el 31/10/1995 el gobierno federal presidido por Ernesto Zedillo lanzó el programa Alianza para el Campo, entre cuyos objetivos declarados se encontraba el de aumentar la producción agropecuaria a un ritmo superior al del crecimiento demográfico. El programa adoleció de desarticulación entre subprogramas, falta de un modelo de desarrollo integral y encarar el problema del desarrollo desde la única perspectiva de la racionalidad económica, lo cual no sólo era inapropiado para determinados espacios socioculturales sino que abría la puerta al agronegocio (Herrera y Lutz, 2008). Desde la CNOC se criticó los muy limitados recursos que aportaba al sector del café, haber sido diseñado bajo un formato productivista que no tomaba en consideración las características de cada región ni las necesidades de las comunidades y ejidos a los que iba dirigido, y el no haber podido participar en su formulación y que la Secretaría de Agricultura sólo tuviera interlocución con los gobiernos estatales²⁸.

A partir de 2002, tras la victoria electoral en las elecciones a la presidencia de julio del 2000 de Vicente Fox Quesada, del conservador Partido de Acción Nacional (PAN), se establecieron nuevos programas. Se tomó el acuerdo de efectuar un nuevo padrón de productores, ya que el anterior censo había sido realizado por el INMECAFE. En 2003 se impulsó el programa federal de Fomento Productivo y Mejoramiento de la Calidad del Café de México, que incluía subsidios para los productores con menos de diez hectáreas. Su implementación dependía del padrón de productores, que no había sido concluido, por lo que muchos campesinos no recibieron las ayudas. Como el programa no contemplaba la totalidad de las hectáreas cultivadas por cada cafecultor, sino un fracción, la más pequeña, las cantidades finalmente entregadas fueron mínimas (Renard, 2012).

Para los productores resultó ser de más envergadura el Fondo de Estabilización, Fortalecimiento y Reordenamiento de la Cafecultura, que se constituyó en 2002 y que tenía como objetivos compensar parcialmente los ingresos de los productores en ciclos de precios bajos y potenciar el consumo interno y el mejoramiento de la calidad. Establecía tramos de apoyo directo cuando el promedio mensual del Contrato C de la Bolsa de Nueva York caía por debajo de los 85 US\$ por cada cien libras. La ayuda podía llegar a ser de 20 US\$/cien libras si dicho promedio llegaba a 65 US\$ o caía por debajo de esta cifra. Cuando el promedio mensual superaba los 85 US\$, los productores restituían al Fondo una cierta cantidad, con un máximo de 20 US\$ cuando el precio promedio superaba los 140 US\$, aunque no existió un gran rigor en el cumplimiento de este apartado del programa. Eran elegibles para recibir

28 Memoria del Segundo Encuentro Nacional de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras, 6 y 7 de septiembre de 1996, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, documento no datado.

el apoyo aquellos productores que estuvieran registrados en el Padrón Nacional Cafetalero y cuya superficie no fuese mayor a 300 hectáreas. Los apoyos a los productores se entregaban tras la comprobación de las cantidades vendidas a comercializadores registrados en el Consejo Mexicano del Café (Gámez y Juárez, 2004).

En abril del 2002, durante la tramitación de la Ley para el Fomento y Desarrollo de la Cafeticultura Mexicana, la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) entregó al Consejo Mexicano del Café un documento donde criticaba el enfoque que se le pretendía dar a la nueva legislación para el sector y ponía de relieve algunas incoherencias que presentaba el texto que se había difundido. Según la CNOC, la Comisión de Cafeticultura de la Cámara de Diputados había realizado una consulta discrecional y parcial, sin entrevistarse con las organizaciones nacionales de productores. El texto tenía un marcado sesgo contra los productores minifundistas e ignoraba la labor que desde hacía dos decenios venían realizando las organizaciones de pequeños productores. Del mismo modo no tenía en cuenta los programas de mejora de la calidad que desde el año 2001 estaba aprobando la International Coffee Organization²⁹. El documento de la CNOC señalaba que la nueva ley hablaba de levantar un censo de productores, cuando en ese momento se estaba efectuando uno que tenía un grado de avance del 70%, que estaba avalado por el sector cafetalero y que incluía la georreferenciación de las parcelas³⁰. Este último punto era particularmente ilustrativo de la descoordinación con la que el sector público mexicano atendía todo lo referente al sector del café.

A inicios del 2005, con el argumento de irregularidades en la gestión del Fondo de Estabilización, el Consejo Mexicano del Café fue intervenido y disuelto, y la Secretaría de Agricultura asumió sus funciones. En virtud de lo que mandataba la Ley de Desarrollo Rural Sustentable promulgada en el 2001, en el Capítulo X del Título III, se crearon Sistemas Producto para diferentes ramas productivas, organismos que articulaban todos los actores de la cadena productiva bajo una misma dirección. En octubre de 2004 se aprobó el Reglamento que desarrollaba la ley y regulaba los Comités Sistema-Producto. El 15/12/2004 se constituyó el Comité Nacional Sistema Producto Café (SPC), que posteriormente se desdobló en comités estatales. El SPC no tenía personalidad jurídica, por lo que para ejecutar las directrices emanadas del SPC se creó en mayo del 2006 la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE), con la figura jurídica de asociación civil³¹. La representación institucional en los órganos directivos es idéntica en el SPC y la AMECAFE: cinco representantes de los comités estatales, tres representantes de los productores y tres de la industria transformadora y las empresas comercializadoras. Aunque formalmente sean dos organismos diferentes, a efectos prácticos operan bajo una misma dirección y con un mismo cometido.

29 Véase el apartado 1.6.

30 Comentarios de la CNOC sobre la iniciativa de Ley para el Fomento y Desarrollo de la Cafeticultura Mexicana, documento no publicado facilitado por el personal técnico de Coopcafé en mayo del 2002.

31 Comunicación personal de Maribel Cruz Ávila, responsable de comunicación institucional de la AMECAFE, el 14/9/2021.

Se apuntaron algunas debilidades fundamentales en el funcionamiento del SPC, aunque no todas fueran enteramente atribuibles a este organismo. No facilitó la comunicación de las organizaciones de productores con la Secretaría de Agricultura. Igualmente funcionó sin coordinación con la Secretaría de Agricultura y con el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), un órgano de la Secretaría de Agricultura encargado de proteger los recursos agrícolas, pecuarios y acuícolas de enfermedades y plagas de importancia cuarentenaria. También se evidenció descoordinación entre el gobierno federal y los gobiernos estatales en la ejecución de los programas y presupuestos en materia agrícola, vinculada a su gestión politizada y caótica por parte de la Secretaría de Agricultura (Rudiño, 2010).

La AMECAFE, por su parte, siempre ha adolecido de insuficiencia de recursos, que provienen principalmente de los Convenios de Concertación con la Secretaría de Agricultura, y de limitadas atribuciones. Este problema se intensificó durante el gobierno de Enrique Peña Nieto, elegido presidente en las elecciones del 2012 como candidato del PRI, ya que desde la Secretaría de Agricultura se debilitó aún más tanto al SPC como a la AMECAFE (Celis, 2015). En el 2017 se nombró como director general de Fomento a la Agricultura a Santiago José Argüello Campos, directivo en México en el periodo 2005-2014 de la multinacional de comercio de materias primas agrícolas ECOM Grupo Esteve, los tres primeros como responsable de la cadena de suministros y los seis siguientes de la división de café. Su labor siempre estuvo encaminada a favorecer los intereses de la gran industria transformadora, como la promoción del aumento de la superficie cultivada de Robusta para proveer la materia prima que necesitaría la nueva planta de café soluble que Nestlé proyectaba en Veracruz. En la tramitación de la Ley de Desarrollo Sustentable de la Cafeticultura³² bloqueó la regulación de las importaciones de café Robusta de muy baja calidad, puso trabas a introducir cambios en la normativa que favorecieran a los cafés de mayor calidad y obstaculizó la revisión de una normativa de comercialización poco favorable para los productores³³.

Entre las consecuencias de la poca consistencia del SPC y la AMECAFE, es recalable que en México no se efectúan encuestas de producción que anticipen cómo será cuantitativamente cada ciclo cafetalero, debido a las limitaciones de la AMECAFE ya señaladas. El Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), encuadrado en la Secretaría de Agricultura, tiene atribuciones para realizar dicha labor, pero no la lleva a cabo. Una evidencia adicional sobre la poca operatividad del SIAP es la considerable escasez de datos sobre la producción de café orgánico, siendo México uno de los principales productores y exportadores mundiales de él. Las organizaciones de productores y sus coordinadoras estatales y

32 El proyecto de Ley ha sido aprobado en la Cámara de Senadores y está pendiente de su aprobación en la Cámara de Diputados. La Asociación Nacional de la Industria del Café (ANICAFE) ha planteado diversas objeciones por inconstitucionalidad sobre algunos artículos, que considera que atentan contra el libre mercado.

33 Entrevista con Fernando Celis Callejas, coordinador general de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), el 1/11/2023.

nacionales se resienten de los pocos datos que proporcionan la Secretaría de Economía (SE) y la Secretaría de Agricultura sobre el sector del café³⁴.

La endeble atención de las administraciones públicas a la problemática de los productores se evidenció de nuevo en el año 2012, cuando ya se estaban observando los primeros brotes de la plaga de la roya. La CNOC entregó a la Secretaría de Agricultura un plan de acciones destinado a combatir la plaga, pero desde el gobierno no se atendió la propuesta de la coordinadora (Morales Antonio, 2016). Se constata de igual forma la permanente ausencia de programas y políticas públicas destinadas a fomentar la puesta en práctica de los sistemas agroecológicos en general, y los del café en particular (Astier *et al.*, 2015). El desinterés de las administraciones públicas resulta sumamente llamativo si se considera el papel básico que tuvo México, y que desempeñaron especialmente los estados mexicanos productores de café, en el nacimiento y desarrollo de la agroecología (véase subapartado 3.4.4).

Una constante en las políticas cafetaleras de las tres últimas décadas ha sido la toma de decisiones favorables a las grandes empresas acopiadoras y procesadoras, denunciadas constantemente por las organizaciones de productores. En el subapartado 3.2.2 vimos cómo las plantas de elaboración de café soluble requieren de grandes cantidades de café Robusta, y cómo las importaciones de café empezaron a ser muy notorias a finales de los años 1990 y principios de este siglo, rebrotaron con fuerza a partir del año 2011 y se exacerbaron a partir del año 2013, durante el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto.

El elevado volumen de importaciones viene determinado por el modelo de negocio que siguen las grandes procesadoras y comercializadores presentes en México, que a diferencia de la propuesta de las organizaciones de pequeños productores, apostaron claramente por cafés baratos y de mala calidad. Además del muy elevado consumo de café soluble con alto contenido de aditivos y materias primas ajenas al café, un segmento de mercado en el que a Nestlé le han surgido diversos competidores, también ha tenido un gran impacto el lanzamiento del café molido de la marca Andatti, de pésima calidad, vendido masivamente en la cadena de tiendas de proximidad Oxxo, que se ha extendido por todo el país (Hernández Navarro, 2016). Respecto a la permisividad de la normativa mexicana con la presencia de sucedáneos en el café, desde las organizaciones de productores fue una antigua solicitud la derogación de esta normativa y la promulgación de otra que estuviera más en línea con otros países, donde sólo se puede añadir un 10% de sucedáneos en los cafés que se designen como puros, y la obligación de señalar su presencia en la etiqueta, para obligar a las empresas a utilizar más y mejores granos de café. En Brasil, la normativa que regula la elaboración de café soluble exige que el 100% de su contenido sea café. La industria procesadora, a través de la Asociación Nacional de la Industria del Café (ANACAFE), en la que Nestlé tiene un importante peso específico, siempre se opuso a cualquier alteración en la ley de etiquetado (Cauduro, 2006; Renard, 2012).

34 Entrevista con Fernando Celis Callejas el 13/10/2021.

El desinterés de la industria procesadora mexicana por la calidad también se evidenció cuando en mayo del 2001 la Organización Internacional del Café aprobó la Resolución 399, por la que los países productores miembros debían retirar del mercado el café de peor calidad. En México se asignaron 30 millones de pesos de recursos públicos al plan de retención para sufragar los costes de destrucción del café retenido, ya que se había acordado que los exportadores entregarían el 5% del café disponible para ser exportado correspondiente al de peor calidad. La ANACAFE se opuso al plan de destrucción y amenazó con llevar el caso ante la justicia, con lo que no llegó a ejecutarse. La alternativa que propuso la ANACAFE fue adquirir 200.000 sacos de café de la peor calidad, que según lo dispuesto en el Plan debían destruirse, para su venta en el mercado nacional. Era una propuesta que, una vez más, iba en la dirección de hundir los precios internos.

Con frecuencia, tales importaciones han tenido lugar en coyunturas de bajos precios del café, tanto internacionalmente como al interior de México, y por lo tanto han presionado a la baja todavía con mayor intensidad los precios internos. Fue lo que ocurrió a finales de los años 1990 y primeros años de la siguiente década. En 1999, México importó 235.500 sacos de café Arábica no lavado de rango inferior y Robusta (Hernández Navarro, 2000). El 30/11/2000 la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial autorizó a Nestlé un cupo de importación de 600.000 sacos de café Robusta (MCIM, 2001). En 2001, la Secretaría de Economía autorizó la importación de 150.000 sacos de café, de los cuales 119.000 iban destinados a la planta procesadora de Nestlé en Toluca de Lerdo (Hernández Navarro, 2002a; Cauduro, 2006). En las dos últimas décadas, el clamor contra la connivencia de las administraciones federal y estatales con la industria acopiadora y procesadora, contra la creciente presencia en el gobierno de personas con vínculos muy directos con la industria del café y contra la falta de apoyo a los pequeños productores, se ha ido extendiendo no sólo entre las organizaciones de productores sino también entre el mundo académico y parte de la opinión publicada (LADB, 2004; Morales Díaz, 2007; Calvillo, 2008; Celis, 2009, 2013 y 2019a; Morales y Salinas, 2010; Mariscal, 2011; López Manzo, 2019; Paz Paredes, 2019; Aguilar, 2020; Perea, 2020; Enciso, 2021; Hernández Navarro, 2022; Molina, 2022).

No sólo se denunció la permisividad de la ley de etiquetado con el café adulterado y la importación a gran escala de café de la peor calidad. También se señaló una distribución poco equitativa en la asignación de determinadas partidas del presupuesto federal, como ocurrió con los recursos destinados a la renovación de cafetales y los viveros, que se canalizaron hacia las grandes empresas en lugar de hacerlos llegar a las organizaciones de productores (Bartra, 2009). Por el contrario, desde las organizaciones de productores se reclamaba un programa de renovación de cafetales viable y con plantas conocidas y seleccionadas por los propios productores.

Las movilizaciones de los pequeños productores, particularmente los vinculados a la CNOC, han sido frecuentes. En la Figura 3.1 reproducimos una imagen de una de las pro-

testas que tuvieron lugar ante las oficinas centrales en México de Nestlé, por parte de cafeticultores miembros de organizaciones pertenecientes a la CNOC, a mediados de octubre del 2004.

Figura 3.1. Protesta de productores de organizaciones afiliadas a la CNOC ante las oficinas de Nestlé en Ciudad de México (octubre del 2004)



Fuente: La Jornada del Campo, No. 9, 12/6/2008 (<https://www.jornada.com.mx/2008/06/12/mercados.html>, consultado el 6/10/2021).

En la Figura 3.2 se reproduce la imagen de una nueva protesta, el 15 de enero del 2019, esta vez frente al Palacio de Gobierno de Xalapa, Veracruz, por parte de cafetaleros de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla contra la apertura de una nueva factoría procesadora de café de Nestlé.

Figura 3.2. Protesta de productores de cuatro estados en Xalapa, Veracruz, contra la apertura de una planta procesadora de Nestlé (15/1/2019)



Fuente: La Silla Rota, 15/1/2019 (<https://lasillarota.com/nacion/2019/1/15/cafetaleros-protestan-contra-nestle-en-veracruz-177360.html>, consultado el 30/6/2023).

Pese a que una parte notoria del ámbito de los pequeños productores de café mostró sus preferencias, de cara a las elecciones presidenciales de julio del 2018, por el candidato del partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) Andrés Manuel López Obrador, no se ha podido constatar un cambio de paradigma en la desigual relación de las administraciones públicas con la industria y con los pequeños productores. Una de las primeras reuniones del nuevo presidente, el 18/12/2022, es decir, diecisiete días después de su toma de posesión, fue la que mantuvo con Fausto Costa, presidente ejecutivo de Nestlé México, quien aprovechó la coyuntura para anunciar la inversión en una nueva planta de café soluble, en esta ocasión en el estado de Veracruz. También asistieron a la reunión Graciela Márquez Colín, titular de la Secretaría de Economía (SE); Cuitláhuac García Jiménez, gobernador del estado de Veracruz; Alfonso Romo Garza, coordinador de la Oficina de Presidencia; y diversos directivos del Grupo Nestlé.

Alfonso Romo Garza procedía de la agroindustria y tenía importantes vínculos con Nestlé. Su empresa Nature Source Improved Plants, resultado de la fusión de Agromod y Nature Source Genetics, provee a Nestlé de los clones de plantas de café que utiliza para elaborar el café soluble. En el año 2011 Agromod firmó un acuerdo con Nestlé y con el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP). Alfonso Romo fue el representante de Agromod en ese convenio en su calidad de presidente ejecutivo. El acuerdo canalizó 200 millones de pesos mexicanos del Programa Trópico Húmedo de la Secretaría de Agricultura para la introducción de variedades de café de alto rendimiento y alta calidad genética, así como paquetes tecnológicos para abastecer a Nestlé (Aguilar, 2020).

La inauguración de la nueva planta de café soluble de Nestlé en Veracruz, el 16 de julio del 2022, y sobre todo la asistencia al evento del presidente de México López Obrador, también suscitaron polémica y controversias. Diversas organizaciones campesinas, encabezadas por la CNOC, firmaron un manifiesto en el que reclamaban que acabaran inmediatamente las políticas de favorecer de manera inadecuada a empresas como la Nestlé y de negarse al diálogo y a llegar a acuerdos con los productores y sus organizaciones. Se adhirieron al manifiesto el Comité Estatal Sistema Producto Café de Veracruz, el Consejo Regional del Café de Coatepec A.C, la Unpcafé-CNC y la Conaprocafé³⁵.

La administración de López Obrador extendió la idea, desde el inicio de su legislatura, que las organizaciones campesinas manejaban de forma corrupta los recursos y que, por ello, su gobierno entregaría las ayudas a los productores de forma individual, ‘sin intermediarios’³⁶. Con esta nueva forma de operar lo que se pretendía era socavar la fuerza social de las organizaciones, lo que reduciría la contestación ante proyectos de infraestructura que causa-

35 Véase <https://desinformemonos.org/cafetaleros-rechazan-planta-de-nestle-en-veracruz/>, consultado el 22/6/2023.

36 Sobre las declaraciones efectuadas por López Obrador en julio del 2019, véase <https://www.jornada.com.mx/2019/07/20/cam-dilema.html> (consultado el 1/11/2023).

ban un importante rechazo por la agresión al territorio que suponían, como el Tren Maya³⁷ o el Corredor Transistmico³⁸.

El programa emblemático para el campo del gobierno de López Obrador, Sembrando Vida, fue planteado para responder a dos problemáticas de las zonas rurales: la degradación ambiental y la pobreza. El programa entrega una ayuda mensual directa de 5.000 pesos a quienes reúnan una serie de requisitos, como unos ingresos mensuales inferiores a los 2.000 pesos y disponer de una parcela con una superficie máxima de 2,5 hectáreas susceptible de poner en práctica un proyecto agroforestal. El programa ha recibido numerosas críticas. De acuerdo con el sistema de alerta del Global Land Analysis and Discovery (GLAD) del World Resources Institute, el programa está acarreando pérdida de cobertura forestal³⁹. Desde el ámbito académico se le achaca que la reforestación que propone el programa tiene una tendencia homogeneizadora, promueve la fertilización química de las parcelas y contempla poca variedad de técnicas de cultivo, lo que está provocando erosión del suelo, deforestación e introducción de especies no endémicas⁴⁰. Desde organizaciones cafetaleras como el Consejo Regional del Café de Coatepec (Veracruz) se ha denunciado que el programa está incentivando la siembra y cultivo de café Robusta⁴¹.

El método de entregar las ayudas directamente a los productores impuesto por el gobierno del partido MORENA ha sido demoledor para algunas centrales y coordinadoras de organizaciones de productores de café, no sólo en términos económicos sino de pérdida de militancia. Es lo que le ha ocurrido a la Unión Nacional de Productores de Café (UNPC), una organización satélite del PRI, o la Coalición Nacional de Organizaciones de Productores de Café (CONAPROCAFE)⁴². La CONAPROCAFE había recibido, durante el mandato de Enrique Peña Nieto (2012-2018), ayudas incluidas en el programa PROCAFE-PIAC (Plan Integral de Atención al Café), pero tras las elecciones presidenciales del año 2018 ha visto cómo se reducían radicalmente sus ingresos.

En este apartado hemos visto que las características del régimen político imperante en México y las políticas que se derivaban de él contribuyeron a la autoorganización de los campesinos productores de café. A partir de los años 1970, un objetivo primordial de muchas organizaciones tuvo por objeto funcionar de forma autónoma e independiente respecto al carácter autoritario y clientelar del PRI y de sus ramificaciones campesinas. Desde el año 2000

37 Tren de alta velocidad que atravesará los tres estados de la Península del Yucatán y parte de los estados de Tabasco y Chiapas. Su construcción se encuentra muy avanzada.

38 Proyecto de conexión logística entre el Océano Pacífico y el Golfo de México.

39 Véase <https://es.wri.org/proyectos/monitoreo-del-programa-sembrando-vida-de-mexico> (consultado el 1/11/2023)

40 Véase información sobre el programa Sembrando Vida en el blog del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM (<https://www.iis.unam.mx/blog/deforestacion-y-debilitamiento-de-la-organizacion-comunitaria-consecuencias-de-sembrando-vida/>, consultado el 1/11/2023).

41 Véase críticas al programa en la página web del Centro de Estudios para el Cambio en el Campo Mexicano (CECCAM) (<https://www.ceccam.org/node/3447>, consultado el 1/11/2023).

42 Coalición de diversas coordinadoras de organizaciones de pequeños productores, entre ellas UGOCP, UNORCA, REDOSOC, El Barzón, CIOAC-JDL, CCC y FAOCC.

han ostentado el gobierno federal tres partidos políticos diferentes y las organizaciones de pequeños productores de café han podido constatar la connivencia de los gobiernos federal y estatales con los intereses de determinados grupos empresariales.

Al deseo del campesinado de México de funcionar con independencia del poder político, se le ha añadido la decidida defensa de un modelo de cafecultura basado en organizaciones de productores asamblearias, en el café Arábica de altura cultivado bajo sombra, compatible con el tradicional sistema de policultivo de los campesinos, que genere servicios ambientales y permita una distribución del valor más equitativa que la del café convencional. Todo ello contrapuesto a un modelo de producción de café Robusta destinado a las fábricas de café soluble, muy barato, cultivado a poca altitud y bajo el sol, y con un uso intensivo de agroquímicos. La reivindicación de este modelo entronca con cómo se fueron conformando las cooperativas de pequeños productores a partir de una importante movilización campesina en la segunda mitad del siglo XX, especialmente a partir de los años 1970.

3.4 La movilización campesina en Chiapas en la segunda mitad del siglo XX

A partir de los años 1960, la situación del campesinado mexicano empezó a experimentar un significativo deterioro. Las pequeñas explotaciones familiares se vieron muy afectadas por la caída del precio del maíz debido al aumento de la producción en Estados Unidos. Entre 1963 y 1972, el precio del maíz cayó en términos reales un 33% (Gómez Oliver, 1978). Esta abrupta y prolongada caída afectó profundamente a la producción mexicana de maíz, y a partir de 1965 el estancamiento o incluso deterioro afectó al conjunto de los granos básicos, de modo que en la década de 1970 México tuvo que importar 25 millones de toneladas de cereales.

La crisis del agro mexicano se agudizó en el decenio de 1980. Tras la crisis de la deuda de 1982, el gobierno de Miguel de la Madrid disminuyó un 13% anual los subsidios al sector agrícola, en tanto que en los años 1970 habían aumentado un 12% anual (Harvey, 2000). Los apoyos gubernamentales al precio del maíz se vieron asimismo reducidos por las condiciones que imponían los préstamos del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (Brysk, 2000; Vargas Cetina, 2005). Las condiciones que imponían el Banco Mundial y el FMI a cambio de prestar dinero a países en vías de desarrollo endeudados se denominaron Programas de Ajuste Estructural. El pago de la deuda externa comportó grandes sacrificios en el bienestar de la población, ya que más de la mitad del presupuesto público se destinaba al pago de los intereses (en 1990, 146 billones de pesos sobre un total de gasto público de 246 billones de pesos) (Calderón, 1990).

En 1987, el Banco de Crédito Rural sólo concedió crédito al 43% del área dedicada al cultivo de frijol y al 37% del área de maíz (Robles Berlanga, 1988). A la disminución de las ayudas públicas y la escasez de crédito se añadió la continua depreciación del peso mexicano

en relación al dólar estadounidense entre 1982 y 1989, año en que se renegoció la deuda externa de México. La pérdida de calor del peso en relación al dólar elevó el precio de algunos inputs agrícolas. A finales de los años 1980 y principios de los años 1990, se aunaron la caída del precio de los productos, el encarecimiento de los inputs y unos tipos de interés en niveles históricamente muy altos.

También se desencadenó la migración rural hacia las grandes ciudades, principalmente Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, y hacia el noroeste, donde se encontraban las haciendas más extensas del país que, pese a encontrarse en regiones áridas, habían desarrollado importantes infraestructuras de riego. La población rural de México, que en 1940 representaba el 65% del total, en 1970 había descendido al 35%.

El modelo de desarrollo que impulsaba el Estado y su correspondiente política económica dejaron abandonados amplios sectores de población a los que ya no era capaz de acoger. El empeoramiento de las condiciones materiales del campesinado alentó su movilización en el conjunto del país y dio paso a su progresiva organización colectiva. El movimiento campesino mexicano politizó sus demandas, con la conciencia de que debían ser enmarcadas en proyectos políticos más globales (Paré, 1994). Ante la creciente crisis rural, los campesinos tendieron a reconstituir sus organizaciones de base a nivel regional y local, sacando partido de su experiencia de lucha y sus tradiciones comunitarias con el fin de dar un sentido político moderno a unas estructuras sociales basadas en la solidaridad (Esteva, 1984).

En Chiapas, donde la Revolución de 1910 había tenido menos incidencia y causado menos transformaciones que en el resto del país, este proceso tuvo algunas características propias, debido a unas estructuras autoritarias y de marginación social que mantenían al campesinado en la extrema pobreza. Los gobiernos federales posteriores a la Revolución nunca consiguieron deshacer el dominio que unas pocas familias tenían sobre la política y la vida social del estado (Benjamin, 1995). En zonas apartadas y mal comunicadas, ni siquiera la reducción de los precios de algunos granos básicos favorecía a los campesinos, ya que los caciques locales monopolizaban el transporte y la comercialización y regulaban la oferta disponible. Como los subsidios gubernamentales cada vez iban menos dirigidos a mejoras productivas y sí a cubrir necesidades urgentes, el importe de los mismos terminaba en los intermediarios y comerciantes locales. Se daban las condiciones, por tanto, para la aparición de movimientos campesinos reivindicativos.

3.4.1 La influencia de la Iglesia Católica

En los años 1960, en Chiapas existían tres diócesis: la de Tapachula, fundada en 1957, que abarcaba el suroeste del estado y la franja costera del Pacífico; la de Tuxtla, creada en 1965, que comprendía la región Centro donde se encuentra la llanura central del estado, la

región Frailesca y parte de la región Norte fronteriza con Veracruz y Tabasco⁴³; y la de San Cristóbal de las Casas, que databa del año 1538, la cual, con una extensión de 36.821 km² (48% de la superficie de Chiapas), era la más extensa y englobaba toda la mitad este del estado, lo que incluye las regiones Selva, Altos, Fronteriza y parte de la región Norte (Mapa 3.3). Esta última diócesis se extendía sobre las zonas con más presencia de población indígena y mayor marginalidad socioeconómica. Con datos del año 2017, atendía una población de algo más de dos millones de personas, de las que el 62,8% se declaraba indígena, perteneciente a cinco etnias distintas. En esta diócesis, las tres principales misiones que tuvieron presencia en las áreas con población indígena fueron: los padres jesuitas que operaban desde la localidad de Bachajón (municipio de Chilón), los frailes dominicos desde Ocosingo y los hermanos maristas desde Comitán de Domínguez y San Cristóbal de las Casas.

Mapa 3.3. Área geográfica cubierta por las tres diócesis de Chiapas (1965)



Fuente: Ríos (2002).

En los últimos sesenta años, ha sido una constante en la historia de Chiapas que la Iglesia Católica ha sido el principal activador de las movilizaciones campesinas. Desde principios de los años 1960, el factor más determinante en la evolución de los campesinos de amplias zonas del estado fue la influencia política e ideológica de los agentes de pastoral de la diócesis de San Cristóbal de las Casas, influenciados por la teología de la liberación, que también empezó a prosperar en ese periodo. Durante el decenio de 1960 y hasta mediados de los años 1970 se fueron creando las condiciones para que la Diócesis de San Cristóbal fuera la institución social con mayor poder político en el territorio que estaba bajo su jurisdicción, muy especialmente en las regiones Altos y Selva.

⁴³ Actualmente es una arquidiócesis que tiene como diócesis sufragáneas las de San Cristóbal de las Casas y Tapachula.

En 1952, el obispo de la diócesis de San Cristóbal, Lucio C. Torreblanca y Tapia, introdujo la formación de los primeros catequistas indígenas, tanto hombres como mujeres. La decisión estaba conectada con dos circunstancias. La población indígena de México estaba siendo objeto de proselitismo por parte de diversas denominaciones protestantes estadounidenses. A principios de los años 1940 la iglesia presbiteriana había establecido su primera misión en Chiapas (De Vos, 2002). Por otro lado, durante los años 1950 la Iglesia estaba experimentando unas transformaciones sustanciales. La investigación bíblica y teológica católica había empezado a apartarse del literalismo bíblico y del neoescolasticismo. Destacados teólogos se esforzaban por compatibilizar el dogma cristiano con la experiencia humana moderna.

La conversión protestante en numerosas comunidades de Chiapas conllevaba la desaparición de la estructura religiosa tradicional. Ante el peligro que percibían de desintegración de sus comunidades, los representantes de varias de ellas pidieron ayuda al obispo, que como respuesta planteó una actividad pastoral guiada por dos estrategias: transmitir el mensaje evangélico para frenar la expansión protestante, y corregir el centralismo parroquial mediante un contacto más directo con las comunidades. Para conseguir un vínculo más estrecho con las comunidades rurales, entre 1952 y 1961 se formó una primera generación de catequistas. Gracias a ello los padres jesuitas, al crear la misión de Bachajón en 1958, encontraron que una cantidad notable de comunidades ya eran atendidas por catequistas. El proceso cobró fuerza renovada en 1962, cuando el nuevo obispo Samuel Ruiz García, de acuerdo con el Delegado Apostólico en México, Luigi Raimondi, promovió la creación de dos escuelas diocesanas. Para ello contó con dos congregaciones que había invitado para ese objetivo: las Hermanas del Divino Pastor y los Hermanos Maristas. En ambas escuelas se formaron, entre 1962 y 1968, más de 700 catequistas de diversas regiones indígenas de Chiapas (Ruiz, 1993). Simultáneamente a la formación de equipos catequistas coordinados por la diócesis, en las comunidades se llevó a cabo formación en áreas como la alfabetización en castellano, mejoras en el cultivo del café y cursos de enfermería y primeros auxilios.

El contexto en que ocurría esta orientación de la diócesis era el del Concilio Ecuménico Vaticano II, que tenía por objeto la relación entre la Iglesia Católica y el mundo moderno. El obispo Samuel Ruiz García asistió a las cuatro sesiones conciliares que tuvieron lugar entre 1962 y 1965. En la diócesis tuvo una importante influencia el decreto *Ad Gentes Divinitus*, sobre la actividad misionera de la Iglesia, que entre otros aspectos proclamaba que la misión de la Iglesia no debía estar basada en una línea vertical de autoridad (Múgica, 2018). Un hito que resultó de los debates fue el de las modificaciones en la liturgia: se recomendaba la sobriedad, se permitía usar exclusivamente lenguas vernáculas y se buscaban vías que favorecieran la participación de los laicos.

La formación de los catequistas, sin embargo, adoleció de dos carencias: no tenía en cuenta la cultura propia de donde procedían los alumnos y no proporcionaba soluciones a

la situación de opresión que padecía el campesinado indígena. Los propios catequistas, al evaluar en 1968 el trabajo hecho, expresaron que mientras trabajaban por la salvación de las almas, continuaba el sufrimiento generalizado por la pobreza, el hambre y las enfermedades, lo que fue una declaración que impactó en la diócesis, donde se hizo la reflexión que el Evangelio no podía ser un mero conjunto de dogmas, sino una práctica de vida nueva y un anuncio liberador (Ruiz, 1993).

En 1968, Samuel Ruiz participó en la Conferencia Episcopal Latinoamericana en Medellín (Colombia), donde presentó una ponencia sobre la dimensión misionera de la Iglesia. Las conclusiones de la conferencia fueron determinantes para el proceso eclesial latinoamericano, por cuanto sus orientaciones pastorales pretendían plasmar en Latinoamérica el abundante legado del Concilio Ecuménico Vaticano II. Ese mismo año 1968 tuvo lugar en Melgar (Colombia) el Encuentro Latinoamericano de Misiones, donde Samuel Ruiz quedó marcado por lo que plantearon el teólogo peruano Gustavo Gutiérrez Merino Díaz y especialmente el antropólogo colombiano Gerardo Reichel-Dolmatoff. Éste último defendió que la evangelización, tal como se estaba llevando a cabo en Latinoamérica, era una acción dominadora y una destrucción de culturas (Fazio, 1994). Gutiérrez caracterizó el contexto en el que tenía lugar la acción misionera mediante la teoría de la dependencia, de tal manera que analizaba las relaciones centro-periferia, Norte-Sur, como realidades relacionadas. Mientras que la perspectiva de Reichel-Dolmatoff concebía la cultura y la comunidad indígena como lugares idealizados que se debían preservar, la de Gutiérrez veía las condiciones de pobreza como el resultado de las relaciones de dependencia entre los países desarrollados y subdesarrollados (García, 2020). Samuel Ruiz admitía que su participación en la Conferencia de Medellín e inmediatamente después su colaboración con el Departamento de Misiones del Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM), mientras simultáneamente en México ejercía de presidente de la Comisión Episcopal de Pastoral Indígena, fueron unos hechos providenciales que determinaron dos aspectos cardinales de la labor de la diócesis: reforzar la autoestima de los indígenas promoviendo la valoración de su identidad cultural e impulsar una contienda por la liberación de todos los pobres de México y América Latina, desde una convicción que veía la pobreza como un fenómeno social de opresión que para ser superado exigía un sistema alternativo al capitalista (Legorreta, 2015; Sánchez Franco, 2019).

El Congreso de Medellín se celebró en el contexto de la emergencia de la teología de la liberación en los años 1960. Era una corriente cristiana que aplicó la crítica a las sociedades capitalistas realizada por las ciencias sociales desde una óptica marxista a la reflexión teológica y a su praxis. Un aspecto central era considerar que el Evangelio reclama la opción preferencial por los pobres. Gustavo Gutiérrez fue justamente uno de los primeros miembros de la Iglesia Católica en utilizar dicho concepto y definir esta corriente. Por añadidura se estaba difundiendo una nueva concepción de la acción pastoral con la población indígena latinoamericana, impulsada por el Departamento de Misiones del Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM). Según González Cabañas (2003), en México, pero especialmente en

Oaxaca y Chiapas, la Teología de la Liberación derivaba en dos vertientes que eran la Teología India, que adaptaba los postulados de la Teología de la Liberación a la realidad indígena, y la Teología de la Tierra, que reforzó una conciencia colectiva de preservar la ‘Madre Tierra’ para las futuras generaciones. Este nuevo cristianismo surgía de la confluencia del pueblo y sus tradiciones sociales y religiosas, con la iglesia que optaba por los pobres, unidos en las luchas populares.

La acción catequística de la diócesis que se había desarrollado entre 1962 y 1968 fue valorada al final de dicho periodo en una reunión en la que treinta representantes indígenas hicieron hincapié en incluir en una renovada evangelización el retraso productivo, agrario y educativo que sufrían. De esta manera se inició un proceso de evaluación que duró nueve meses, que concluyó con un plan de desarrollo que comprendía todos los temas que se consideraban vitales: promoción agrícola para mejorar la nutrición; desarrollo de cultivos que permitieran ingresos monetarios, fundamentalmente café pero también árboles frutales, hortalizas y soja; creación de cooperativas de consumo; construcción de casas de salud y formación de enfermeros; alfabetización concientizadora; servicios sacramentales y catequesis.

Las paupérrimas condiciones de vida eran generalizadas entre toda la población indígena de la diócesis de San Cristóbal, pero eran especialmente lacerantes en una extensa región que, en forma de media luna, iba desde los municipios de Simojovel y Huitiupán en el norte, hasta Comitán en el sur, pasando por Yajalón, Chilón, Palenque, norte de Ocosingo, Altamirano y Las Margaritas (véase en el Anexo 4 el mapa de los municipios de Chiapas). Estaba muy difundida la figura de los denominados “peones acasillados” en las fincas de los terratenientes, donde vivían y trabajaban en condiciones de semiesclavitud. Como se verá, esta zona se correspondía en buena medida con los municipios donde tuvo lugar el alzamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en 1994 y, más aún, con las zonas de Chiapas donde el EZLN contaba con el apoyo de los campesinos.

Como resultado de la situación de pobreza y opresión, en los años 1940 se había iniciado un proceso migratorio desde los municipios ubicados más al norte hacia la Selva Lacandona, donde establecieron numerosas comunidades. Javier Vargas Mendoza, director de la Escuela de Catequesis y consejero principal del obispo Samuel Ruiz, fue quien planteó el asimilar la emigración de los campesinos hacia la selva con el Éxodo bíblico (Serra, 2017). En una conferencia ofrecida en 1972 por Samuel Ruiz y Javier Vargas en el Centro Universitario Cultural de los Padres Dominicos, en Ciudad de México, Javier Vargas presentó la parábola del Éxodo y afirmó que este hecho religioso se traduciría económicamente en cooperativas (Ruiz y Vargas, 1972).

Los equipos misioneros de Bachajón y Ocosingo, al querer encarnar su actividad pastoral en la realidad social, política, económica y cultura de los indígenas, decidieron acompañarlos en el proceso de colonización. En 1974 los catequistas de la parroquia de Ocosingo terminaron el catecismo titulado Estamos buscando la libertad. Los tzeltales de la selva anun-

cion la buena nueva, en el que recogían las reflexiones de los catequistas en sus propias comunidades. El libro expresaba pensamientos novedosos: los indígenas ya no se consideraban objetos de la predicación del Evangelio, sino sujetos que habían recibido de Dios el mandato de redimirse de cualquier modalidad de opresión, y que no eran libres si no tenían tierra para trabajar y vivir en comunidad, cosa que impedían unos hombres que no dejaban que la tierra y sus frutos fueran de todos. Asimismo manifestaba el deseo de unirse en la misma lucha con todos los que tenían las mismas costumbres, la misma historia y el mismo idioma, en lo que era una reinterpretación del tradicional concepto cristiano de salvación. Los autores intelectuales de esta reinterpretación fueron los agentes pastorales del equipo-misión de Ocosingo, que indujeron estas ideas en las juntas de catequistas (De Vos, 2002). Las comunidades indígenas empezaron a reconocerse como un actor colectivo que tenía la facultad de intervenir en su propio destino.

De singular importancia fue la idea que se fue transmitiendo desde la diócesis hacia los campesinos que equiparaba libertad con autosuficiencia: se explicaba a los campesinos que debían tener su propia producción para ser independientes de los amos de las haciendas, y de ahí la importancia de fomentar la producción de café. Si podían vender su café dispondrían de dinero para no depender de intermediarios y prestamistas (González Cabañas, 2003). Pautinamente, junto al problema central de la tenencia de la tierra, iba tomando relevancia la apropiación del proceso productivo, particularmente de la producción y venta del café.

El mensaje del catecismo se extendió más allá de la misión de Ocosingo con el aval del obispo. En el área que cubría la Misión de Bachajón, los jesuitas pusieron en práctica una línea pastoral menos radical y utópica ideológicamente. El proceso de los catequistas les había conducido a una enseñanza y una liturgia en su propio idioma, el tzeltal, intentando conservar algunas tradiciones que provenían de la evangelización colonial. Desde mediados de los años 1960 la Misión puso más énfasis en aspectos socioeconómicos, con la organización de talleres de carpintería y talabartería, escuelas rurales y, a partir de mediados de los años 1970, los primeros proyectos de cooperativas⁴⁴. La convivencia diaria con una realidad inaceptable les hizo tomar la decisión de apoyar a los feligreses en su lucha por la tierra. Denunciaron antes las autoridades civiles el saqueo agrario y la explotación laboral. La denuncia se extendió y movilizó, entre 1972 y 1974, a toda la población tzeltal de las regiones Altos y Selva (Morales Elizalde, 1972). Era frecuente que los rancheros y hacendados despojaran de sus tierras a los campesinos, amparados en la precariedad de la posesión (propiedad en litigio, ausencia de documentos que acreditasen la propiedad, etc.). El área que abarcó la movilización acaecida entre 1972 y 1974 nuevamente se correspondía con el área donde dos décadas después se alzaría el EZLN, tomando siete de las principales cabeceras municipales de ambas regiones.

44 La Misión Jesuita de Bachajón en la Diócesis de San Cristóbal de las Casas, México (documento interno de la Misión facilitado por el personal directivo del grupo cooperativo Yomol A'tel, impulsado por la Misión).

La movilización precedió un proceso de concientización de mucha más envergadura que se dio de septiembre de 1973 a octubre de 1974 como preparación para el Congreso Indígena que conmemoraba los 500 años del nacimiento del dominico Fray Bartolomé de las Casas. Durante aquellos catorce meses, las comunidades de las misiones de Ocosingo y Bachajón debatieron en asambleas que dinamizaban sus catequistas sobre cuatro ejes de su vida que las comunidades habían elegido: tierra, comercio, educación y salud. La gran participación pudo darse gracias a la intensa colaboración que ya existía previamente entre los agentes de pastoral de la diócesis (mestizos) y los catequistas indígenas.

A inicios de los años 1970, bajo el mandato del presidente Luis Echeverría, en México resurgió el populismo agrario. Echeverría inauguró su sexenio con la promesa de recuperar el compromiso revolucionario con los obreros y campesinos. Trataba de recuperar la legitimidad del Régimen tras la brutalidad con la que se reprimió el movimiento estudiantil de 1968. El gobernador de Chiapas, Manuel Velasco Suárez, quiso emular el carácter populista del presidente de la República y, para ello, convocó la celebración del congreso. Comisionó en el obispo Samuel Ruiz la responsabilidad de organizar el evento, como sucesor de Bartolomé de las Casas en la sede episcopal de San Cristóbal y por la gran capacidad de convocatoria de su diócesis entre la población indígena, ya que el gobierno estatal no tenía ni la presencia, ni la estructura ni la legitimidad entre las comunidades indígenas para organizar este tipo de foro. El obispo aceptó el encargo bajo la condición de que fuera realmente un congreso de indígenas y bajo ningún concepto un congreso folklórico o turístico, o una palestra para políticos con tintes demagógicos.

El nombre oficial que se adoptó fue “Primer Congreso Indígena de Chiapas Fray Bartolomé de las Casas”. Para su preparación, el obispo reunió a los promotores diocesanos que más se habían significado por su labor en las comunidades indígenas y se acordó que debía celebrarse un congreso en el que los indígenas pudieran expresar su sentir (Morales Bermúdez, 2018). A medida que avanzaban los preparativos, se evidenció la fortaleza que había adquirido anteriormente la catequesis. Se habían creado comunidades participativas y conscientes bajo el liderazgo de un gran número de catequistas (De Vos, 2002).

Entre el 13 y el 15 de octubre de 1974 se reunieron en el auditorio municipal de San Cristóbal de las Casas, 587 delegados tzeltales, 330 delegados tzotziles, 161 choles y 152 tojolabales, en representación de 327 comunidades (Mestries, 1990), bajo el lema “Igualdad en la Justicia”. También asistieron representantes indígenas de otros estados de México y de Guatemala. La convivencia física y la coincidencia de inquietudes fue para los asistentes una experiencia singular de solidaridad y de toma de conciencia de que la lucha conjunta era el camino para superar la situación de exclusión y pobreza. De los cuatro ejes concretados para el congreso, tierra y comercio fueron los que generaron mayor cohesión y suscitaron más debates. De acuerdo con Vargas Vencis (2006), dentro de la temática de comercio se escucharon ampliamente las denuncias por los bajos precios del café y el mal funcionamiento del INME-

CAFE. El diario *Tiempo*, un rotativo editado en San Cristóbal de las Casas y especialmente sensible a la problemática social del Estado, realizó una gran cobertura de la inauguración del evento, destacando que “Dos Mil Indígenas Asisten a su Congreso”⁴⁵.

En la región Los Altos, el congreso fue un catalizador para las organizaciones populares. Sin embargo, el mayor impacto se sintió en La Selva. La diferencia se debió a que la presencia de las instituciones gubernamentales era más débil en La Selva, una región muy poco habitada en la que la colonización se había iniciado pocas décadas antes. En Los Altos, el caciquismo impuesto por el PRI y el sindicato campesino CNC habían transformado más las formas anteriores de organización indígena mediante la imposición de mecanismos de control paternalistas y verticales. Cuando desde el gobierno mexicano se creó legalmente la figura jurídica de las uniones de ejidos, las organizaciones que surgieron en La Selva estaban controladas por los delegados que habían participado en el congreso y no por los intereses fieles al PRI (Harvey, 2000).

En noviembre de 1974, un mes después de la finalización del congreso, agentes de pastoral y quince delegados indígenas (que en los sucesivos desarrollarían la función de delegados de sus comunidades), planificaron el trabajo que había que desarrollar a partir de ese momento: la lucha por los acuerdos más importantes tomados en el congreso, principalmente en lo tocante a comercio y lucha por la tierra. Numerosos participantes en el congreso se convirtieron en líderes rurales en sus localidades y acabaron coordinando cooperativas de producción, esencialmente de café.

En el municipio de Las Margaritas, los grupos de reflexión comunitarios que animaban los misioneros católicos de la Diócesis de San Cristóbal crearon relaciones de confianza entre los campesinos y las arraigadas convicciones religiosas de los pequeños productores actuaron como un trascendental elemento de cohesión. Se pusieron en marcha proyectos comunitarios como tiendas de abasto de productos básicos (sal, azúcar, jabón, etc.), centros de salud, alfabetización y formación de catequistas. La emigración a la selva desde otras regiones había comportado la pérdida de parte de sus tradiciones de acuerdo comunitario. Las tiendas comunitarias fueron un óptimo entrenamiento para la ejecución de proyectos a medio plazo que obligasen a depositar la confianza en la administración y gestión de los recursos colectivos (González Cabañas, 2003). Pronto empezó a plantearse la búsqueda de alternativas para la venta del café, los agentes de pastoral de la Diócesis insistían en la necesidad de no tener dependencia de los intermediarios para la comercialización. Además, el ideario de la Teología de la Tierra al que se acogieron los religiosos que acompañaban el proceso organizativo, difundió la conciencia de conservar el entorno para las futuras generaciones y se fueron adoptando prácticas como los abonos orgánicos y la construcción de terrazas para evitar el deterioro y erosión de los suelos.

45 *Tiempo*, 13/10/1974.

Para la Misión de Bachajón, el congreso también fue un hito importante, ya que articuló las demandas propias de su zona con las del resto de Chiapas. El problema más grave que se dio en su zona de influencia en la segunda mitad de los años 1970 fue el despojo y acaparamiento de tierras, que hizo que continuara el flujo de migraciones hacia la selva. Se tradujo al tzeltal la Ley Agraria, se promovió su estudio y se asesoró a las comunidades en su demanda de tierra. A finales de la década de 1970, el jesuita Mardonio Morales Elizalde, en aquel momento Superior de la Misión de Bachajón, encargó a Salvador Quintero, igualmente miembro de la misión, el cometido de comprar café a los productores de la región (Selva Norte) a un precio superior al que imponían los intermediarios. Esta intervención le generó conflictos a Quintero con los acopiadores locales⁴⁶. Ya en los años 1980, ante la constatación de los efectos perjudiciales del uso de agroquímicos que promovía el INMECAFE, la Misión trabajó en proyectos de fertilizantes orgánicos. A partir de 1994, en una situación de toma masiva de tierras por los campesinos tras la insurrección del EZLN, la Misión dio seguimiento al proceso de regularización de las tierras ocupadas. Adicionalmente, a través del Centro de Derechos Indígenas, A.C. (CEDIAC) creado por ella misma, se dio apoyo a la compra de tierras para entregarlas a campesinos necesitados mediante la institución de un fideicomiso⁴⁷.

En la región Los Altos, la labor de la Diócesis de San Cristóbal también resultó decisiva. La Cooperativa de Producción Tzeltal Tzotzil se formó a partir de la labor organizativa de los catequistas de la diócesis en el municipio de Pantelhó. Asimismo fueron los catequistas de la diócesis quienes formaron a los fundadores de la organización Tzotzilotic Tzobolotic en el municipio El Bosque.

La labor de la diócesis tropezó con continuas dificultades. En 1991, el párroco de Simojovel, Joel Padrón, fue detenido y encarcelado por haber apoyado a los campesinos que ocuparon tierras de terratenientes. La represión ejercida sobre el párroco era también una represalia del gobierno estatal de José Patrocinio González-Blanco Garrido por un informe del Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de las Casas (creado por la Diócesis de San Cristóbal y presidido por el obispo Samuel Ruiz), en el que exponía las violaciones a los derechos humanos cometidas por las autoridades de Chiapas e informaba de la labor de integrantes de la Diócesis a favor de grupos de campesinos que habían perjudicado a grandes terratenientes, primordialmente ganaderos (Toledo Tello, 2019).

En 1993, el gobierno federal mexicano y el gobierno del estado de Chiapas emprendieron una campaña para apartar de la diócesis a Samuel Ruiz. A partir del levantamiento armado del EZLN el primero de enero de 1994, el obispo y todo el colectivo de colaboradores de la diócesis fueron objeto de continuas amenazas y hostigamiento por parte de grupos paramilitares vinculados al PRI y al gobierno del estado, si bien durante el mandato de Pablo Salazar

46 Entrevista con Miguel Ángel Torres Cruzaley, miembro del equipo técnico de la cooperativa Ts'umbal Xitalha, en 7/5/2019. Los intermediarios acusaban a Salvador Quintero de poder pagar mejores precios por no tener hijos que mantener, a lo que él replicaba que los pequeños productores de café sí que tenían hijos a su cargo.

47 Documento interno de la Misión de Bachajón facilitado por el equipo directivo de Ts'umbal Xitalha.

Mendiguchía (2000-2006), tras su victoria en las elecciones estatales en las que encabezó una candidatura apoyada por ocho partidos en la que no estaba el PRI, el nivel de violencia en el estado se redujo considerablemente⁴⁸. En 1995, el Vaticano nombró a Raúl Vera López como obispo coadjutor con derecho a sucesión, con el propósito de debilitar el trabajo pastoral que se venía realizando; pero Raúl Vera, al ir conociendo la realidad de Chiapas, acabó apoyando de forma decidida la labor emprendida por Samuel Ruiz. En 1999, cuando Samuel Ruiz presentó su renuncia por haber cumplido 75 años, el obispo coadjutor fue trasladado abruptamente y sin haber sido consultado a otra diócesis. En 2002, el Vaticano ordenó al obispo sucesor, Felipe Arizmendi Esquivel, que suspendiera la ordenación de diáconos indígenas.

En la Diócesis de Tapachula la conflictividad social era sensiblemente menor que en la de San Cristóbal, si bien los indicadores socioeconómicos mostraban, como en la casi totalidad del estado, elevados niveles de pobreza y marginalidad. En muchos de estos indicadores Chiapas ha mostrado tradicionalmente los peores resultados de México. En la región del Soconusco (vertiente de la sierra fronteriza con Guatemala más cercana al Océano Pacífico), la etnia predominante era la mame, que pertenece al tronco Maya igual que tzeltales, tzotziles, ch'oles y tojolabales presentes en otras regiones del estado. Los miembros de esta etnia, originaria del norte de Guatemala y sureste de México, trabajaron durante el periodo colonial en las plantaciones de cacao que se habían establecido en siglo XVI. La actual población mame que vive en Chiapas descende mayoritariamente de los que huyeron de Guatemala a finales del siglo XIX tras la promulgación de leyes que expropiaban las tierras comunales. Desde finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, muchos de ellos trabajaron en las plantaciones de café de terratenientes extranjeros, principalmente alemanes.

A principios de los años 1970 la diócesis empezó a prestar apoyo a las comunidades indígenas buscando soluciones para sus problemáticas. Paulatinamente surgieron en las comunidades pequeños grupos de trabajo en común y, posteriormente, organizaciones sociales regionales, que se articularon en torno a la Comisión de Cooperativas de la Sierra de Chiapas, una coordinadora de la diócesis. Se exploraban soluciones integrales partiendo de las actividades económicas de cada comunidad: café, cacao, horticultura, pesca, jornaleros agrícolas sin tierras, etc. (Aguilar Reyna y Mota, 2001).

En 1985, la Comisión de Cooperativas convocó una reunión para analizar la situación de los pequeños productores indígenas. Como resultado de esa reunión se fundó en el municipio de Motozintla la organización Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador, S.S.S. (ISMAM), que contó también con el apoyo de la Parroquia de Motozintla. Al año siguiente se definieron los principios fundacionales y el reglamento de la organización y se eligió la primera directiva.

48 Durante la estancia en Chiapas en 2002 pudimos comprobar que, si bien continuaba existiendo una gran presencia del ejército mexicano en diferentes regiones y el patrullaje por las carreteras era continuo, la vida diaria en numerosas comunidades se había pacificado en relación a lo ocurrido en la segunda mitad de los años 1990.

Los sacerdotes de la diócesis pusieron en práctica una metodología de análisis colectivo de la situación socioeconómica, sus causas y las posibles soluciones, adaptada a partir de la que utilizaba en el estado de Oaxaca el área de promoción comunitaria de la Diócesis de Tehuantepec, impulsora de la organización Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI). Evaluaron que los agroquímicos habían conllevado dependencia del gobierno, enfermedades de la piel y pulmonares y bajos rendimientos por hectárea pese a los elevados costes. En los talleres se recurrió al testimonio de los ancianos para que explicaran cómo se producía antes, por qué se había dejado de hacer así y el impacto que el uso de agroquímicos había tenido sobre los hábitos en las comunidades. El análisis de la situación incorporó la importancia del rescate cultural como apreciación de una forma específica de relacionarse con la naturaleza. Se estableció que para pertenecer a la cooperativa no se podía utilizar ninguna cantidad de agroquímicos y se debía participar en los trabajos comunitarios organizados (Hernández Castillo, 1997; Nigh, 1997).

Los religiosos que acompañaron la formación de esta y otras cooperativas en Chiapas reivindicaban la agricultura orgánica no sólo como una alternativa tecnológica sino también como una opción política. Tenían la convicción de que fomentar la agricultura ecológica convencional profundizaba la dependencia de los campesinos del caciquismo y las estructuras autoritarias, ya que tener que adquirir inputs externos les hacía más vulnerables a las estrategias de control del estado. Para los impulsores de la organización, la prioridad era desarrollar una economía de autosuficiencia y no la lucha política convencional (Hernández Castillo, 1997).

A mediados de los años 1980, los contactos conseguidos por la iglesia, inicialmente motivados por la búsqueda de apoyos contra la represión política, pusieron a ISMAM en contacto con importadoras europeas que precisaban aprovisionamiento de café orgánico. Fue a través de UCIRI que ISMAM exportó su primer café certificado a finales de los años 1980. Las World Shops europeas (véase subapartado 2.3.3) estaban empezando a apoyar decididamente la comercialización de café orgánico, lo que favoreció la rápida expansión de la producción.

Durante los años 1990, la organización experimentó un crecimiento vertiginoso: a mediados del decenio, contaba con 1.500 socios que cultivaban 3.500 hectáreas de café y poseía las certificaciones orgánicas válidas para Europa y Estados Unidos. En el ciclo 1995/96 exportó 35.000 sacos de café orgánico certificado, con un valor de mercado de 7.000.000 US\$ (Nigh, 1997). Si bien ISMAM tenía una cartera de clientes diversificada y exportaba a numerosos países, un motor importante de su crecimiento fue la importadora alemana GEPA, que se posicionó como su principal cliente. A finales de la década de 1990, ISMAM producía un volumen de 70.000 sacos de café verde, gestionaba una cartera de 27 clientes, la Asamblea General reunía 42 delegados de diferentes comunidades y había 72 promotores de campo, también llamados promotores rurales, los cuales transmitían en sus comunidades la formación recibida en la organización. Los promotores rurales eran coordinados por 8

promotores técnicos que habían sido elegidos entre el conjunto de promotores⁴⁹. ISMAM se había convertido en la organización de pequeños productores de café orgánico con mayor dimensión en México y, de acuerdo con Nigh (2002a), en el primer exportador mundial de café orgánico.

En la Diócesis de Tuxtla, algunas monjas realizaban su acción pastoral en las comunidades donde estaban los que luego serían socios de la Unión de Ejidos San Fernando. Conjuntaron diferentes comunidades y ejidos y ayudaron en las primeras etapas organizativas y en la búsqueda de los primeros clientes a los que venderle el café. Su labor fue facilitada por las convicciones religiosas compartidas entre los campesinos de la zona central de Chiapas y específicamente de los campesinos de los municipios de San Fernando y Ocozocoautla, donde radicaban los productores de las seis comunidades que crearon la organización⁵⁰.

3.4.2 El activismo de extrema izquierda

El anhelo de los campesinos de Chiapas por alcanzar mayores cotas de desarrollo integral se expresó en la adhesión a las cuatro alternativas políticas e ideológicas con las que entró en contacto: la reivindicación indianista de la Teología de la Liberación, el cristianismo comunitario, la democracia popular de las corrientes maoístas y el socialismo de las Fuerzas de Liberación Nacional (precedente inmediato del Ejército Zapatista de Liberación Nacional). Todas ellas encajaron bien con la tradición indígena del acuerdo colectivo. En este apartado se analizará la influencia que tuvieron los activistas maoístas de extrema izquierda en el movimiento campesino chiapaneco.

El movimiento estudiantil de mayo de 1968 en México, así como los acontecimientos de mayo de 1968 en Francia y de 1968 en Italia, provocaron el auge de la izquierda a nivel mundial. Se fortalecieron en todo el mundo las ideologías tercermundistas en sus dos vertientes: maoísmo y guevarismo. En México, las protestas se produjeron en una etapa marcada por la crisis del modelo de desarrollo estabilizador y de la industrialización por sustitución de importaciones. La incapacidad del Régimen de ofrecer una solución negociada al movimiento estudiantil y la masacre de octubre de 1968 en la Plaza de las Tres Culturas de Ciudad de México, a manos del Ejército Mexicano y un grupo paramilitar de contrainsurgencia creado por el Gobierno de México, generaron una profunda crisis política y el convencimiento en algunos sectores de la sociedad de que en el país no había posibilidad de una acción política democrática. El declive del modelo económico y la crisis política tras los hechos de 1968 abrieron grietas en el antiguo pacto entre la sociedad civil y el estado y empezaron a abrirse espacios para nuevas formas organizativas.

Después de 1968 dieron surgieron movimientos de extrema izquierda de inspiración

49 Entrevistas con José Manuel Águila González, responsable del área técnica de ISMAM entre 1994 y 2005, mantenidas el 13/10/2020 y el 5/6/2023.

50 Entrevista con Rosario Gutiérrez Villarreal, fundador de la Unión de Ejidos San Fernando y ex presidente de COOPCAFE, en 28/11/2020.

maoísta. Sus integrantes eran mayoritariamente agrónomos egresados de la Escuela Nacional de Agricultura en Chapingo, la Universidad Autónoma de México y la Universidad Autónoma de Nuevo León. A finales de 1969 se fundó Unión del Pueblo. Se inspiraban en dos corrientes ideológicas: el marxismo, con la guerra popular de Mao y la teoría de la organización de Lenin, fuertemente motivados por los ejemplos latinoamericanos del movimiento tupamaro de Uruguay y la Revolución Cubana; y la Revolución Mexicana, particularmente las luchas de Villa y Zapata (Legorreta, 2015). La facción más moderada, que resultó de una escisión, decidió ir a Oaxaca para desarrollar allí el experimento maoísta de ir de la periferia al centro y del campo a la ciudad. En 1972 ampliaron su radio de acción al estado vecino de Chiapas, donde establecieron contacto con colaboradores de la Diócesis de San Cristóbal (De Vos, 2002). Chiapas ejercía atracción para ellos por diversas razones: las condiciones geográficas, que propiciaban el aislamiento de las comunidades; la pobreza y marginalidad, mayores que en ningún otro estado de México; un campesinado que ya tenía una inclinación hacia las movilizaciones; y la ausencia del Estado Mexicano en amplias zonas (Estrada, 2006).

Cuando la diócesis asumió el cometido de organizar el Congreso Indígena de 1974, los sacerdotes y monjas de la diócesis se hicieron la reflexión de que no contaban con la suficiente formación política para imprimirle al congreso el rumbo que deseaban y evitar que el Estado aprovechara el evento para penetrar políticamente en las comunidades indígenas. Fue por esta razón que decidieron apoyarse en Unión del Pueblo (Legorreta, 2016).

Como resultado del trabajo posterior al congreso y después de un año de preparación, los delegados de 18 ejidos aprobaron en diciembre de 1975 los estatutos de la organización Quiptic ta Lecubtesel (Unidos para nuestro Progreso) bajo la forma de una Unión de Ejidos compuesta por indígenas del municipio de Ocosingo, a la que poco después se añadieron otras 25 comunidades. El proceso de discusión y acuerdo estuvo asistido por el equipo pastoral de la Misión de Ocosingo y los activistas maoístas. Al año siguiente se crearon otras dos organizaciones en el municipio de Las Margaritas: Unión de Ejidos Tierra y Libertad y Unión de Ejidos Lucha Campesina. La formación de estas uniones ejidales se dieron en un contexto, los años 1970, en que en otros estados de México igualmente empezaron a brotar movimientos campesinos que ansiaban desligarse del control monopólico del PRI y de su extensión corporativista para el campesinado, la CNC.

Dentro de los movimientos campesinos de Chiapas se iba conformando el embrión de lo que serían algunas de las cooperativas de pequeños productores de café de mayor envergadura y que han estado operativas hasta la actualidad. En 1976, los campesinos de la etnia tojolabal de la Cañada La Soledad, en el municipio Las Margaritas, se organizaron para el transporte de mercancías y personas desde las comunidades hasta la cabecera municipal de Las Margaritas. Posteriormente pusieron en marcha toda una serie de proyectos colectivos, entre ellos tiendas comunitarias de productos básicos, que obligaron a una gestión colectiva de recursos económicos.

Al crearse la Unión de Ejidos Tierra y Libertad, los campesinos de la Cañada La Soledad se integraron a ella. Aunque esta unión de ejidos empezó a funcionar en 1976, formalmente se constituyó en 1978, en lo que fue el primer intento de figura jurídica de lo que acabaría siendo la organización cafetalera Unión de Ejidos de la Selva. Se planteó como cuestión central la necesidad de buscar salidas alternativas para su principal producto comercial, que era el café. En 1980, un conflicto interno en Tierra y Libertad se saldó con la salida de la misma de cuatro comunidades, Nuevo Monte Cristo, Flor del Río, Nuevo Momón y Cruz del Rosario, que constituyeron formalmente la Unión de Ejidos de la Selva.

En 1976, Unión del Pueblo se fusionó con otras agrupaciones no violentas, como Política Popular, para crear Línea Proletaria, una organización maoísta de extenso alcance geográfico. Un militante de Política Popular invitó a Samuel Ruiz para que conociera la labor que desarrollaban en la comarca algodonera de La Laguna, en el norte de México. Como resultado de la visita, los militantes de Política Popular obtuvieron la conformidad del obispo para reforzar en Chiapas la formación política que practicaba Unión del Pueblo. El obispo Ruiz tenía el convencimiento de que la diócesis necesitaba el apoyo y la capacidad organizativa de activistas que estuvieran preparados para integrarse permanentemente en la lucha contra los desalojos de tierras (Harvey, 2000; De Vos, 2002). En Chiapas, Línea Proletaria también era conocida como el “Grupo de los Norteños”, porque la mayoría de sus militantes procedía de estados del norte de México⁵¹.

Estas corrientes de la izquierda política de ideología maoísta aspiraban a construir un movimiento revolucionario potenciando la participación de los movimientos campesinos y obreros, una estrategia conocida como “línea de masas”, si bien no eran partidarios de la lucha armada. Rehusaban el leninismo como modelo revolucionario ya que se basaba en el rol de vanguardia de líderes políticos e intelectuales. Su idea de la lucha de masas concebía la acción y la toma de decisiones con la participación de toda la colectividad, sin líderes que monopolizaran el rumbo del movimiento. En este ideario coincidían con los adeptos a la Teología de la Liberación, también partidarios de que las masas decidieran y de reducir al mínimo el papel de los líderes.

En la segunda mitad de los años 1970, los militantes de Línea Proletaria llegados a Chiapas se quejaban de que la iglesia concedía demasiado poder a los líderes que habían sido delegados en el Congreso de 1974, lo que no promovía la participación popular. Para contrarrestarlo, crearon vínculos horizontales entre diferentes comunidades, y no únicamente entre sus líderes o delegados. A menudo ello exigía caminar varios días para desplazarse de unas comunidades a otras. Su labor propició la creación de espacios autónomos para la participación popular y flujos horizontales de información y relación entre las comunidades (Harvey, 2000).

51 Entrevista con Alfonso Carreón Meneses, ex militante de Línea Proletaria, ex asesor de la cooperativa cafetalera chiapaneca Tzotzilotic Tzobolotic y actualmente técnico de la cooperativa cafetalera Maya Vinic, también de Chiapas, en 15/11/2023.

Línea Proletaria modificó su estrategia en las comunidades de Chiapas a partir de 1979. Suavizaron la radicalidad de su discurso y se enfocaron mucho más en la resolución de las necesidades materiales de las comunidades. Observaron que las discusiones intelectuales y las reuniones de temática política suscitaban menos interés conforme perduraban los problemas cotidianos. En 1979 y 1980 promovieron la Comisión Coordinadora del Café, un movimiento de ámbito estatal para mejorar los términos de intercambio del café de los pequeños productores. Se habían identificado dos problemas primordiales: la demora con la que el INMECAFE pagaba sus cosechas a los productores y los elevados costes de transporte del café que eran asumidos por los productores.

Durante 1979 diferentes organizaciones campesinas, entre ellas la Quiptic, presionaron al INMECAFE para que atendiera sus demandas. En noviembre de 1979 se llegó a un acuerdo parcial en virtud del cual el INMECAFE aceptaba hacerse cargo del 50% del coste de transporte por tierra y del 100% del transporte por aire. La problemática común en torno a la distribución del café desembocó en septiembre de 1980 en la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas (Unión de Uniones), que reunió las tres uniones de ejidos que se habían formado en 1975 y 1976 y otros grupos más reducidos de productores de café de la Selva, Altos y la región Fronteriza. Aglutinaba 12.000 familias de 180 comunidades y ejidos en 11 municipios (Harvey, 1992). Los once municipios involucrados, Sabanilla, Huitiupán, El Bosque, Larráinzar, Comitán, Frontera Comalapa, Motozintla, Las Margaritas, Altamirano, Ocosingo, Yajalón y Tila, constituían una representación, parcial pero bastante fidedigna, de la disposición de las cooperativas cafetaleras a partir de los años 1990 e incluso en la actualidad.

Se había elegido el objetivo del café, y no el de la tenencia de la tierra, porque era un problema de resolución más factible a corto plazo. Con todo, la Unión de Uniones conservaba sus metas de largo alcance y definía como su objetivo político luchar por un nuevo régimen en México en el que quedara erradicado el sistema capitalista⁵². Para congregar apoyos alrededor del objetivo, los activistas utilizaron la estrategia “de las masas a las masas”. Las comunidades con mayor conciencia política enviaban comisiones a aquellas donde el nivel de politización era menor y les explicaban cómo la organización podría solventar la cuestión del café. Esto tuvo el efecto de formar comisiones de líderes campesinos que se enfocaban específicamente en los problemas de la distribución del café (Harvey, 2000). La focalización en los problemas materiales de los campesinos hizo que en los años 1980, sobre todo en la región Selva, numerosos catequistas se integraran en Línea Proletaria. La labor de Línea Proletaria hizo que se forjaran conceptos que fueron asumidos por amplias capas del campesinado indígena, como el de que el pueblo manda⁵³.

En octubre de 1981, la Unión de Uniones firmó, en coordinación con la Unión de Pequeños Productores de la Sierra Mazateca (Oaxaca) y la Unión de Ejidos Alfredo V. Bonfil

52 Entrevista con Alfonso Carreón Meneses en 22/11/2023.

53 Entrevista con Alfonso Carreón Meneses, ex militante de Línea Proletaria, en 22/11/2023.

de Atoyac (Guerrero), un nuevo acuerdo con el INMECAFE que mejoraba los términos de comercialización. La negociación conjunta con el INMECAFE estableció los primeros lazos entre organizaciones de pequeños productores de Chiapas, Oaxaca y Guerrero, embrión de coordinaciones más amplias que se crearían al final de la década.

En los primeros meses de 1982 la Unión de Uniones firmó un convenio con la Universidad Autónoma de Chapingo⁵⁴ para la impartición de cursos a los campesinos en los que se analizaban los problemas relacionados con la productividad y se elaboraban diagnósticos sobre la situación económica, social y ecológica de sus zonas. Como resultado de estos diagnósticos, los profesores y estudiantes evaluaron la viabilidad de una unión de crédito, una propuesta que la Unión de Uniones ya había efectuado en julio de 1981 a la Comisión Nacional Banquera. Tenía el propósito de romper el círculo vicioso de la relación que los campesinos se veían obligados a mantener con el Banco de Crédito Rural del Istmo (Bancrisa)⁵⁵. La Unión de Uniones puso en marcha una colecta para reunir los aproximadamente 25 millones de pesos que se requerían para formar el capital social mínimo. En mayo de 1982 se pudo legalizar la Unión de Crédito Agropecuaria e Industrial de los estados de Chiapas y Oaxaca Pajal Ya Kac'Tic, con sede en San Cristóbal de las Casas (Harvey, 1992).

Aprovechando el resquicio que dejó la llegada al gobierno federal de funcionarios con un talante menos inmovilista, la Unión de Uniones pudo ir ocupando un espacio para las organizaciones de pequeños productores. De este modo, la Unión de Uniones supuso uno de los primeros ejemplos de los nuevos lazos políticos que era viable crear entre los movimientos campesinos independientes y funcionarios reformistas (Fox, 1992). Además, obtuvo un reconocimiento oficial como organización representativa de los campesinos y con ello quebró el monopolio que tradicionalmente había detentado la CNC.

En los avances conseguidos tuvo una responsabilidad importante Adolfo Orive Berliner, fundador de Política Popular, quien disponía de muchos contactos en el mundo financiero y político de la capital. Los asesores⁵⁶ que militaban en las organizaciones maoístas, además de ideólogos, ejercían de consultores especializados y promotores de proyectos sociales y productivos. Como ideólogos, proporcionaban a las comunidades y organizaciones campesinas un proyecto político basado en el desarrollo de un poder popular de autogestión, lo que era muy bien visto por los indígenas que se habían liberado de las durísimas condiciones de trabajo en las fincas. En su calidad de consultores, compartían con las organizaciones sus conocimientos en agronomía, negociación política, asesoría legal, gestión financiera y relaciones públicas. En tanto que promotores, proponían proyectos productivos (comerciali-

54 El 30/12/1974, la Escuela Nacional de Agricultura pasó a ser la Universidad Autónoma de Chapingo, mediante ley publicada en el Diario Oficial de la Federación.

55 Según Abraham López Ramírez, ex presidente de Coopcafe, la idea de una organización que otorgara crédito a la productores había estado presente desde la constitución de la Unión de Uniones (entrevista mantenida el 10/5/2017).

56 En México, a los profesionales contratados para llevar a cabo tareas de dirección, gestión, comerciales o técnicas se les denomina asesores.

zación del café, créditos para la explotación ganadera) y sociales (centros de salud y escuelas, entre otros).

Sin embargo, entre las comunidades se extendió una desconfianza hacia el nuevo liderazgo y generó disconformidad el que no se les consultara suficientemente las decisiones que se iban tomando. Se añadió el desacuerdo con el protagonismo que entre los campesinos estaban adquiriendo los asesores maoístas. Los catequistas y ex catequistas guardaban fuertes vínculos de amistad y respeto hacia Samuel Ruiz y Javier Vargas, y todos ellos quisieron robustecer la identidad campesina e indígena de la organización y frenar el creciente poder de los asesores, que además no eran indígenas.

Los dirigentes de Quiptic ta Lecubtesel y Tierra Libertad criticaron duramente las relaciones tan estrechas que Adolfo Orive mantenía con altos funcionarios de la banca y el gobierno. Se añadió otro problema relacionado con la constitución de la Unión de Crédito Pajal. Con objeto de presentar una imagen de fuerza en las negociaciones, Orive y sus colaboradores aceptaron que se incorporaran a la Unión de Crédito comunidades que no habían aportado ninguna suma al capital social, lo que generó enfado en las comunidades que sí lo habían hecho, que pertenecían sobre todo a Quiptic y Tierra y Libertad. A principios de 1983 se consumó la ruptura y la agrupación de organizaciones que seguían confiando en Orive, la más importante de ellas la Unión de Ejidos Lucha Campesina, conservaron el nombre de Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas al mismo tiempo que trasladaron la sede a San Cristóbal y mantuvieron bajo su poder la Unión de Crédito Pajal Ya Kac'Tic, en cuanto Quiptic y Tierra y Libertad formaron la Unión de Uniones y Sociedades Campesinas de Chiapas (Unión Selva)⁵⁷ con sede en Ocosingo (Harvey, 1992).

También habían aflorado diferencias ideológicas. Las organizaciones que se agruparon en la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas (Unión de Uniones) insistían menos en la lógica antisistémica original y querían impulsar el desarrollo económico de las organizaciones y sus miembros con una estrategia más pragmática. En la nueva organización articulada en torno a Quiptic y Tierra y Libertad (Unión Selva) prevalecía el objetivo de un cambio global en el sistema y de forjar nuevas relaciones sociales de producción (Legorreta, 2015). Otro elemento que constituyó un factor diferencial fue que la Unión Selva se centró primordialmente en la problemática de la tenencia de la tierra de las comunidades ubicadas en los municipios de la Selva Lacandona.

Una vez constituida la Unión de Crédito, la estrategia de la Unión de Uniones se centró en presionar por un mayor acceso a la comercialización, que en Chiapas siempre había estado monopolizada por un reducido número de empresas y de redes caciquiles de intermediarios. Las influencias y contactos de Orive hicieron posible que, a finales de 1983, la Secretaría de Comercio otorgara a la Unión de Uniones permiso para exportar directamente

57 El nombre no debe inducir a confusión con la Unión de Ejidos de la Selva, que era uno de sus miembros.

café al extranjero. El acercamiento a ciertos sectores de la administración provocó que otras organizaciones campesinas, por ejemplo la CIOAC⁵⁸ y la Organización Campesina Emiliano Zapata (OCEZ)⁵⁹, acusaran a la Unión de Uniones de oportunismo y de hacerle un trabajo de lavado de imagen al gobierno federal⁶⁰. Según De Vos (2002), los logros conseguidos fueron transformando la organización de un movimiento de oposición política a una empresa social cooptada por el gobierno. La toma de decisiones comunitaria igualmente se fue abandonando, pues los representantes en la sede central en la ciudad de San Cristóbal tendieron a consultar menos a las bases, por razones de falta de tiempo, distancia y comodidad.

La Unión Selva, por su parte, continuó fiel a su filosofía fundacional de lucha y protesta, aunque finalmente en 1986 negoció con instancias gubernamentales y en 1987 arrancó una serie de compromisos: otorgamiento a la organización de la figura jurídica de Asociación Rural de Interés Colectivo (ARIC) para poder acceder al crédito; construcción de cuatro caminos que comunicaran el interior de la selva con las cabeceras municipales de Las Margaritas y Ocosingo; financiación para la construcción de una planta de procesamiento de café; y capacitación para el aprovechamiento sustentable de los recursos selváticos (Márquez, 1988). En marzo de 1988 obtuvo la autorización para inscribirse oficialmente como Asociación Rural de Interés Colectivo y a partir de entonces se denominó ARIC Unión de Uniones. En ese momento estaba compuesta por 96 ejidos y 56 rancherías (Sánchez Reyes, 2021), todos ellos en las seis Cañadas⁶¹ que conforman la parte occidental de la Selva Lacandona.

En los municipios cafetaleros del norte del estado, la CIOAC contribuyó a desgastar el statu quo existente y aglutinó las demandas campesinas. Se resquebrajó la cultura generada en el sistema de las fincas de los terratenientes, cuyas instituciones prestaban servicios que eran potestad del estado, como la seguridad social o la justicia. Todos los canales comerciales estaban controlados por los grandes propietarios. Desde mediados de los años 1970, la CIOAC tenía una fuerte implantación en importantes municipios cafetaleros de Chiapas como Huitiupán y Simojovel, en la región Norte, y Las Margaritas, en la selva. A partir de su V Congreso Nacional, celebrado en 1983, planteó que la reforma agraria no debía limitarse a la recuperación de la tierra, sino que tenía que extenderse a la creación de empresas que permitieran a los pequeños productores participar en la transformación y comercialización de sus productos. Fue en ese sentido que formuló una serie de demandas al INMECAFE en nombre de los productores de café de diversos municipios de Chiapas y de organizaciones cafetaleras de Puebla y Veracruz. También exigió al gobierno federal la expropiación del gran comercio y de la industria (Toledo Tello, 2019).

58 Organización campesina que se formó a nivel nacional en los años 1960 y se estableció en Chiapas en los años 1970. De ideología marxista, estuvo vinculada al Partido Comunista (PC), luego al Partido Socialista Unificado de México (PSUM) y finalmente al Partido de la Revolución Democrática (PRD).

59 La OCEZ era una organización campesina izquierdista de ámbito nacional que, al igual que la CIOAC, tenía una ramificación estatal en Chiapas.

60 Entrevista con Alfonso Carreón Meneses, ex militante de Línea Proletaria, en 15/11/2023.

61 Se conoce con el término Cañadas a los valles de la mitad oeste de la Selva Lacandona.

La situación de crisis de precios posterior a 1989 ocasionó alianzas entre organizaciones que en algunos casos eran ideológicamente antagónicas, como la que se dio entre ARIC Unión de Uniones, UNCAFAECSA⁶², Unión de Crédito Pajal Ya Kac'Tic y Solidaridad Campesina Magisterial (SOCAMA), que formularon una serie de propuestas al INMECAFE. Sus reivindicaciones y el propósito de comercializar y exportar el café chocaban con la oposición frontal del gobernador de Chiapas, José Patrocinio González-Blanco Garrido, quien estaba estrechamente vinculado con los grandes productores y procuraba aislar a las organizaciones regionales para concentrar la comercialización en el sector privado (Vargas Vencis, 2006).

La crisis ocasionada por la ruptura de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional del Café en julio de 1989 se agravó cuando el INMECAFE inició su disolución, la cual intensificó en la cosecha 1990/91. La Unión de Uniones acumuló una deuda superior a los 2.000 millones de pesos, que en el ciclo 1989/90 le obligó a reducir su acopio a 7.000 sacos, frente a los 40.000 de la anterior cosecha (Hernández Navarro, 1991). En ese escenario, las organizaciones de pequeños productores empezaron a considerar la coordinación no sólo estatal sino nacional, para dar respuesta a las dificultades que se les planteaban.

En la segunda mitad de los años 1980, cuando la ARIC Unión de Uniones se estaba consolidando tras la división sufrida en 1983, se empezaron a abrir nuevas fisuras debido a la creciente influencia de las Fuerzas de Liberación Nacional (FLN), embrión del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Si bien las FLN arraigaron en las regiones Norte y Altos de Chiapas, en ningún lugar consiguió una adhesión tan apabullante como en los valles occidentales de la selva, justamente la zona donde se habían creado y desarrollado las Uniones de Ejidos.

Gracias a la labor de las Uniones de Ejidos y posteriormente de la ARIC Unión de Uniones, las FLN pudieron configurar el Ejército Zapatista como una organización amplia. A diferencia de otras regiones del estado, no se encontraron con una población campesina desorganizada y fragmentada, sino cohesionada, con un cierto bagaje político y un gran deseo de mejorar sus condiciones de vida. Esto hizo más fluidas las comunicaciones entre las diferentes zonas y facilitó la extensión de la guerrilla en un vasto territorio en el que vivían más de doce mil familias.

3.4.3 La contribución del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)

Las FLN, precedente del EZLN, eran una organización político-militar fundada en 1969 en el norte de México por estudiantes egresados de la Universidad de Nuevo León. Tenía como objetivo central la toma del poder político de la República Mexicana por los trabajadores del campo y la ciudad para instaurar una República Popular regida por un sistema

62 UNCAFAECSA (Unión Nacional de Crédito Agropecuario, Forestal y de Agroindustrias, de Ejidatarios, Comuneros, Colonos y Pequeños Propietarios Minifundistas), era una entidad de crédito de carácter social constituida en 1981 por la CIOAC.

socialista. Dentro de las organizaciones de activistas del ámbito estudiantil creadas a partir de 1968, las FLN fueron una organización singular en algunos aspectos. Desarrolló marcos interpretativos a largo plazo, no sujetos a cambios coyunturales en el entorno. Su base ideológica fue ecléctica, síntesis del nacionalismo revolucionario cardenista, aportes de la teoría de la dependencia, marxismo-leninismo, castro-guevarismo y aspectos de la vertiente vietnamita del maoísmo (Cedillo, 2012).

Consideraban la lucha armada como la expresión superior de la lucha política de masas. Tras una incursión en la Selva Lacandona entre 1973 y 1974, que fue desbaratada por el ejército, en 1978 su Comité Clandestino empezó a reclutar a jóvenes indígenas en Chiapas. Los Estatutos del movimiento, elaborados en 1980, ya precisaban como uno de los objetivos principales formar el Ejército Zapatista de Liberación Nacional. En noviembre de 1983, un grupo de seis guerrilleros establecieron un campamento cerca de dos ejidos en los que su población contaba con un largo historial de lucha, y algunos de sus pobladores habían participado en el Congreso Indígena de 1974 y en la fundación de la Quiptic en 1975. En 1984 llegó otro contingente, también reducido, y entre 1985 y 1988 consiguieron un gran número de adeptos entre los campesinos, de forma muy notoria en las Cañadas de los municipios de Ocosingo, Altamirano y Las Margaritas, que conforman la vertiente occidental de la región Selva.

Dentro de las organizaciones campesinas se generó un intenso debate sobre la conveniencia de la lucha armada pero, sobre todo entre los jóvenes, la adhesión fue muy numerosa. En la Quiptic, un creciente número de jóvenes había dejado de creer en la vía negociada como solución a sus problemas, que creían que sólo podía venir de un cambio global y profundo. Igualmente existía desencanto por el hecho de que algunos de los asesores, principalmente los de Unión del Pueblo, fueron abandonando sus ideales, promovían la colaboración con las agencias gubernamentales e incluso indujeron la pérdida de los ideales originales en una parte de los dirigentes indígenas (Rovira, 1994). La cuestión de los asesores, el poder que adquirieron aun sin tener jurídicamente representación legal de las organizaciones, ha estado presente hasta la actualidad y es una característica del movimiento cooperativista mexicano que lo diferencia de otros países de Latinoamérica. En numerosos casos continuaron ejerciendo de gestores de las organizaciones en las siguientes décadas, incluso hasta fechas recientes o hasta la actualidad.

En la Asociación Rural de Interés Colectivo Unión de Uniones, la integración en el movimiento guerrillero fue masiva. En los primeros años de la formación de la guerrilla, el mapa de las comunidades donde reclutaba milicianos coincidía con el de las comunidades que integraban la ARIC. Más tarde, otras regiones del estado contribuyeron a engrosar las filas zapatistas, ya que las arbitrariedades de las administraciones en la resolución de las disputas agrarias pendientes y la impunidad con que actuaban los hacendados afianzaron la convicción de que la oligarquía terrateniente seguiría siendo privilegiada por el gobierno. A estos agravios se añadió la discriminación de los gobiernos federal y estatal, que deliberadamente excluyeron a los campesinos no priistas de las inversiones públicas y los programas

de desarrollo (Legorreta, 2016). Por otra parte, la ruptura en 1983 de la Unión de Uniones, la organización campesina de mayor dimensión del estado y no vinculada a la oficialista CNC ni a ningún partido político, causó frustración entre sus dirigentes y las comunidades que habían tenido un mayor protagonismo en su formación, que había implicado grandes esfuerzos durante años (Legorreta, 2015). Nuevamente cabe tener presente el principal actor político en las regiones indígenas de Chiapas ya que, dada la gran influencia política que la diócesis ejercía sobre la población campesina, la ingente incorporación a la guerrilla no pudo haberse dado sin la aquiescencia de la estructura religiosa.

Una fuente adicional de desencanto fue que incluso los campesinos que habían establecido ejidos en las décadas anteriores, vieron cómo a finales de los años 1980 y principios de los años 1990 se hacía evidente que la tierra cultivable para las siguientes generaciones sería insuficiente (Stahler-Sholk, 2011). Igualmente se había acumulado un gran desencanto por gran cantidad de demandas agrarias formuladas por la vía administrativa que nunca encontraban una resolución (Álvarez, 2019). Fueron cuantiosos los casos de campesinos que, cansados de que no fructificaran sus peticiones, decidieron ocupar tierras incluso antes de 1994 y participaron en las protestas y marchas de las organizaciones independientes. Muchos de ellos sufrieron represión y encarcelamiento por parte del gobierno y los agentes armados de los terratenientes (Harvey, 2000).

En 1982 el presidente de México nombró gobernador de Chiapas a un militar⁶³, el general Absalón Castellanos Domínguez, perteneciente además a la oligarquía terrateniente de Chiapas. Durante el sexenio de su gobierno se recrudeció la represión sobre el campesinado. En 1988, el balance represivo de su mandato era muy cuantioso: 33 campesinos asesinados, 175 detenidos o presos, 108 lesionados o heridos de gravedad, 73 secuestrados, torturados y desaparecidos, 30 desalojados con quema de viviendas, saqueos y destrucción de cultivos, 7 ataques y violaciones a mujeres, 4 represiones de marchas, 2 represiones de mítines, 17 intentos de desalojos con ataques a poblados, 8 allanamientos de oficinas y viviendas, 6 intentos de detención y otras 24 agresiones de diversa índole (Montellano, 2015).

Los campesinos indígenas, que atravesaban un proceso de politización y empoderamiento y reclamaban una relación con el Estado que no pasara por la cooptación o el sometimiento, al chocar con la indiferencia gubernamental, cuando no la represión, vieron en las FLN-EZLN una vía que les permitiría hacerse escuchar, o transformar la correlación de fuerzas a su favor. De esta forma se produjo una simbiosis: los campesinos aprovecharon la formación político-militar de los militantes del EZLN para aprender a defenderse con las armas, en tanto que los guerrilleros hicieron de ellos las bases de apoyo que tanto habían anhelado para edificar su utopía socialista (Cedillo, 2012). En el bienio 1989-90, la guerrilla pasó de contar con centenares a miles de combatientes. Se ampliaron las comunidades que les daban apoyo, que podían abrazar valles enteros y extensas áreas (Le Bot y Marcos, 1997).

63 En los años 1980 los gobernadores estatales no se elegían mediante elecciones democráticas.

El contexto centroamericano contribuyó a difundir en Chiapas la idea de la lucha armada como algo viable. En Nicaragua, en 1979 el Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) había derrocado al dictador Anastasio Somoza y había tomado el poder por medio de la lucha armada. En la vecina Guatemala, los diferentes grupos guerrilleros mantenían su estrategia político-militar. En El Salvador, el Frente Farabundo Martí de Liberación Nacional se hallaba en plena ofensiva guerrillera contra el ejército salvadoreño. Hasta 1990, la Diócesis de San Cristóbal toleró y coexistió con el crecimiento que experimentaba el EZLN. No rechazaba de forma tajante un cambio radical en Chiapas mediante un levantamiento armado. Se veía con sumo interés lo que ocurría en Nicaragua, donde tres sacerdotes fueron nombrados ministros en el gobierno sandinista. Sin embargo, en 1990 el contexto había cambiado radicalmente. En Guatemala era totalmente imposible una victoria militar del movimiento guerrillero. En El Salvador la lucha armada languidecía, y en Nicaragua los sandinistas perdieron las elecciones de febrero de 1990 en las que resultó vencedora Violeta Chamorro. Samuel Ruiz y sus colaboradores, incomodados por la creciente popularidad del Subcomandante Marcos, máximo dirigente militar de la guerrilla, comenzaron a estigmatizar la vía armada y pusieron en práctica una intensa labor de concienciación entre sus feligreses para que rehusaran a los líderes guerrilleros por ser gente venida de fuera con una idiosincrasia contraria a la indígena. La respuesta estratégica de Marcos se asentó en un refuerzo de la mística del compromiso revolucionario y de la disciplina entre las tropas y sus bases.

El malestar del campesinado de Chiapas se acrecentó por causa de la reforma del artículo 27 de la Constitución⁶⁴ que anunció el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, un artículo que encarnaba uno de los principales logros agrarios de la Revolución de 1910. La reforma daba por finalizado el reparto de tierras a los campesinos, aunque de facto desde el gobierno José López Portillo (1976-1982) dicho reparto ya había quedado reducido a la mínima expresión. Para los jóvenes de diversas regiones de Chiapas, la única perspectiva era cultivar una pequeña parcela con la cual tener un mínimo sustento. El cambio legislativo anunciado también abría la puerta a las sociedades mercantiles a la compra de terrenos rústicos, contemplaba la constitución de sociedades propietarias de tierras y autorizaba la enajenación y adquisición del dominio pleno de las tierras parceladas de los ejidatarios. Hasta dicha reforma, las tierras ejidales que se otorgaban en usufructo a los núcleos de población beneficiarios eran imprescriptibles, inembargables, inalienables e intransmisibles, ya que tenían como única finalidad el sustento de los habitantes del núcleo de población y que trabajaran la tierra. La reforma hacía más profunda la grieta que se había abierto en el pacto histórico entre el campesinado y el Estado.

El impacto de la nueva legislación en Chiapas, donde el 54% de la superficie del estado eran tierras comunales, se preveía de gran magnitud, agravado por los innumerables conflic-

64 Desde su promulgación en 1917, en el marco de la legislación posterior a la Revolución Mexicana de 1910, dicho artículo había mantenido las tierras ejidales y comunales al margen de operaciones de compra-venta o alquiler por parte de sociedades mercantiles.

tos por la tierra no zanjados que se acumulaban en las dependencias oficiales (Burbach, 1994; Villafuerte *et al.*, 2002; Legorreta, 2015).

El EZLN decidió iniciar la ofensiva en un momento lleno de simbolismo, la medianoche del 31 de diciembre de 1993, en el preciso instante en que entraba en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con Estados Unidos y Canadá, el cual arrojaría al campesinado de México a competir con las agriculturas subvencionadas y mucho más capitalizadas de Estados Unidos y Canadá, en una posición de franca desigualdad. En ese momento, dentro del zapatismo ya no había una hegemonía tan clara de los tzeltales de la selva, porque se había producido una abundante adhesión de tojolabales, tzotziles y ch'oles de las regiones Fronteriza, Altos y Norte.

La acción de la guerrilla consistió en una doble ofensiva por el norte en la región Altos y por el sur en la región Selva, las dos áreas donde el EZLN había acumulado más fuerza militar (Le Bot y Marcos, 1997). Los insurgentes tomaron sorpresivamente siete cabeceras municipales que dibujaban un extenso triángulo, el cual comprendía una significativa porción de la superficie del estado y cuyos vértices eran San Cristóbal de las Casas, Las Margaritas y Ocosingo. Como puntos interiores estaban Altamirano, Oxchuc, Huixtán y Chanal. La imposibilidad de hacerse con el armamento del cuartel militar de Rancho Nuevo, en las afueras de San Cristóbal de las Casas, y el error de no taponar con más eficacia la carretera Ocosingo-Palenque, les obligaron a retirarse sufriendo cuantiosas bajas. La desproporción de poderío militar entre ambos bandos era enorme. El 12 de enero el gobierno mexicano declaró un alto el fuego ante el formidable perjuicio en la imagen del país que estaban ocasionando en la opinión pública nacional e internacional los atropellos a la población civil.

A partir del 13 de enero, una vez cesaron las hostilidades, los medios de comunicación empezaron a tener una noción de la envergadura del movimiento zapatista existente en la clandestinidad, por encima de los combatientes que se habían hecho visibles (De Vos, 2002). Aun así, y con la colaboración de una intensa campaña tergiversadora por parte de los medios de comunicación afines al PRI, particularmente los canales de televisión Televisa y TV Azteca, costó mucho tiempo que la sociedad civil, incluso la de muchas zonas de Chiapas, advirtiera que los combatientes que habían ocupado siete cabeceras municipales tan solo eran la vertiente militar del movimiento. Era un síntoma más de cómo amplios sectores de la sociedad mexicana, también en los estados del sureste con mayores porcentajes de población indígena, vivían (y viven) ajenos a la realidad de los pueblos indígenas de México, más allá de cuestiones folklóricas. Desde aquel momento se inició un muy prolongado proceso de intentos o simulacros de negociación y de llegar a acuerdos entre la guerrilla y el gobierno mexicano, pero en las ocasiones en que se consiguió alguno nunca llegó a trasladarse fielmente al ordenamiento jurídico ni a políticas que los hicieran efectivos.

La abnegada labor de algunos medios de comunicación no oficialistas, como los diarios La Jornada y Proceso, y el diario de ámbito chiapaneco Tiempo, que desafiaron las presio-

nes de los gobiernos federal y estatal y de las Fuerzas Armadas, y las espontáneas manifestaciones de ciudadanos mexicanos en muchas ciudades, generaron una gran resonancia internacional. Particularmente la Jornada se convirtió en un diario con un gran seguimiento internacional, por la cantidad y calidad de medios que desplegó para informar sobre el conflicto. La perspectiva del tiempo transcurrido faculta comprobar que la insurrección movió el eje político del país y la izquierda internacional salió de la parálisis en que se encontraba tras la caída del Muro de Berlín y el colapso de la URSS. El discurso del EZLN, que siempre ha tenido la habilidad de interpelar a múltiples colectivos, fue el precedente más inmediato de los movimientos contra la Globalización que surgieron a finales de la década. Si se añade el resurgimiento del indigenismo en Latinoamérica desde finales de los años 1980, a medida que se aproximaba la efeméride de 1992, y el factor que el alzamiento se produjo en los albores de la era de internet, tenemos los ingredientes que explican el enorme apoyo internacional que siempre ha tenido el movimiento zapatista, incluidas sus cooperativas cafetaleras.

Como consecuencia de la insurrección zapatista se acrecentaron conflictos que ya estaban presentes. En la primera semana de febrero de 1994, muchos grupos de campesinos, indignados por la gestión que habían hecho del programa PRONASOL el gobernador de Chiapas y numerosos presidentes municipales, ocuparon los ayuntamientos de sus municipios exigiendo la destitución de sus presidentes (Harvey, 2000). De mayor repercusión fue la vasta ocupación de tierras que se desencadenó en todo el estado de Chiapas, más allá de los territorios donde se había producido el alzamiento armado. Aunque antes de 1994 ya se habían producido invasiones de tierras, la magnitud del fenómeno entre 1994 y 1997 no tenía precedentes. En algunos municipios de Las Cañadas de la selva, la oleada de invasiones fue tan extensa que cubrió casi toda su geografía. Anteriormente se habían producido fundamentalmente en las regiones Selva, Norte y Centro (véase Mapa 3.2), notoriamente en los municipios de Ocosingo, Simojovel, Bochil y Venustiano Carranza (Villafuerte *et al.*, 2002), pero a partir de principios de 1994 el fenómeno se extendió por todo el estado. Sin embargo, como se puede comprobar en la Tabla 3.7, existieron diferencias notables entre regiones. Destaca la intensidad que tuvo en la región Selva y se aprecia del mismo modo que las regiones Selva, Fronteriza y Altos, tres de las cuatro con importante presencia del movimiento zapatista, englobaron el 68% de los terrenos invadidos y el 71% de la superficie.

Tabla 3.7. Número de predios y superficie invadida por campesinos en las regiones de Chiapas (1994-1997)

REGIÓN	PREDIOS	% s/ TOTAL	SUPERFICIE (ha)	% s/ TOTAL
Selva	589	34,4%	51.203	34,6%
Fronteriza	293	17,1%	30.407	20,5%
Altos	261	15,2%	23.726	16,0%
Centro	270	15,8%	17.275	11,7%
Soconusco	94	5,5%	8.606	5,8%
Norte	138	8,1%	8.041	5,4%
Frailesca	50	2,9%	6.276	4,2%
Sierra	11	0,6%	1.676	1,1%
Istmo-Costa	8	0,5%	759	0,5%
TOTAL CHIAPAS	1.714	100,0%	147.969	100,0%

Fuente: elaboración propia con datos de Villafuerte *et al.* (2002).

A partir de enero de 1994, los propietarios rurales fueron asumiendo que la oleada de ocupaciones no se resolvería ni invocando el respeto a la legalidad ni mediante desalojos. La insurrección del EZLN legitimaba cualquier tipo de movilización que surgiera de los campesinos y sus organizaciones. En ese contexto, la opción que tenían los propietarios rurales fue reclamar la intervención negociadora de los gobiernos federal y estatal para reducir las pérdidas por robo de ganado y destrucción de infraestructura y recuperar las propiedades en los casos en que fuera posible. La respuesta gubernamental se centró en dos vías de acción: ejercer de mediadores para que los terrenos invadidos se desocuparan voluntariamente y adquirir tierras para ser entregadas a los demandantes.

En junio de 1998 se habían firmado 60 acuerdos con organizaciones campesinas y 95 con grupos no organizados que, en total, beneficiaron a 60.199 campesinos demandantes de tierra para quienes fueron adquiridas 243.191 hectáreas. La compra gubernamental de tierras destinada a campesinos demandantes de ellas ya se había dado en Chiapas con anterioridad a 1994, pero la magnitud distaba mucho de acercarse a la posterior al 1/1/1994. Ahora bien, era un mecanismo que profundizaba un grave problema del campesinado chiapaneco: la minifundización. En este mismo apartado se explicó que uno de los motivos de descontento que influyó en la revuelta zapatista fue la decepción de comprobar cómo el continuo fraccionamiento de la tierra hacía cada vez más difícil vivir de ella. El tamaño medio de las tierras entregadas por las autoridades a lo largo del tiempo fue un síntoma más del proceso de atomización. En 1985/86 fue de 8,66 hectáreas, en 1994 de 4,25 y en 1995 de 3,62 (Villafuerte *et al.*, 2002).

El saldo final del episodio de ocupaciones fue que tuvo importantes consecuencias para la proliferación de cooperativas cafetaleras, ya que dotó de tierras o de una mayor extensión de ellas a un muy amplio contingente de campesinos. Tanto es así que, en el trabajo de campo llevado a cabo en 2016 y 2017, fue posible comprobar cómo en extensas áreas de Chiapas, algunas de ellas con municipios eminentemente cafetaleros, ya no quedaban terratenientes que

posean significativas extensiones de tierra. Es lo que ocurría, por ejemplo, en los municipios de Salto de Agua, Tumbalá, Chilón y Ocosingo, donde residían los socios de la organización de pequeños productores de café Tiemelonlá Nich Klum⁶⁵.

Para la población campesina de las regiones Altos, Norte, Selva y Fronteriza, donde el zapatismo contaba con más apoyo, las difíciles circunstancias no finalizaron cuando lo hizo el enfrentamiento armado entre el ejército mexicano y la guerrilla. Se inició entonces un continuo y durísimo hostigamiento a manos del ejército y de un sinnúmero de grupos paramilitares que actuaban con el beneplácito de las autoridades federales, estatales y de no pocas autoridades municipales, en lo que fue denominada la “guerra de baja intensidad”. No fue hasta el año 2000, con la llegada al gobierno de Chiapas de Pablo Salazar Mendiguchía, quien tuvo el acierto de nombrar como Secretario de Pueblos Indios al histórico dirigente de la ARIC Porfirio Encino Hernández, que el acoso a las bases zapatistas aminoró en alguna medida⁶⁶. Si bien el zapatismo gozaba de mayor respaldo en las regiones de la mitad oriental de Chiapas, una parte relevante del campesinado del resto del estado apoyó las demandas zapatistas, aunque no fueran formalmente bases del EZLN y menos aún participaran en la lucha armada. En numerosas cooperativas cafetaleras de todas las regiones productoras del estado surgieron desavenencias entre socios partidarios y detractores de la causa zapatista. Las fricciones se hicieron muy graves, en el seno de algunas organizaciones cafetaleras de la región Altos, tras la masacre de Acteal del 21 de diciembre de 1997, cuando un grupo de paramilitares priistas, que procedían fundamentalmente de la comunidad Los Chorros del municipio de Chenalhó, asesinó 45 personas en la comunidad de Acteal, en el mismo municipio⁶⁷.

En un inicio, las demandas de los zapatistas en lo relacionado con la agricultura estaban ancladas en el paradigma de la Revolución Verde. El EZLN, con el soporte de alguna otra organización campesina, reclamaba créditos para agroquímicos, sin cuestionar la dependencia de un paquete tecnológico y del Estado que tantos problemas había causado a los campesinos de Chiapas. En la región Sierra, en los primeros días de marzo de 1994, cooperativas de Chiapas, con la participación de alguna de Guatemala, convocaron el “Foro Regional de Comunidades Mames y Mochos sobre Propuestas de Producción Alternativa ante la Pobreza en Chiapas”, donde se debatieron las demandas zapatistas y se convino en hacerles llegar un documento con la crítica al modelo que proponían sus demandas desde una perspectiva agroecológica (Hernández Castillo, 1997). El EZLN recibió con sumo interés las propuestas del Foro y, a partir de ese momento, fue incorporando la vía ecológica como un eje más de desarrollo. Con todo, años después las entrevistas con algunos líderes militares zapatistas

65 Entrevistas con los equipos técnico y directivo de la organización cafetalera Tiemelonlá Nich Klum en 27/12/2016 y 16/5/2017. En ambas ocasiones se pudo verificar el dato que, en los municipios donde se ubican sus productores, no quedan grandes finqueros (palabra usada habitualmente en México para designar a los hacendados o terratenientes).

66 Entrevistas con Ramón Martínez Coria, asesor del Secretario de Pueblos Indios, en 6/3/2002 y 14/5/2002.

67 Entrevistas con Víctor Perezgrovas Garza, coordinador de la Unión de Ejidos Majomut y de la coordinadora estatal COOPCAFE, en 26/2/2002, 15/3/2002, 31/3/2002 y 2/6/2002.

demostraban que el modelo productivo que concebían seguía siendo el convencional (Le Bot y Marcos, 1997).

En 1997 se fundó en Larráinzar, en la región Altos, la primera cooperativa productora de café compuesta íntegramente por bases zapatistas, Mutvitz, que siempre se orientó hacia la producción orgánica de café. Las tres cooperativas zapatistas que se crearon tras la desaparición de Mutvitz, Ssit Lequil Lum, Yachil Xojobal Chulchan y Yochin Tayel Kinal, nunca se apartaron de la producción orgánica⁶⁸.

La adopción de la agroecología en el movimiento zapatista recibió un nuevo empuje a partir del año 2000. El menor asedio militar y paramilitar permitió recuperar una cierta normalidad en el funcionamiento de las comunidades y debatir el modelo organizativo que querían seguir, aunque las agresiones nunca han cesado totalmente. El zapatismo se fue transformando en un movimiento organizado para alcanzar la autonomía indígena. Se implantó un proyecto político de autogestión, articulado mediante los llamados Municipios Autónomos Rebeldes Zapatistas que se habían creado en 1994 (con unas demarcaciones geográficas que no coincidían con las de los municipios oficiales), a su vez agrupados en cinco centros regionales de autogestión denominados Caracoles, cada uno con su respectiva Junta de Buen Gobierno. Se descartaba tajantemente contribuir con impuestos al Estado Mexicano y recibir de él, en cualquiera de sus niveles administrativos, cualquier tipo de ayuda.

Uno de los retos a los que se dio prioridad fue conseguir la autosuficiencia alimentaria de las comunidades que constituían las bases del EZLN. Fue en el marco de este objetivo que se impulsó la agroecología. Se crearon promotores agroecológicos, una figura clave ya que difundían en sus comunidades la formación recibida y de esta manera potenciaban una producción agrícola que respondiera a la tradición campesina (Sámano, 2013). La reducción o eliminación de los agroquímicos, la diversificación de la producción, la producción para el autoconsumo y la creación de microproyectos colectivos, tenían como objetivo, además de garantizar la autosuficiencia alimentaria, reducir el máximo posible la necesidad de dinero. Dentro de esta directriz se desarrollaron proyectos como las cooperativas de consumo o los talleres de sastrería. En el caso de las cooperativas de producción de café, de miel, de tejidos o de artesanías, el objetivo era generar ingresos monetarios sin reemplazar la reproducción agrícola familiar (Vergara-Camus, 2011).

El modelo educativo autónomo que propuso el zapatismo también ponía el foco en la formación agroecológica. En septiembre de 1999 se dieron los primeros pasos para construir un proyecto de Educación Autónoma Zapatista. Diversos municipios organizaron el Primer Encuentro de Educadores Autónomos, con el objetivo de consensuar sobre qué bases, conte-

68 Entrevistas con Carina García Sanagustín, responsable del colectivo *Associació Solidària Cafè Rebeldia* de Barcelona que distribuye el café zapatista en el Estado Español, el 9/10/2018 y el 29/12/2020; y con Virginie Ginette, colaboradora de *Échanges Solidaires*, que importa conjuntamente con el colectivo de Barcelona y distribuye el café en Francia, el 12/9/2019.

nidos y estructura organizativa se configuraría el proyecto. Entre las áreas de conocimiento comprendidas en el currículo estaba la agroecología, pero también ocupaba un lugar primordial la revalorización de la cultura, idiomas, historia y tradiciones indígenas (Barbosa, 2015). El Comité de Educación tenía a su cargo un cafetal donde se realizaban prácticas agrícolas con promotores y alumnos, integradas en el área pedagógica de agroecología (Gutiérrez, 2011). El proyecto educativo, en suma, tenía por objeto recuperar saberes, usos y costumbres que se habían ido perdiendo.

Durante la estancia, en mayo del 2002, en la comunidad Buena Vista Pachán, perteneciente al Municipio Autónomo Rebelde Zapatista San Pedro Michoacán⁶⁹, pudimos constatar que los habitantes de la comunidad deseaban impulsar transformaciones simultáneas en el modelo agrícola y en el educativo, para transitar hacia una producción de alimentos más diversificada que no los hiciera tan dependientes del maíz y el frijol, y para garantizar la pervivencia del idioma tojolabal. Una vez más se comprobaba que la migración a otras regiones, en este caso a la selva, solía comportar una cierta pérdida de tradiciones culturales, como el policultivo diversificado, y ponía en riesgo la continuidad de la lengua propia.

A lo largo de este apartado se ha podido comprobar que la opción que tomó el EZLN por un modelo agrícola sustentable basado en prácticas agroecológicas, formaba parte de un amplio movimiento contrario al paradigma de la Revolución Verde que décadas antes ya había comenzado a fomentar la iglesia. Se verá más adelante que también las cooperativas de pequeños productores de café se añadieron en gran número al modelo agroecológico, lo cual no fue ajeno a la abundante presencia de población indígena entre los socios de las cooperativas. En el siguiente subapartado se aborda el trasfondo que subyacía en esta visión ampliamente compartida.

3.4.4 La agroecología como substrato ideológico

En los años 1960, en los programas académicos que desplegó una nueva generación de investigadores mexicanos, se centró el interés en los conocimientos tradicionales que conservaban indígenas y campesinos como una forma de oposición al modelo agroindustrial (McClung, 1990). Entre estos investigadores, destacaban algunos procedentes de los campos de la agronomía, la biología, la etnobotánica y la ecología, como Efraím Hernández Xocolotzi, Arturo Gómez Pompa, José Sarukhán Kermez, Miguel Ángel Martínez Alfaro y Rafael Ortega Packza, y de la antropología, como Ángel Palerm Vich y Arturo Warman Gryj. Hernández Xocolotzi tuvo un carácter pionero al subrayar que las comunidades indígenas son espacios de creación y conservación del germoplasma y sus prácticas aseguran la conservación de la biodiversidad y la agrobiodiversidad. Su legado fue imborrable en la agronomía, la agroecología y la etnobotánica.

69 La comunidad se encuentra en el municipio oficial Las Margaritas.

La interacción entre diversos campos de conocimiento posibilitó documentar no sólo las alternativas productivas locales, sino también el papel crucial de los actores que las ponían en práctica y las implicaciones culturales y económicas que les daban sentido. Los trabajos desarrollados por estos investigadores confluyeron en la creación de la Escuela Mexicana de Ecología Tropical, que contó con la participación de campesinos de distintas regiones de México (Astier *et al.*, 2015). Los resultados que ofrecían las investigaciones forjaron la convicción de que la ecología no podía ser una ciencia que se desarrollara en los laboratorios universitarios, sino que necesitaba los saberes locales.

Se inició una nueva etapa en la que emergieron cátedras, instituciones, órganos de difusión y programas de investigación. En 1975 se fundó en Veracruz el Instituto Nacional sobre Recursos Bióticos (INIREB), dirigido por Arturo Gómez Pompa, y en 1976 se creó el seminario Análisis de los agroecosistemas de México. El INIREB fue precursor en la investigación aplicada al análisis de sistemas agrícolas indígenas como los cafetales. Una institución que resultó clave fue el Colegio Superior de Agricultura Tropical (CSAT), creado en 1974 en el estado de Tabasco, en el que algunos profesores formaban a los estudiantes en la aplicación de la ecología a los sistemas agrícolas tropicales. En el CSAT se impartía el Máster en Agroecología Tropical, que recurría a multitud de conocimientos indígenas y campesinos (Gliessman, 2002). En 1976 inició su colaboración en el CSAT Stephen Gliessman, quien junto a Roberto García y Moisés Amador publicó en 1981 un trabajo fundamental en la historia de la agroecología mexicana: *The Ecological Basis for the Application of Traditional Agricultural Technology in the Management of Tropical Agroecosystems*. En él se analizaba cómo los agroecosistemas del sureste de México incluyen una alta diversidad de especies tanto en el tiempo como en el espacio, ciclos cerrados de nutrientes, elevadas tasas de acumulación de biomasa y control biológico de plagas, enfermedades y malezas. Estos agroecosistemas primaban mantener los rendimientos a largo plazo a maximizarlos en el corto plazo, concepto que chocaba frontalmente con la agricultura industrializada (Gliessman *et al.*, 1981).

Teresa Rojas coordinó el libro Agricultura Indígena: Pasado y Presente, un compendio de estudios sobre los sistemas agrícolas pasados y contemporáneos en las regiones maya (entre ellas Chiapas), mixteca (Oaxaca), náhuatl y purhépecha (Rojas, 1994). En México se estaba conformando un colectivo de investigadores que resultó ser vital para la agroecología. Diversos investigadores pioneros a nivel mundial de la ciencia agroecológica, como Stephen Gliessman, construyeron su acervo de conocimientos estudiando los sistemas agrarios de los indígenas de México.

A finales de los años 1980 y principios de la década de 1990 arrancaron los primeros programas de licenciatura en agroecología. En el Colegio de Postgraduados⁷⁰, Efraím Hernández Xocolotzi y Ángel Palerm Vich ejercieron una gran influencia en la docencia y la

70 El Colegio de Postgraduados se creó en 1959 formando parte de la Escuela Nacional de Agricultura. En 1979 adquirió autonomía como un organismo autónomo descentralizado de la Secretaría de Agricultura.

investigación. En 1991 se inició el programa de licenciatura de Ingeniería en Agroecología. La mayoría de sus licenciados y sus proyectos se ubicaron en el centro, sur y sureste de México. También en 1991 empezó a impartirse la carrera de Ingeniería Agroecológica en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. En el estado de Jalisco, el Departamento de Ecología y Recursos Naturales de la Universidad de Guadalajara y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)-Universidad Jesuita de Guadalajara, desde finales de los años 1980 han llevado a cabo investigaciones y experimentación, además de la formación de recursos humanos en Agroecología, con presencia continuada en comunidades y organizaciones rurales (Astier *et al.*, 2015).

La orientación que los doctores Hernández y Palerm le confirieron a la Universidad Autónoma de Chapingo fue determinante en la formación de varias generaciones de agrónomos. En Chiapas, si bien fue en los años 1970 e inicios de los años 1980 cuando se dio con más intensidad la llegada de jóvenes que se habían licenciado en dicha universidad, el flujo no se interrumpió totalmente. Por añadidura, algunos de ellos, una vez integrados en la estructura de organizaciones cafetaleras, cursaron estudios de postgrado en Chapingo, convertido ya en un centro de referencia en lo tocante a la agroecología. En el caso del ITESO cabe subrayar que este centro universitario formó cuadros técnicos de la cooperativa cafetalera Ts'umbal Xitalha, perteneciente al grupo cooperativo Yomol A'tel, vinculado a la Misión Jesuita de Bachajón.

De singular importancia para Chiapas fue la fundación en 1994 de El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), que un año después estableció el programa de doctorado con orientación en Agroecología y manejo de plagas. El legado de Hernández Xocolotzi influyó en gran medida en el grupo de académicos fundadores, que se complementó con la perspectiva de sistemas complejos y función y conservación de la biodiversidad en agro-paisajes de los profesores de la Universidad de Michigan Ivette Perfecto y John H. Vandermeer, quienes han efectuado una parte relevante de su investigación en las explotaciones cafetaleras de México y Puerto Rico.

Sus investigadores abordaron problemas relacionados con el germoplasma agrícola, ecología del suelo, ecología del paisaje, territorios agrícolas, conocimiento tradicional, sistemas alimentarios sostenibles y movimientos sociales. Su trabajo de investigación, transferencia tecnológica y acompañamiento de los procesos sociales de los productores ha pretendido ir más allá de la capacitación técnica para abordar la transformación social, al considerar que trabajaban con comunidades (en el sentido antropológico de la palabra) que encaraban procesos de modernización (Barrera y Parra, 2000). Desde la constatación que el enfoque clásico de investigación-transferencia, excesivamente vertical y centralizado, presentaba serias limitaciones, siempre apostaron por la participación de los campesinos en la investigación agrícola y la generación de tecnología, mediante la metodología de la Investigación en fincas y la Investigación-acción-participativa (Barrera y Parra, 2000; Jarquín Gálvez, 2000).

En el ámbito del café, los investigadores del ECOSUR promovieron la introducción de diversos enemigos naturales de la plaga de la broca (*Hypothenemus hampei*), una especie de coleóptero originario de África que ataca el fruto del café formando galerías dentro de él donde deposita los huevos. El ECOSUR introdujo tres especies de parasitoides africanos, *Cephalonomia stephanoderis*, *Prorops nasuta* y *Phymastichus coffea*, y dos hongos entomopatógenos, *Beauveria bassiana* y *Metarhizium anisopliae*. La labor de asesoramiento permitió que ya en el año 2000 diversas cooperativas cafetaleras tuvieran en funcionamiento laboratorios de producción del hongo *Beauveria bassiana* (Barrera y Parra, 2000). Dos investigadoras con una muy larga trayectoria en el ECOSUR, Helda Morales y Lorena Soto-Pinto, estudiaron respectivamente los mecanismos de regulación de las plagas mediante insectos benéficos y fertilizantes orgánicos (Morales *et al.*, 2001) y el grado óptimo de sombra en los cafetales que permite no tener caídas en los rendimientos (Soto-Pinto *et al.*, 2000). La mayor parte de los investigadores que componen el grupo de agroecología realizan su labor en la Unidad San Cristóbal de las Casas.

A principios de los años 1990, desde el mundo académico ya se utilizaba el término “movimiento ecológico-indígena (y campesino)” en México. Se le consideraba como un país que reunía una serie de condiciones idóneas para la aparición de un movimiento de esta índole: la presencia de más de cincuenta culturas indígenas con una dilatada historia de manejo de los recursos naturales, la existencia de un campesinado muy apegado a su tierra y la convergencia de un amplio mosaico de situaciones ecológicas, particularmente en las regiones tropicales del sur del país. A estas características cabía añadir que, como consecuencia de la Revolución de 1910, la legislación agraria dejó en manos de los campesinos grandes porciones de recursos naturales. A finales de los años 1980, en unos 28.000 ejidos y comunidades, más de tres millones de unidades productivas detentaban unos 95 millones de hectáreas, aproximadamente la mitad del territorio de México. Esta superficie incluía el 80% de la tierra de uso agrícola (unos 20 millones de hectáreas) y el 70% de las áreas forestales, tanto tropicales como de clima templado. Las organizaciones campesinas que tenían el ecologismo como un eje básico de su ideario y praxis proliferaban principalmente en el sureste del país en los estados de Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo y Yucatán (Toledo, 1992). El proceso fue acompañado por una generación de activistas salidos de las universidades después de 1968, sobre todo agrónomos pero también antropólogos, geógrafos y biólogos, que se implicaron en un gran número de proyectos productivos ambientalistas en las áreas rurales.

En la segunda mitad del decenio de 1980 y principios del de 1990, creció a una gran velocidad la cantidad de movimientos campesinos, fundamentalmente de base social indígena, que adoptaron los principios de la ecología su producción agropecuaria, silvícola o forestal (Quadri, 1990). Las comunidades campesinas reaccionaron a los retos que les planteaba la Globalización con formas innovadoras de producción y organización. Lo que hacía el movimiento campesino era volver a utilizar la estrategia de reinterpretar su cultura y sus valores tradicionales ante nuevas coyunturas. Las luchas agrarias mantenidas en México desde los

años 1970 y la redefinición de la etnicidad que se dio en las últimas décadas del siglo XX entre los campesinos e indígenas mexicanos, indujeron la conciencia de que la posesión de la tierra debía incluir también el control y decisión sobre el uso de los recursos naturales para preservar su forma de vida y de sustento y su hábitat natural (Nigh, 1992).

La cosmovisión indígena encaja perfectamente con la necesidad de realizar un uso ecológicamente correcto de la naturaleza. También los principios igualitarios y de reciprocidad facilitan que se establezcan mecanismos colectivos de control en el manejo de los recursos naturales, y favorecen prácticas democráticas en la gestión administrativa y la organización productiva. En el movimiento ecológico-indígena mexicano sobresalen como experiencias exitosas los productores de café orgánico de Chiapas y Oaxaca y los productores forestales de Michoacán (Toledo, 1992). Ya en el siglo XXI, nuevos trabajos resaltaron la capacidad de los sistemas agrícolas indígenas para conservar la oferta de biodiversidad funcional y germoplasma, restaurar y conservar bosques, agua y suelos, su eficacia como secuestradores de carbono y su validez para garantizar la seguridad alimentaria (Nigh, 2001; Boege, 2008; Toledo y Barrera-Bassols, 2008; Toledo *et al.*, 2010).

En 1991, la celebración de dos encuentros de ámbito nacional reveló la dimensión que estaba adquiriendo el movimiento campesino ecologista. En abril se celebró en la ciudad de Oaxaca el Primer Encuentro Nacional de Agricultura Orgánica, y en junio en Ciudad de México el Segundo Simposio sobre Pueblos Indígenas y Recursos Naturales, éste último organizado por la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Nacional Indigenista. El café se estaba destacando como el cultivo orgánico con mayor superficie cultivada en México y en relación con él también se organizaron eventos pioneros. En abril de 1994 tuvo lugar en Tapachula la primera Conferencia Mundial sobre Café Orgánico, auspiciada por la Asociación Mexicana de Agricultores Ecológicos (AMAE) y la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM). En la conferencia se constató que la mayoría de productores de café orgánico en el mundo eran pequeños productores latinoamericanos y, dentro de ellos, México era el país que contaba con más productores (véanse subapartados 2.5.1 y 2.5.5) y organizaciones y que estaba liderando esta innovación tecnológica⁷¹. También se constató que los avances técnicos conseguidos por las organizaciones de pequeños productores contaban con el apoyo de investigadores de diversas disciplinas⁷².

La diversidad de actores por la que fue adoptado el paradigma agroecológico en Chiapas era un síntoma de un fenómeno más amplio que se estaba produciendo en distintas regiones de Latinoamérica, y que en el caso de Chiapas tuvo una singular intensidad por la envergadura que adquirió la propagación de cooperativas cafetaleras. El alcance del fenómeno condujo a algunos autores a calificar de “revolución” el conjunto de cambios que estaban aconteciendo en una parte del campesinado latinoamericano.

71 Entrevistas con Walter Lenin Anzueto Anzueto, técnico de producción orgánica de la Unión de Ejidos Majomut, en 4/4/2020, 30/4/2020 y 23/9/2020.

72 Entrevistas con José Manuel Águila González, responsable del área técnica de ISMAM entre 1994 y 2005, mantenidas en 13/10/2020 y 5/6/2023.

Las nuevas propuestas tecnológicas y científicas relacionadas con los saberes indígenas y con la agroecología eran cada vez más aplicadas por un número significativo de campesinos, instituciones académicas, administraciones públicas y ONG's. La impronta que confirió el conocimiento indígena se plasmó en el principio de que los sistemas productivos agrícolas debían semejarse tanto como fuera posible a los principios por los que se rigen los ecosistemas naturales. El potencial de estas innovaciones dependía de la habilidad de los diversos actores involucrados para establecer alianzas que facilitaran a los campesinos el acceso a los conocimientos agroecológicos, los mercados solidarios, las semillas, la tierra, los servicios públicos, etc. La relación entre campesinos y conocimientos científicos se retroalimentaba, ya que el conjunto de técnicas y conocimientos que componen la agroecología tienen a su vez origen en las comunidades campesinas y en sus formas de experimentación. En la generación de conocimiento agroecológico teórico y práctico han tenido un papel fundamental la Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA), que agrupa alrededor de 400 investigadores y profesores y desde el año 2007 ha perseguido el objetivo de potenciar la agroecología como base científica del desarrollo sostenible, y el Movimiento Agroecológico Latinoamericano (MAELA), integrado por centenares de ONG's que promueven la agroecología. Ambas organizaciones han desempeñado un papel determinante en la difusión de conocimientos a través de congresos, seminarios, cursos y proyectos aplicados de campo, así como con la publicación de la Revista LEISA (Altieri y Toledo, 2011).

Toledo (2012) señaló que la agroecología supone un triple proceso articulado de transformación: epistémico, cognitivo o científico; tecnológico o práctico; y político y/o social. Forma parte de la búsqueda nuevas alternativas sociales, humanas y ecológicas que cuestionan los grandes mitos de la modernidad. Destacaba la extraordinaria expansión de la agroecología en Latinoamérica e identificaba cinco focos de innovación agroecológica: México, Centroamérica, Cuba, la Región Andina y Brasil. Consideró a Efraím Hernández Xocolotzi como el principal precursor de la agroecología mexicana, de quien destacó el énfasis que puso en los saberes campesinos. En México documentó la existencia de 1.044 comunidades campesinas con proyectos de sostenibilidad (agricultura orgánica, ecoturismo, explotación forestal sostenible, etc.) en cinco estados de la mitad sur del país. De esas más de mil comunidades, un 72% estaban en Oaxaca y Chiapas. Rosset *et al.* (2021) abundaron en la excepcionalidad de Latinoamérica dentro del movimiento ecológico. Caracterizaron la vertiente latinoamericana del movimiento agroecológico como la que tenía una carga política más profunda y una mayor organización y articulación popular. En Latinoamérica la relación biocultural entre campesinos y territorio va incluso más allá de la lucha contra la exclusión o la explotación: los sectores populares que ganan o defienden el acceso a la tierra promueven un modelo productivo que se contrapone con el del capitalismo agrario, conscientes del íntimo vínculo de los humanos con la tierra y de la dependencia con respecto a ella.

A lo largo de este apartado 3.4 se ha visto cómo ya a mediados de los años 1970 diversas instituciones académicas enfocaron su actividad investigadora hacia los agroecosistemas y

a principios de los años 1980 la iglesia empezó a fomentar entre los campesinos un modelo de producción orgánica que los hiciera menos dependientes del exterior. Progresivamente se fueron obteniendo evidencias empíricas de la mayor capacidad de resiliencia del enfoque agroecológico antes los impactos externos (Holt-Giménez, 2002), es decir, su capacidad de absorción de los impactos generados en el exterior, y de adaptación a tales impactos (Praun *et al.*, 2017).

El bagaje de conocimientos acumulados sobre la agroecología influyó decisivamente en la conversión hacia la cafeticultura orgánica de la multitud de cooperativas de pequeños productores que se crearon desde principios de los años 1990, tras la suspensión de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional del Café y la desaparición en México del INMECAFE. Es lo que vamos a tratar en el siguiente apartado.

3.5 El desarrollo de la cafeticultura orgánica y el cooperativismo

México es uno de los países con mayor diversidad cultural y biológica del mundo, especialmente en sus territorios del sur bajo el Trópico de Cáncer. A pesar de que solamente representa el 1,5% de la superficie terrestre del planeta, contiene entre el 10% y el 12% de la biodiversidad conocida (Toledo *et al.*, 2010). Los estados de Chiapas, Oaxaca y Veracruz concentran el 82% de la biodiversidad de México (CONABIO, 1998) y tienen el mayor número de regiones prioritarias para la conservación biocultural en México. De forma notoria Chiapas y Oaxaca albergan una parte importante de la población indígena del país y están entre los cuatro estados con mayor porcentaje de población indígena, como puede verse en el Mapa 3.4. En dicho mapa se aprecia la notable coincidencia de las regiones de alto valor ecológico cuya conservación es prioritaria con los estados que presentan un mayor porcentaje de población indígena⁷³. En el estado de Chiapas han sido registradas 11.223 especies (CONABIO, 2013). Por añadidura Chiapas contiene el 51% de las especies de fauna de México (anfibios, aves, mamíferos y reptiles) y el 30% de la flora conocida del país⁷⁴.

El Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI) ha documentado la existencia de 11 familias lingüísticas y 68 agrupaciones lingüísticas, que a su vez se subdividen en 364

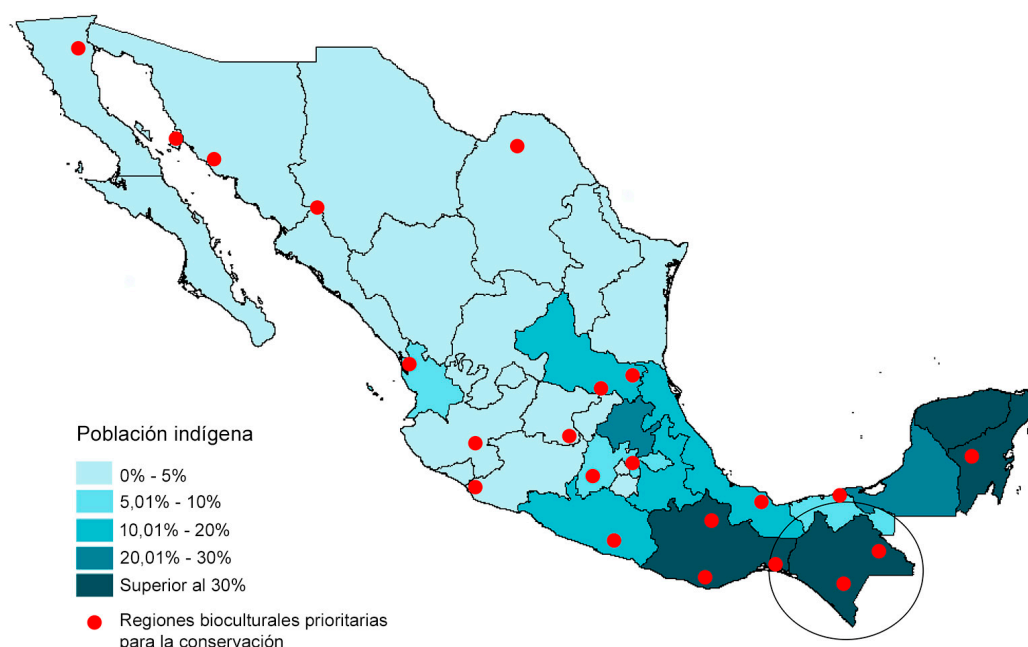
73 El criterio que utilizó la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) para cuantificar la población indígena en los diferentes estados fue considerar como indígenas a todas la personas que formaban parte de un hogar donde el(la) cabeza de familia, su cónyuge y/o alguno(a) de los ascendientes declaró ser hablante de lengua indígena. También incluyó a personas que declararon hablar alguna lengua indígena aunque no formaran parte de estos hogares. La CDI justificaba su criterio en que es en el hogar donde existen los lazos de parentesco y afectividad más fuertes y es mediante su influencia que se desarrollan identidades y se tejen redes territoriales o extraterritoriales. Asimismo en el hogar se toman las decisiones acerca de la producción, participación en el trabajo y consumo, la formación del patrimonio material y el uso de los recursos familiares. Por todo lo mencionado, infería que en los hogares en que una o más personas tienen características indígenas, existen códigos e identidades compartidas (<https://www.gob.mx/cdi/documentos/indicadores-de-la-poblacion-indigena>, consultado el 12/7/2016)

74 Véase https://www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/Informacion/Programacion_Sectorial/Plan_De_sarrollo/PDF/PDF_7EJE%204_GESTIONAMBIENTAL.PDF (consultado el 26/8/2019).

variantes lingüísticas (INALI, 2008), lo que hace de México el país de América con mayor número de lenguas originarias habladas en su territorio. El campesinado hablante de alguna lengua indígena ocupa una superficie estimada de 28 millones de hectáreas (Boege, 2008). Las regiones bioculturales se caracterizan por la correlación entre diversidad cultural (medida por la diversidad de lenguas habladas) y biodiversidad y por dilatados procesos de domesticación de recursos bióticos (Toledo y Barrera-Bassols, 2008; Cervantes, 2022). El nivel de organización cultural y social existente en las regiones bioculturales garantiza el desarrollo y mantenimiento de la biodiversidad; el andamiaje social desarrollado por la población indígena para mantener la biodiversidad no es replicable en otros entornos sociales (Boege, 2008; Cervantes, 2022).

Dentro de las áreas habitadas por el campesinado indígena se encuentra gran parte de las regiones biológicamente más ricas del país, las porciones de bosque y selva tropical mejor conservadas, numerosas regiones con los mayores niveles de pluviometría y la mayoría de los sistemas agrícolas tradicionales, que mantienen una riqueza genética notable (germoplasma) (Toledo, 2012). En estas regiones habitadas por pequeños agricultores indígenas es donde mayoritariamente ha proliferado la agricultura orgánica. Según Gómez Cruz *et al.* (2010a), el 99,95% de los productores orgánicos son pequeños propietarios y el 82,77% pertenecen a un grupo indígena.

Mapa 3.4. Población indígena por estados y localización de las regiones bioculturales prioritarias para la conservación en México (Chiapas destacado con un círculo)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la CDI (2010) (porcentaje de población indígena) y Toledo, Boege y Barrera-Bassols (2010) (regiones bioculturales prioritarias).

La agrobiodiversidad y la diversidad cultural se traslapan con la propiedad social de la tierra. Chiapas, Oaxaca y Veracruz, conjuntamente con Michoacán, engloban un tercio del

total de ejidos y comunidades del país (INEGI, 2009), donde las reglas de acceso, posesión y transmisión de la tierra son establecidas por la comunidad. Según Toledo y Ortiz-Espejel (2014), la mitad de los ejidos y comunidades del país están ubicados en los diez estados clasificados como de mayor diversidad biológica. En México, la diversidad biocultural y los proyectos agroecológicos se confunden con las iniciativas comunitarias de sustentabilidad. México es también uno de los tres países del mundo, junto con China y Papúa Nueva Guinea, con mayor porcentaje de bosques con manejo común. Actualmente la propiedad social abarca en México 105,9 millones de hectáreas, lo que supone el 54% del territorio mexicano. Esta propiedad engloba 28.960 ejidos y 2.554 comunidades⁷⁵. Tanto en ejidos como en comunidades se rige por reglas de acceso, posesión y transmisión que descansan sobre un uso comunitario y equitativo. En Chiapas son un total de 4,36 millones de hectáreas, un 59 % del territorio del estado (CEIEG, 2012; INEGI, s/f b). Esta propiedad social ha sobrevivido a la contrarreforma agraria que en 1992 promovió la administración de Carlos Salinas de Gortari, que pretendía privatizar la propiedad social (tierras de ejidos y comunidades) (Toledo, 2012).

Los estados con mayor superficie cultivada de café y mayor número de productores coinciden en buena medida con los de mayor diversidad biocultural y las regiones de alto valor biológico cuya conservación se considera prioritaria. Considerando los cinco principales estados productores de café conjuntamente con Hidalgo, San Luis Potosí y Nayarit, abarcan 10 de las 22 regiones bioculturales de conservación prioritaria que señala el Mapa 3.4, aunque la suma de sus superficies equivale a tan solo el 22,8 de la superficie total del México.

Las regiones productoras de café coinciden, por lo tanto, con áreas de alto valor ecológico. La mayoritaria producción bajo sombra ha facilitado que el cultivo de café se adapte muy bien a las características de estas regiones con alta biodiversidad. En México el café se cultiva en las pendientes y laderas de las montañas y dentro de un cinturón ecológico, biogeográfico y altitudinal en el que se sobreponen elementos tropicales y templados y entran en contacto los cuatro tipos principales de vegetación arbórea. El 40% de la superficie con cafetales en México corresponde a selvas altas y medianas de clima tropical húmedo, el 21% a selvas bajas caducifolias, el 23% a bosques de pino y encino y el 15% a bosque mesófilo de montaña (Moguel y Toledo, 2004; Bartra, 2006). La producción bajo sombra diversificada, que fue uno de los requisitos en la transición hacia la cafecultura orgánica, en México fue sumamente sencilla, ya que los productores que producían a pleno sol eran muy escasos, y entre los pequeños productores era una práctica inexistente (Bartra, 2013).

Los estados donde se produce más café (Chiapas, Veracruz y Oaxaca) comprenden una buena parte de las áreas en las que los cafetales bajo sombra son los últimos refugios para una flora y fauna que con frecuencia está amenazada por la deforestación. Se trata de sistemas agroforestales que proporcionan importantes servicios ambientales como captadores y reser-

75 Véase el IX Censo Ejidal, con datos del año 2007, en <https://www.inegi.org.mx/programas/cae/2007/> (consultado el 9/9/2023)

vas de humedad, lluvia, suelo y carbono. Existen numerosas cooperativas cuyos productores están ubicados en las áreas de amortiguamiento de áreas naturales protegidas. En Chiapas funcionan cooperativas cafetaleras en las zonas de amortiguamiento de: la Reserva de la Biosfera El Triunfo (una de las que posee mayor biodiversidad en México), el Parque Nacional Lagunas de Montebello, la Reserva de la Biosfera La Sepultura, las Áreas de Protección de Flora y Fauna de Nahá y Metzabok, la Reserva de la Biosfera Selva El Ocote, el Área de Protección Forestal La Frailescana y la Reserva de la Biosfera Volcán Tacaná⁷⁶.

Los policultivos asociados al café se adecuan a la manera como los pueblos indígenas de México se insertaron en los ecosistemas para satisfacer sus necesidades. La dependencia de las vicisitudes climáticas, las barreras naturales en zonas montañosas, la heterogeneidad ecogeográfica en distancias muy reducidas y los patrones de distribución de las especies, les obligó a desarrollar estrategias basadas en la diversidad biológica, una estrategia productiva que provee suficiente bioenergía y biomasa para cubrir las necesidades básicas de la población (Sarukhán *et al.*, 1996; Boege, 2008). La estrategia de uso múltiple mantiene en equilibrio e interacción las áreas dedicadas a la agricultura, la producción forestal y la ganadería (Toledo, 1990). Una sola hectárea de café bajo sombra diversificada puede abarcar entre 40 y 140 especies de plantas útiles, tanto para su venta en los mercados nacionales e internacionales como para el consumo familiar y local (Moguel y Toledo, 2004).

Moguel y Toledo (2004) clasificaron los sistemas de cultivo del café, de mayor a menor biodiversidad, en: rústico y policultivo tradicional, con una alta diversidad de especies que proporcionan sombra; policultivo comercial y monocultivo sombreado, con una diversidad de sombra muy inferior; y monocultivo bajo sol. De acuerdo con SAGARPA (2005), en el año 2004 la distribución de las explotaciones cafetaleras en los cinco estados con mayor producción de café, Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla y Guerrero, era la siguiente: 77,4% de las explotaciones bajo un sistema rústico o de policultivo tradicional; 22,2% de los predios seguían un sistema de policultivo comercial o de monocultivo sombreado; y solamente un 0,4% de las explotaciones consistían en un monocultivo de café a pleno sol.

Estos policultivos asociados al café, a los que se les ha denominado “jardines productivos”, “sistemas agroforestales cafetaleros” o “policultivos arbolados”, conforman un bosque productivo construido gracias a un minucioso conocimiento botánico local y al manejo de cada grupo de plantas en el sistema forestal, donde se han adaptado el café y otras especies exóticas de elevado valor comercial. Tales sistemas gozan de una alta capacidad para resistir plagas y enfermedades, sequías, vientos, heladas y lluvias torrenciales (Moguel y Toledo, 1999 y 2004; Toledo, 2003; Toledo y Barrera-Bassols, 2008; Hernández Martínez, 2014).

Desde finales de los años 1970 y más claramente en la década de 1980, las luchas campesinas por la tierra se fueron solapando con la voluntad de apropiación del proceso productivo

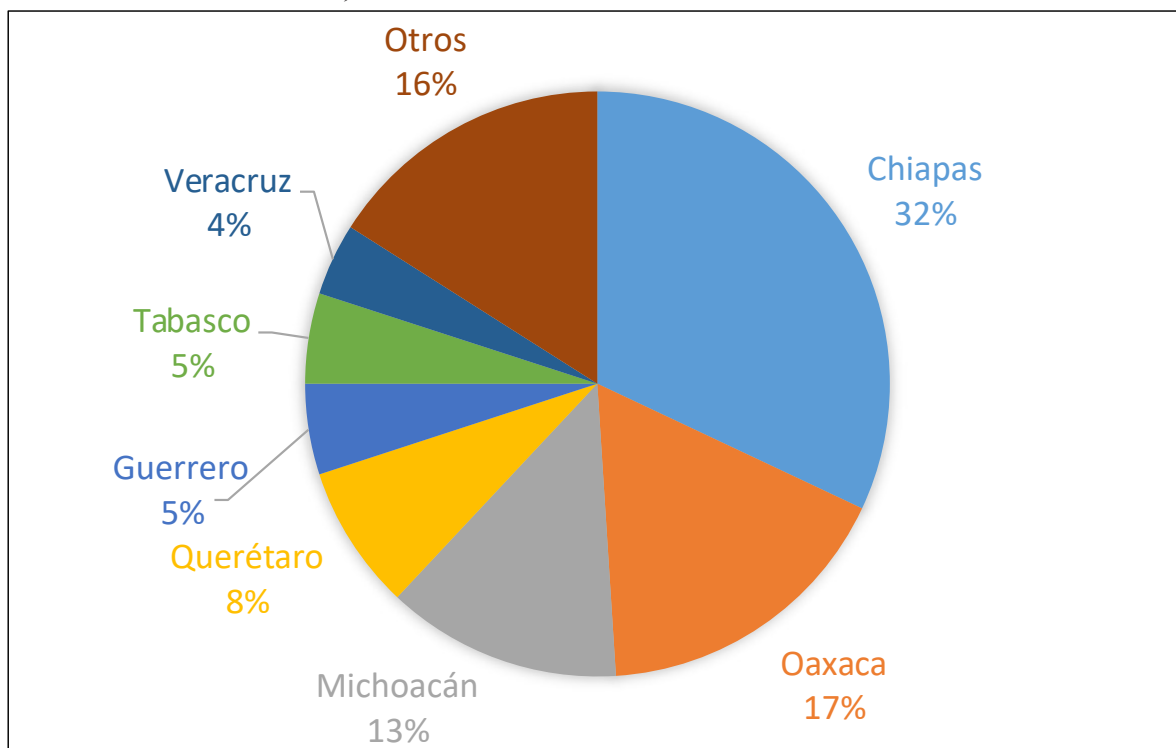
76 Sobre las áreas naturales protegidas en Chiapas, Oaxaca y Guerrero, véase <https://www.gob.mx/conanp/documentos/region-frontera-sur-istmo-y-pacifico-sur?state=published> (consultado el 3/6/2020).

y de la vida social, que a medida que avanzaba la década se convirtió en un aspecto básico de su estrategia. El combate por esta apropiación tuvo unas características que lo hacían novedoso: a) se expresó desde un sector campesino que demandaba autonomía ideológica, política y organizativa frente al PRI y las centrales campesinas oficialistas; b) se planteó como una apropiación global, y no referida solamente a la gestión o control de algunas partes; c) se concibió desde la idea de autonomía, lo que implicaba la autogestión y la menor intervención posible del Estado, frente al omnipresente intervencionismo estatal del mandato de Luis Echeverría; d) se vinculó, sobre todo tras la reforma constitucional de 1992 de Carlos Salinas de Gortari, con la defensa del denominado sector social de la economía, ante las tendencias de privatización y liquidación de las estructuras comunales y ejidales (Moguel Viveros, 1992a). Fundamentalmente en las comunidades indígenas de México, el deseo de tener soberanía sobre el proceso productivo se plasmó en proyectos de carácter cooperativo que se inscribían en el marco del desarrollo rural sostenible, particularmente en el sur y sureste del país.

Una consecuencia de la estrategia de adaptación del sector campesino organizado es la elevada producción de café orgánico, sobre todo en los estados de Chiapas y Oaxaca, con una importante participación de grupos indígenas. En el estudio encargado en el 2004 por la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas (COMCAFE) a un equipo de investigadores del ECOSUR, se estimó que el 13% de los productores de café de Chiapas producían café orgánico, los cuales representaban el 19% de la superficie cultivada de café del estado (Barrera Gaytán *et al.*, 2004). En el 2005, el Sistema Producto Café de Chiapas (2005) elevó dichos porcentajes a 14,3% y 19,4% respectivamente.

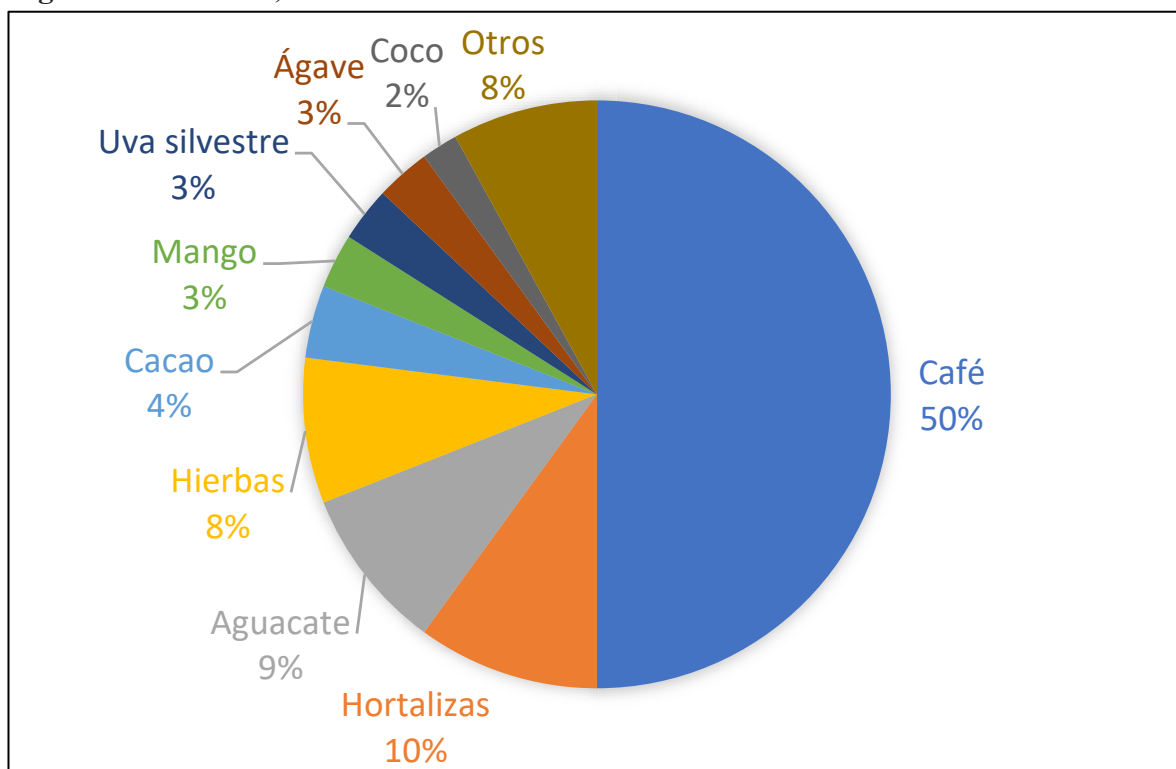
En los Gráficos 3.4A y 3.4B se aprecia el peso, para el ciclo 2007/08, de la superficie cultivada orgánica de Chiapas y Oaxaca y de la superficie cultivada de café, respectivamente, en el conjunto de la superficie orgánica de México. Puede verse que Chiapas representó casi un tercio de la superficie total del país y la suma de Chiapas y Oaxaca casi la mitad. No pasa desapercibido que todos los estados con una participación igual o superior al 4% están en el centro o el sur del país. Análogamente se constata que el café supuso el 50% del total de superficie orgánica del país, a una gran distancia del siguiente cultivo en cuanto a superficie, que fueron las hortalizas con un 10% del total. Este dato muestra de forma elocuente la importancia del café en la producción orgánica de México.

Gráfico 3.4a. Participación de la superficie cultivada orgánica de los estados mexicanos en el total de México, 2007/08



Fuente: Gómez Cruz *et al.* (2010b).

Gráfico 3.4b. Participación de la superficie cultivada de café en el total de superficie orgánica de México, 2007/08



Fuente: Gómez Cruz *et al.* (2010b).

En este apartado 3.5. se analiza, en primer lugar, la importancia que tuvo para el movimiento cooperativo la experiencia pionera de la organización UCIRI en Oaxaca. A continua-

ción, se muestra el crecimiento del movimiento cooperativo de Chiapas a partir, sobre todo, de 1990. Posteriormente se explica la articulación de las cooperativas en una coordinadora de ámbito chiapaneco (COOPCAFE) y una de alcance nacional (CNOC). Seguidamente se hace una aproximación a las características observadas en las cooperativas cafetaleras de Chiapas, y se presentan dos estudios de caso, Unión Majomut y Unión de Ejidos de la Selva. Por último, se aborda la comercialización del café de las cooperativas en el Comercio Justo.

3.5.1 La influencia de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) de Oaxaca

En el Capítulo 2 se describió el carácter pionero que tuvo la organización UCIRI gracias a los vínculos que estableció con la agencia de desarrollo Solidaridad, en los Países Bajos, y a que fue suyo el primer café certificado que se exportó desde Latinoamérica hacia Europa. En este apartado se quiere detallar la influencia decisiva que UCIRI ejerció sobre las cooperativas cafetaleras del estado de Chiapas.

La incidencia actuó por tres vías: en primer lugar, el apoyo comercial a las organizaciones recién constituidas para exportar su café; en segundo lugar, la formación técnica de personal de otras cooperativas en su Centro de Educación Campesina, una escuela de agricultura orgánica creada en 1986 en la comunidad de San José el Paraíso (municipio oaxaqueño de Santo Domingo Tehuantepec), donde entre 1985 y 1992, cada mes de noviembre entre 15 y 25 jóvenes iniciaban su ciclo de estudios y cuya manutención corría a cargo de UCIRI; finalmente, a través de la réplica de sus objetivos y en menor medida de su modelo organizativo, que hicieron de UCIRI un referente para las organizaciones que se fueron creando con posterioridad y pretendían incursionar en los mercados orgánico y de Comercio Justo.

Al igual que en Chiapas, en Oaxaca la mayor expansión del cultivo del café se había dado en los años 1970, con la llegada del Instituto Mexicano del Café (INMECAFE) y el Banco Nacional de Crédito Rural (BANRURAL). Los pequeños productores de Oaxaca también afrontaban como problema principal los bajos precios pagados por los intermediarios y el deficiente funcionamiento del INMECAFE. Los intermediarios, que a menudo eran los caciques de sus respectivas zonas, concedían préstamos a cuenta de la cosecha que luego cobraban haciéndose con el café producido y estableciendo un precio arbitrario. Un estudio efectuado en 1982 determinó que en la Sierra Madre en Oaxaca los productores estaban recibiendo menos de un tercio del precio que fijaba la Bolsa de Valores de Nueva York⁷⁷. En 1983 se constituyó formalmente UCIRI con la unión de 17 comunidades de campesinos indígenas de la Sierra Madre. En UCIRI acabaron coexistiendo indígenas zapotecos, mixtecos, chontales, mixes y chatinos.

La obtención del primer permiso de exportación fue un proceso arduo. En aquel mo-

⁷⁷ Entrevista con Francisco Vanderhoff Boersma mantenida en enero del 2002, durante la inauguración del Centro de Capacitación Campesina de Majomut en Polhó.

mento la práctica totalidad de los permisos de exportación eran titularidad de grandes terratenientes, organizaciones oficialistas tuteladas por la Confederación Nacional Campesina y, en menor cuantía, algunos intermediarios. Costó muchos esfuerzos cumplir todos los requisitos, cumplimentar toda la documentación y hacer frente a la desidia e incomprensión de los funcionarios. Fue necesaria la implicación del Consejo de Administración y el Consejo de Vigilancia y una gran dosis de perseverancia para conseguir finalmente el permiso el 20/2/1985. Antes de esa fecha, para poder exportar UCIRI debía comprar cuotas de exportación.

A finales de los años 1980, UCIRI no producía suficiente cantidad de café como para satisfacer la demanda global que tenía, que no provenía únicamente del mercado del Comercio Justo. La solución que adoptó UCIRI fue abastecerse, bajo su responsabilidad y dentro de su cuota de exportación, de organizaciones creadas durante los años 1980 en Chiapas como ISMAM, Tiemelonlá Nich Klum, Unión de Ejidos de la Selva y Unión de Ejidos San Fernando, quienes utilizaron la cuota y el registro de exportador de UCIRI en tanto no consiguieran los propios. Tiemelonlá Nich Klum, por ejemplo, en 1986 realizó una primera exportación de 113 sacos a la importadora alemana GEPA a través de UCIRI, y el apoyo se prolongó hasta 1989.

Todas estas organizaciones se sentían unidas por vínculos fraternales, creados por la problemática común de enfrentarse a un universo desconocido para ellas, el procesado y la exportación a un mercado exigente como el europeo, y a través de los lazos que cada una de ellas tenía con la Iglesia Católica: Diócesis de Tehuantepec en el caso de UCIRI, Diócesis de Tapachula en ISMAM, Diócesis de Tuxtla Gutiérrez en la Unión de Ejidos San Fernando y la congregación Hermanas de la Caridad del Verbo Encarnado en Tiemelonlá Nich Klum, congregación que entró en contacto con la organización cafetalera gracias a la Diócesis de San Cristóbal⁷⁸. Respecto a Unión de Ejidos de la Selva, se vio en el subapartado 3.4.2. que en la toma de conciencia de los campesinos y en su creación y tuvieron un rol importante los misioneros católicos que llevaban a cabo su labor en el municipio de Las Margaritas. En el trabajo de campo realizado en los años 2002, 2007, 2016 y 2017, se pudo verificar que también existían vínculos personales muy estrechos entre las personas que habían liderado el crecimiento de las cooperativas más antiguas. Con todo, en las dos últimas estancias en Chiapas (años 2016 y 2017) pudimos constatar que se había debilitado la colaboración entre las organizaciones, fenómeno claramente relacionado con el desgaste y la pérdida de eficacia de la coordinadora estatal COOPCAFE⁷⁹. Otras organizaciones constituidas más tarde y de existencia más efímera también exportaron por medio de UCIRI. La organización Flor de Amatlán, por ejemplo, lo hizo durante la mayor parte de los años que estuvo operativa⁸⁰.

78 Tiemelonlá Nich Klum, S. de S.S. Organización de pequeños productores de café y Hermanas de la Caridad del Verbo Encarnado. Perspectiva Histórica Resumida (documento inédito facilitado por el equipo técnico de la organización).

79 Véase subapartado 3.5.3.

80 Comunicación personal de Dionisio Eleuterio López Méndez, fundador de la organización y Secretario del Consejo de Administración en el periodo 1997-2000, en 25/10/2020.

En 1985 la UCIRI recibió la visita de importadores de Comercio Justo de Países Bajos y Alemania⁸¹. El experto en agricultura orgánica Loek uit het Broek, tras observar las prácticas agrícolas de los socios de UCIRI, concluyó que su modo de producción guardaba una gran semejanza con la producción orgánica. Ello animó a la organización a continuar su conversión a la producción orgánica. Al no existir todavía ningún reglamento de agricultura orgánica en la Unión Europea, fue relativamente sencillo obtener la certificación en 1988 de la empresa alemana Naturland. La ausencia de normativa oficial llevó a UCIRI a confeccionar su propio reglamento interno de producción orgánica⁸².

El método de producción orgánica se extendió al maíz, el frijol y las hortalizas, con el apoyo técnico del Centro de Educación Campesina (Vanderhoff, 1992). La pronta conversión hacia la producción orgánica de UCIRI, en la segunda mitad de los años 1980, convirtió el ejemplo de esta organización en un polo de atracción para otras organizaciones de Oaxaca y Chiapas, que veían múltiples beneficios en la nueva forma de producción: preservación del entorno gracias a la no utilización de agroquímicos, menos riesgos para la salud de los productores y sus familias al eliminar las fumigaciones, ahorro monetario gracias a la supresión de los inputs químicos, y acceso a un mercado emergente, el de los productos ecológicos, que empezaba a apuntalarse principalmente en Europa y que ofrecía el incentivo de pagar precios más altos por el café. Mejorar los rendimientos sin la utilización de agroquímicos sí que exigió renovar los cafetales más envejecidos, elaboración de composta y aplicación del abono con precisión según los requerimientos de los cafetales, y poda cuidadosa de unas plantas a las que, sobre todo en los terrenos más remotos, de difícil acceso y con mayor pendiente, durante largos periodos no se les dispensó ningún cuidado y se practicó más la recolección que el cultivo.

Los ingresos de los productores de la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO), muy diferentes en función de que produjeran café convencional o certificado orgánico, así como la comparación con los ingresos de los productores no asociados, también evidenciaban las ventajas de la adopción de la tecnología orgánica. En el ciclo 2001/2002, con los precios del café en el mercado en mínimos históricos, la diferencia entre los ingresos y los costes asociados a producir un quintal de café pergamino fueron: -262 pesos para el productor de café convencional no asociado a ninguna organización, -222 pesos para el productor convencional asociado a CEPCO y 500 pesos de beneficio para el productor orgánico. El manejo más cuidadoso de los cafetales también ocasionaba rendimientos muy diferentes. Los productores de café convencional producían 3 quintales por hectárea, los que estaban en transición hacia el café orgánico 5 quintales, y los que ya estaban certificados obtenían unos rendimientos de 10 quintales/hectárea (Bartra, 2006).

La organización Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) de Chiapas,

81 Véase subapartado 2.5.2.

82 Entrevista con Frans Vanderhoff Boersma en enero del 2002, durante la inauguración del Centro de Capacitación Campesina de la Unión Majomut en Polhó (municipio de Chenalhó, Chiapas).

constituida pocos años después de UCIRI, fue uno de los principales vectores de introducción de la producción orgánica en su estado. Sus técnicos se formaron en el Centro de Educación Campesina de UCIRI, como también lo hicieron los de otras organizaciones pioneras de Chiapas como Cooperativa de Producción Tzeltal-Tzotzil, Unión de Ejidos de la Selva, Tiemelonlá Nich Klum y Productores Agropecuarios de la Selva Lacandona⁸³. En el caso de Tzeltal-Tzotzil, cuyos fundadores tenían una estrecha relación con los catequistas de la Diócesis de San Cristóbal, fue mediante ella que los socios tuvieron conocimiento de los talleres formativos que organizaba UCIRI.

El apoyo técnico de UCIRI se amplió a otras organizaciones: Tosepan Titataniske (estado de Puebla); Unión Majomut (Chiapas); Unión Agrícola, Pecuaria, Industrial y de Servicios (UAPEIS) Tzijib Babi, Federación de Sociedades de Solidaridad Social (Chiapas); Coalición de Ejidos de la Costa Grande de Guerrero (Guerrero). Posteriormente el asesoramiento traspasó fronteras y se hizo extensivo a cooperativas de Guatemala, Honduras y Nicaragua (Chávez y Natal, 2012; López Pacheco, 2017). La UAPEIS Tzijib Babi, más tarde reconstituida como Sociedad de Solidaridad Social Tzijib' Babi, entró en contacto con UCIRI por mediación del párroco de Yajalón, Loren Riebe Estrella, quien además les facilitó las oficinas de la parroquia para que hicieran uso de los servicios de teléfono y fax durante unos meses (Aguilar Pinto, 2005).

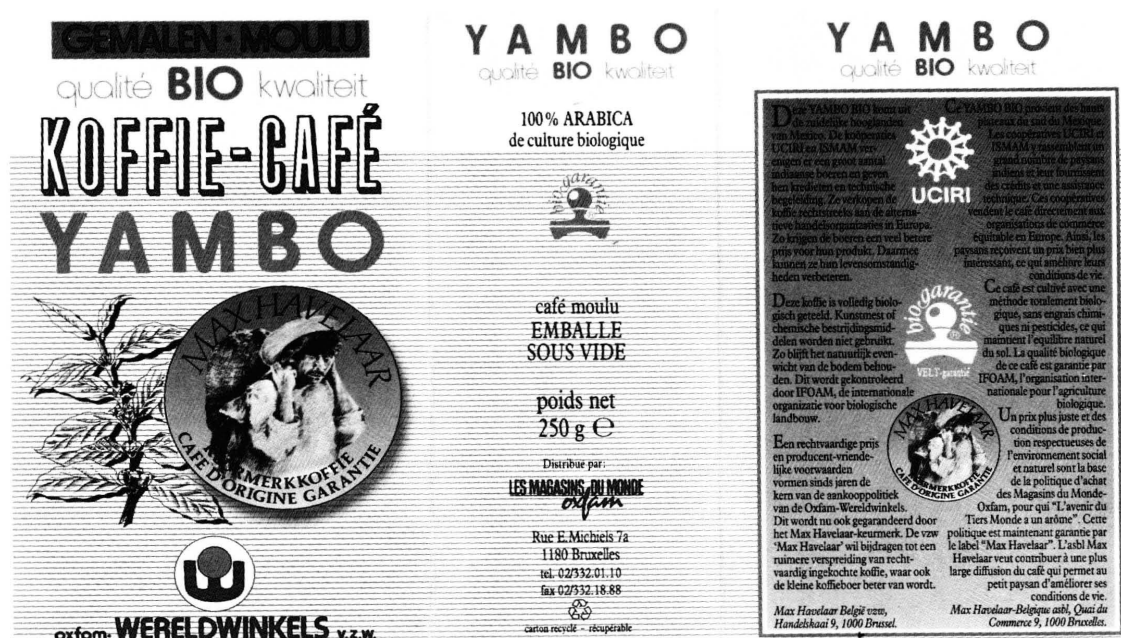
Los orígenes de la Organización de Cafecultores Emiliano Zapata (OCAEZ) constituyen otro ejemplo de hasta qué punto la apuesta por la producción orgánica de UCIRI e ISMAM se había convertido en un ejemplo a seguir. Productores de los municipios de La Trinitaria y Bella Vista eran conocedores de que UCIRI en Oaxaca e ISMAM en Chiapas, llevaban años produciendo café orgánico y habían experimentado un gran crecimiento. La documentación sobre la historia de OCAEZ hace referencia al deseo de “formar una organización que impulsara una agricultura limpia”. Dos de ellos se desplazaron hasta las instalaciones de UCIRI para recabar información sobre la producción orgánica de café, y allí se les informó de una asesoría en el municipio de Motozintla en Chiapas, llamada Proyectos y Asistencia Técnica en Producción Orgánica (PATPO), S.C, que les podía prestar asesoramiento y estaba más cercana a sus comunidades⁸⁴. El director de PATPO era Edgar Gildardo Flores Miguel, que en 1994 había estado implicado en la escisión producida en ISMAM, con la marcha de diversas comunidades y agrónomos, y en 1995 empezó a aglutinar a las cooperativas que constituirían la FIECH. La OCAEZ se integró formalmente en la FIECH en 1999 y perteneció a ella hasta el 2015 (Quiroga, 2021).

83 Entrevistas con José Manuel Águila González, responsable del área técnica de ISMAM entre 1994 y 2005, mantenidas el 13/10/2020 y el 5/6/2023.

84 Organización de Cafecultores Emiliano Zapata, A.C. “OACEZ”, documento inédito facilitado por Yair Merlín Uribe, investigador del ECOSUR.

La colaboración de UCIRI con ISMAM, pioneras ambas en sus respectivos estados en la obtención de las certificaciones orgánica y de Comercio Justo, fue en particular fructífera. La relación de ambas organizaciones con la importadora belga Oxfam Wereldwinkels-Oxfam Magasins du Monde se tradujo en la comercialización en Bélgica del café con la marca Yambo, mezcla del café de ambas cooperativas. La Figura 3.3 muestra el envoltorio de un paquete de café Yambo de 250 grs. comercializado en Bélgica en la década de 1990. En él se explica que el café ha sido producido por campesinos indígenas sin el uso de agroquímicos, lo que mantiene el equilibrio natural del suelo, y que la venta directa de ISMAM y UCIRI a organizaciones de Comercio Justo europeas garantiza a los productores mejores precios. Se aprecian los logos de Max Havelaar y de Biogarantie, la empresa belga certificadora de productos orgánicos.

Figura 3.3. Paquete de café de la marca Yambo, compuesto por café de las cooperativas UCIRI e ISMAM y comercializado en Bélgica por Oxfam



Fuente: Renard (1999).

Cabe hacer mención de otras organizaciones de pequeños productores de temprana creación en sus respectivos estados que decidieron constituirse incentivadas por el exitoso modelo que observaron en UCIRI e ISMAM:

- Oaxaca: Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO) y Michi-zá Yeni Navan.
- Veracruz: la Unión de Ejidos Nahua, Otomí y Tepehua (UENOT) y la Unión Regional de Pequeños Productores de Café de Huatusco.
- En Guerrero: Productores Orgánicos del Pacífico.
- En Chiapas: Unión de Ejidos Profesor Otilio Montaña, Tzotzilotic Tzobolotic, Cafe-

ticultores de la Selva Norte de Tumbalá y Unión de Cafetaleros Orgánicos de Ángel Albino Corzo (UCOAAC), antes de que se produjera una verdadera explosión en la constitución de nuevas cooperativas al iniciarse la década de 1990 y sobre todo a partir de 1992, cuando se tomaba conciencia de la gravedad de la crisis de precios y de que su duración podía alargarse en el tiempo⁸⁵.

Una cuestión relevante de este proceso inicial de apoyo a las nuevas organizaciones que se creaban fue que ellas hicieron lo propio, una vez consolidadas, con las que se iban creando ya en los años 1990. Como había ocurrido en los años 1970 con las primeras uniones ejidales, las cooperativas cafetaleras eran conscientes de que no actuaban en el vacío político y social, y que sus éxitos o descabros dependían en gran parte de las alianzas establecidas con organizaciones similares. Un resultado de estas alianzas era la transmisión de conocimientos y experiencia y la capacitación colectiva que se generaba. Perezgrovas (1998) apuntó como un elemento medular de la adopción de la producción orgánica en la Unión Majomut el haber podido aprender de experiencias similares de otras organizaciones de pequeños productores. La solidaridad entre organizaciones fue más allá de la asistencia técnica o comercial. En 1989, la Unión Majomut atravesó una situación muy crítica debida al impago de dos importantes clientes del café entregado. La ayuda material que recibió de UCIRI y Unión de Ejidos de la Selva fue crucial en unos momentos en que la organización corría el riesgo de desaparecer⁸⁶.

La credibilidad de que gozaba la organización oaxaqueña se debía no solamente a su carácter pionero y a su predisposición a cooperar con otras organizaciones, sino también al crecimiento que experimentó en socios y volumen de producción. En 1982 comercializó 35 toneladas de café y, según Chávez y Natal (2012), en el 2010 el volumen llegó a casi mil toneladas. Tal volumen de producción se pudo conseguir gracias al incremento en el número de socios, que había llegado a la cifra de 2.780, repartidos en 58 comunidades de 20 municipios del centro y norte de Oaxaca, comunidades diseminadas principalmente por la Sierra Madre del Sur, que en Oaxaca discurre paralela al litoral del Pacífico. Una muestra de la ascendencia que UCIRI tenía entre las organizaciones de Chiapas es que, en 1989, la totalidad de los socios de Tiemelonlá Nich Klum se integró en el programa de agricultura orgánica, aconsejados por el coordinador de UCIRI, Frans Vanderhoff⁸⁷.

En el modelo organizativo de UCIRI, una característica que sobresalía era que estaba basado en los usos y costumbres indígenas de la región. Los acuerdos no se tomaban por mayoría sino por consenso, repitiendo las reuniones tantas veces como fuera necesario para que no hubiera ganadores ni perdedores, y el eje del funcionamiento de la organización era el llamado tequio o Trabajo Común Organizado⁸⁸, una institución que es esencial para mantener

85 Véase el Gráfico 3.5.

86 30 Aniversario de organización, trabajo, esfuerzo y calidad, libro editado en el 2013 por la Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut con motivo de los treinta años de su fundación.

87 Entrevistas con los equipos técnico y directivo de Tiemelonlá Nich Klum en 27/12/2006 y 16/5/2017.

88 En México, el término tequio hace referencia al trabajo colectivo que toda persona debe a su comunidad indígena y que se realiza en beneficio de la comunidad, motivo por el cual no es remunerado.

la supervivencia contemporánea institucional de los pueblos indígenas y de la que depende su capacidad para gestionar y mantener sus activos, la infraestructura comunitaria y las responsabilidades hacia el gobierno de la comunidad (Jaffee, 2014).

La estructura organizativa descansaba sobre una Asamblea General de Delegados, representantes de las comunidades que componían la organización, un Consejo de Administración y un Consejo de Vigilancia, estos dos últimos compuestos por 4 miembros y con sus respectivos suplentes. Los tres órganos eran elegidos por un periodo de tres años. La Asamblea de Delegados era el máximo órgano decisorio y con las más amplias atribuciones para acordar operaciones y contratos, elegía el Consejo de Administración y los integrantes de los diversos comités: cultivo orgánico, trabajo común organizado, Centro de Estudios Campesinos, transporte, ferretería. El Consejo de Administración era el órgano que debía coordinar las diversas áreas de la organización para ejecutar los acuerdos adoptados por la Asamblea General. El Consejo de Vigilancia era el órgano encargado de supervisar la observancia de las leyes, estatutos, reglamentos, manuales y acuerdos por parte de todas las instancias de UCIRI y de todos los socios y de verificar el correcto uso de los recursos para impedir manejos irregulares (López Pacheco, 2017).

El equipo técnico tenía como funciones primordiales: formar a los técnicos regionales y comunitarios sobre la producción orgánica, intercambiar experiencias con productores de otras organizaciones, mantener en constante capacitación a los productores, realizar el seguimiento y control de las exportaciones, comunicarse con los clientes nacionales e internacionales y gestionar el cobro de las ventas.

Los delegados, un miembro del Consejo de Administración y los representantes de cada comité se reunían una vez al mes en una Asamblea Ordinaria que duraba dos días en las instalaciones de Lachivixá, en el municipio de Santa María de Guienagati. Con lo tratado en la asamblea, los delegados confeccionaban un documento para ser discutido en la reunión de cada comunidad al que se le denominaba “Pasos”, porque consideraban que eran pasos de su largo caminar, y otro que entregaban a todos y cada uno de los socios como preparación de la asamblea comunitaria. La asistencia a la asamblea de la comunidad era obligatoria, el no participar en ella sin motivo justificado era motivo de sanción. En cada una de las comunidades se nombraba una Mesa Directiva y un Consejo de Vigilancia, cuyos integrantes prestaban sus servicios por espacio de uno o dos años, según los casos (Vanderhoff, 1992).

Durante los primeros años de existencia, entre los objetivos que se fijó UCIRI había dos primordiales: construir un almacén y una planta de procesamiento del café y obtener el permiso de exportación. El almacén y las instalaciones de transformación del café se construyeron en la localidad de Lachivixá, y no en la ciudad de Ixtepéc (núcleo poblacional y comercial más importante de la zona), para generar empleos en una zona rural más próxima a las comunidades que componían la organización. A finales de los años 1990 ya contaban con una pequeña máquina tostadora con la que comercializaban café tostado en la región del

Istmo⁸⁹. En 1992 se adquirió maquinaria de mayor envergadura para poder procesar y empaquetar mayores cantidades de café y poderlo vender no sólo en el mercado regional sino en el nacional. La apropiación del proceso productivo y la generación de valor eran finalidades innegociables para la organización.

Un objetivo inequívoco alrededor del cual giraba buena parte del quehacer de la organización era elevar tanto como fuera factible la calidad del café, objetivo que presentaba numerosas sinergias con la apuesta también indiscutible por el café orgánico. La admisión de nuevos miembros en la organización tenía lugar entre principios de abril y finales de mayo, para que los productores recién incorporados tuvieran tiempo de familiarizarse con los requerimientos de la certificación orgánica antes de la cosecha (Vanderhoff, 2002). UCIRI se fue apropiando de más eslabones de la cadena de valor, llevó adelante un esfuerzo continuo por mejorar su proceso productivo y agregar valor al café y reinvertió las ganancias en la mejora de su infraestructura. Un estudio de Naciones Unidas determinó que los ingresos anuales medios de los productores derivados de la venta de café se habían triplicado, al elevarse desde 280 US\$ en 1983 a 860 US\$ en 1999 (UN, 2000).

A principios de siglo XXI, UCIRI fue objeto de un análisis de caso de la FAO que resaltó como logros destacables: haber conseguido la certificación orgánica nacional e internacional, la organización democrática con elementos del sistema de gobierno indígena, haber abogado por los derechos de la población indígena, la preservación de lenguas y culturas autóctonas, el impacto positivo directo sobre 15.000 personas e indirecto sobre 32.000 (gracias a los servicios comunitarios implantados), haber creado un equipo técnico propio educado en su escuela campesina y la fuerte influencia en organizaciones de Oaxaca, Chiapas, Guerrero y de Guatemala. Subrayaba el influjo que su modelo organizativo ejerció en la cooperativa Michizá Yeni Navan, de Oaxaca, e ISMAM y Tiemelonlá Nich Klum, de Chiapas. Concluía que todo ello no sólo lo había conseguido con el apoyo de las autoridades locales, estatales y nacionales, sino a menudo padeciendo su represión (FAO, 2002).

Los principios que inspiraron la fundación de ISMAM guardaban una clara semejanza con los de UCIRI. El objetivo principal iba más allá de la producción de café, aspiraba a mejorar globalmente el nivel de vida de sus productores. Se perseguía un modelo de desarrollo integral, sostenible y basado en la autogestión. El café orgánico, intercalado con otros cultivos que aseguraran la autosuficiencia alimentaria, era visto como la mejor solución. Comportaba igualmente la virtud de preservar la tierra de la erosión que causaban los agroquímicos, de forma que pudiera ser transmitida en buen estado a las siguientes generaciones. Al freno de la erosión también contribuía la sistemática creación de barreras vegetales y de terrazas.

ISMAM estableció un departamento de certificación que tenía como misión esencial efectuar las inspecciones internas y elaborar la documentación. Los Grupos de Trabajo Co-

89 Se denomina así esta región, que comprende una parte de los estados de Oaxaca y Veracruz, porque es la zona de México en que se hace menor la distancia entre el océano Pacífico y el Golfo de México.

lectivo que había creado la Diócesis de Tapachula los reconvirtió en comités locales que tenían representación formal en la organización y participaban en el sistema de supervisión. A cada comité local se le solicitó que eligiera uno de sus miembros para ser capacitado y designado promotor, cuya labor consistía en transmitir en su comunidad los conocimientos adquiridos. El integrante así elegido organizaba reuniones y visitaba a cada miembro al menos una vez al mes para recabar información como parte del sistema de supervisión (Dankers y Liu, 2004). Al igual que en UCIRI, en ISMAM se creía que un servicio básico y vital que la organización ofrecía a sus socios era la asistencia técnica y la capacitación. Para ello ISMAM contrató a ingenieros agrónomos especializados en ramas de la agronomía vinculadas a la labor que realizarían en la cooperativa, entre ellos José Manuel Águila González, ingeniero egresado de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) especializado en parasitología agrícola, quien trabajó para ISMAM entre 1994 y 2005.

Para ingresar en ISMAM uno de los requisitos era la asistencia a un curso-taller en el que se analizaba el sistema capitalista y su modo de producción depredador amparado en un discurso modernizador desarrollista. A este modelo se le contraponía el uso racional de los recursos y la convivencia armoniosa con la naturaleza. El taller había sido ideado por el Centro de Producción Comunitaria (CEPROCOM) de la Diócesis de Tehuantepec (Hernández Castillo, 1997). También eran requisitos para la entrada en la organización: no ser intermediario, comprometerse a cultivar el café de forma orgánica y no poseer más de diez hectáreas de tierra.

En 1991, un representante de UCIRI se reunió con Frank Engler, director de una de las más grandes empresas procesadoras de café de Suiza, Fritz Bertschi AG. Engler se había aproximado al Comercio Justo preocupado por los efectos de los agroquímicos en la salud de las personas y en el medio ambiente. Al conocer la experiencia de UCIRI, se dio cuenta de que el cuidado del medio ambiente debía ir al unísono con el respeto por los productores (Waridel y Teitelbaum, 2002). La empresa Fritz Bertschi AG se convirtió en cliente de UCIRI y más tarde de ISMAM.

La dimensión que adquirió UCIRI, la cartera de clientes sumamente diversificada en países e importadoras, y las sólidas relaciones que estableció con algunas de estas importadoras, que en algunos casos han perdurado durante cuatro decenios, mostraron a las cooperativas de Chiapas una exitosa estrategia comercial.

Tabla 3.8. Principales compradores del café de UCIRI (2000-2005)

PAÍS	COMPAÑÍA
Alemania	GEPA Schirmer
Austria	EZA
Bélgica	Koffie F. Rombouts NV
Canadá	Just Us! Coffee Café Rico
Dinamarca	Urtekram A/S
España	Alternativa 3
Estados Unidos	Equal Exchange Cooperative Coffees Café Campesino
Finlandia	M/S Viking EXPRS
Francia	Malongo Carrefour Lobodis
Irlanda	Java Republic
Italia	CTM AltroMercato Coind Società Cooperativa
Japón	Wakachaia
México	Café Royal
Países Bajos	Van Weely VB Simon Levelt Neuteboom De Drie Mollen Tiktak Koffie & Thee
Reino Unido	Oxfam Trading
Suecia	Sackeus ÄGS AV
Suiza	Fritz Bertschi AG Claro Fair Trade AG MIGROS COOP Alois Traeubler AG

Fuente: elaboración propia con datos de Waridel (2001), Vanderhoff (2002), Mazariegos (2006), López Pacheco (2017) y <http://www.aloistraeubler.ch/> (consultada el 22/9/2023).

Las importadoras de Europa, Estados Unidos y Canadá con las que UCIRI consolidó relaciones comerciales duraderas eran organizaciones que habían tenido un papel importante en el desarrollo del Comercio Justo. En la Tabla 3.8 se relacionan las que fueron sus principales compradoras durante el periodo 2000-2005. La mayoría de ellas eran operadores del sello FLO en sus respectivos países y, entre las europeas, algunas habían sido fundadoras de la European Fair Trade Association (EFTA) o pertenecían a ella sin haberla fundado. Se vuelve a evidenciar el peso relativo dentro del Comercio Justo de Países Bajos y Suiza, los dos países

en los que UCIRI tenía un mayor número de clientes, cinco en cada país. De nuevo se puede comprobar la escasa presencia de compradores de países del Mediterráneo y la total ausencia de los países del este de Europa, en consonancia con lo visto en el Capítulo 2. Pese a la poca relevancia del mercado del sur de Europa, durante los años 1990 UCIRI vendió café, también en España, a Equimercado, una importadora con sede central en Pamplona (Navarra) y una delegación en Barcelona. Equimercado era un proyecto promovido por la Fundación Adsis, que aglutinaba comunidades cristianas de base⁹⁰. Asimismo se observa la presencia de un cliente del mercado nacional, Café Royal, una empresa tostadora de la ciudad de Monterrey. Posteriormente UCIRI amplió notablemente su cartera de clientes nacionales.

Asimismo es significativo que una de las mayores empresas mundiales de la distribución, Carrefour, estuviera entre los compradores, en línea con la tendencia que se iba imponiendo en el Comercio Justo de la creciente comercialización por parte de grandes empresas multinacionales en lo que había sido un mercado restringido a movimientos y colectivos combativos políticamente y solidarios con el Sur. El acuerdo con Carrefour firmado en el año 2002 contemplaba que la importadora Malongo⁹¹ suministraría el café tostado a Carrefour. Este acuerdo le acarreó a UCIRI muchas críticas de organizaciones con una larga trayectoria en el Comercio Justo. Francisco Vanderhoff, fundador y coordinador de UCIRI, alegó alguna debilidad en el funcionamiento de FLO que, a su entender, legitimaba la decisión adoptada por UCIRI. La fundamental, ya señalada en los subapartados 2.5.5 y 2.5.6, era que el Comercio Justo, pese a su crecimiento cuantitativo, no alcanzaba las expectativas depositadas por quienes idearon los sellos de garantía y en ningún país había llegado a una cuota de mercado del 5% (Vanderhoff, 2002). En la Tabla 2.10 vimos que, en el año 1997, la cuota de mercado del café en Suiza era del 3,19%, y las de Luxemburgo y Países Bajos, del 2,71% y 2,65% respectivamente. Como consecuencia de ello, la mayoría de organizaciones de pequeños productores no podían vender la totalidad de su café en el mercado solidario⁹².

Hasta 1990, GEPA había sido el principal comprador del café de UCIRI, con cerca de un 70% del total de ventas en términos físicos. A partir de aquel año UCIRI decidió diversificar su cartera y las compras de GEPA fueron disminuyendo en términos relativos hasta quedar en aproximadamente un 10% del total, gracias a la consolidación de clientes como Equal Exchange, Sackeus o CTM AltroMercato, que empezaron a adquirir importantes volúmenes (Vanderhoff, 2002).

UCIRI fue pionera en la elaboración de café soluble liofilizado. También en esta línea de negocio ISMAM fue la primera organización de Chiapas que replicó la iniciativa, que luego fue seguida por: Unión San Fernando, Unión La Selva, FIECH, Productores Orgánicos Montaña Azul y Unión Majomut. La organización Majomut lanzó este producto en fechas mucho más recientes que el resto, pero ha tenido un notable éxito exportador gracias a la

90 Véase subapartado 2.2.2.

91 Malongo fue, durante un largo periodo, el principal importador en Francia de café de Comercio Justo.

92 Véase Tabla 3.15.

comercialización en Europa por la cooperativa francesa Ethiquable, una importadora con un intenso crecimiento en sus ventas en la última década.

La red de vínculos que se tejió entre las cooperativas, iniciada con la actitud solidaria de UCIRI y continuada más tarde por numerosas organizaciones, la estrategia mayoritaria de abordar en común los desafíos que surgían y los beneficios que los campesinos observaban por pertenecer a organizaciones de pequeños productores, hicieron posible la expansión del movimiento cooperativo cafetalero, con notable intensidad en el estado de Chiapas. En el ciclo 1994/95, del total de café que exportaron las organizaciones de pequeños productores a los mercados de café solidario y orgánico, el 80% provenía de Chiapas y el 20% de Oaxaca, del cual el 17% correspondía a UCIRI (Renard, 1999).

3.5.2 La expansión del movimiento cooperativo en Chiapas

Existe una gran escasez de datos estadísticos sobre la creación y desaparición de organizaciones de pequeños productores, el número de socios y sus municipios de procedencia. Cuando existen, son una foto fija de un momento determinado o de más de uno en el mejor de los casos, pero no permiten seguir la evolución. Asimismo son pocas las organizaciones que han descrito su trayectoria en documentos escritos, lo que convierte la memoria oral en una fuente de información muy valiosa, pero enormemente costosa de recopilar.

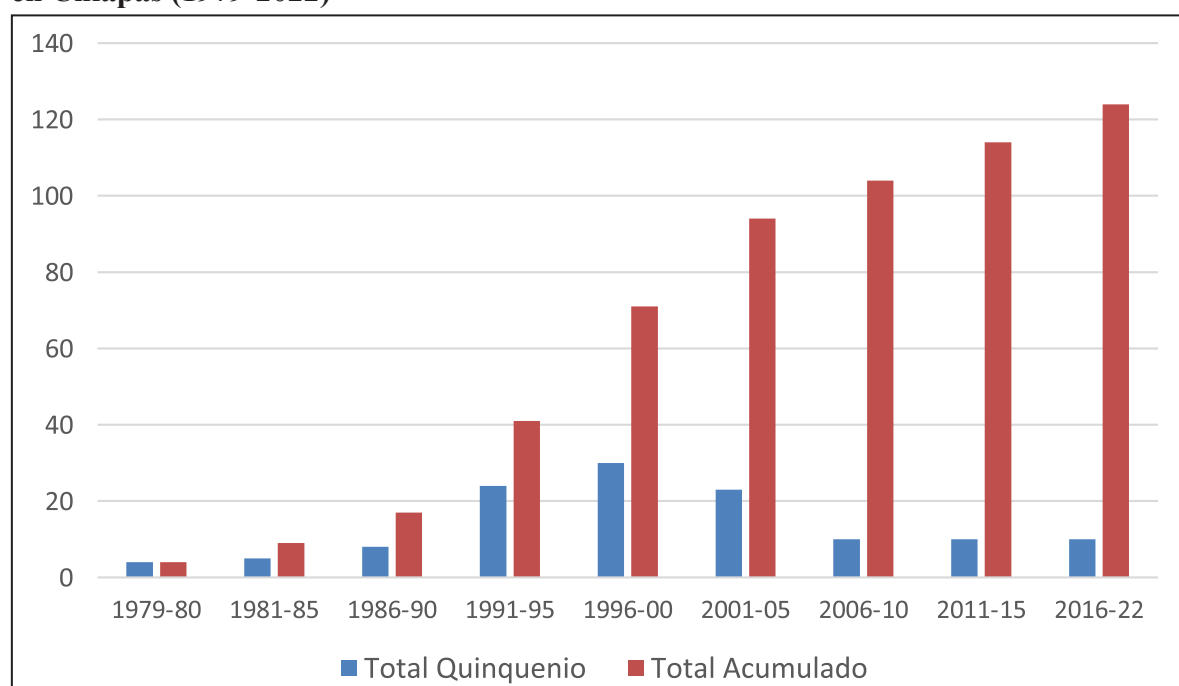
Todas estas circunstancias han hecho necesario un laborioso trabajo de recopilación de datos de cada una de ellas a través de muy diversas fuentes: comunicaciones personales con miembros de los equipos directivos y técnicos, y con responsables de despachos de consultoría que en su día asistieron a las organizaciones; entrevistas *in situ* efectuadas durante el trabajo de campo en los años 2002, 2007, 2016 y 2017; consulta en el Registro Agrario Nacional de los expedientes de aquellas que tienen forma jurídica de cooperativa; seguimiento exhaustivo de páginas web, cuando existen, y perfiles en las redes sociales de aquellas organizaciones que las utilizan; y amplia revisión de los estudios realizados sobre el cooperativismo cafetalero de Chiapas (artículos, tesis de maestría, tesis de doctorado), así como información aparecida en la prensa local o nacional.

Una serie de fenómenos que se vienen repitiendo en el tiempo entrañan una dificultad añadida: la continua disgregación de cooperativas en otras de menor tamaño, debida a conflictos de toda índole; organizaciones que, bajo la apariencia de cooperativas productoras de café, fundamentalmente se constituyeron para recibir apoyos públicos y quedaban inactivas cuando éstos desaparecían, pero no se disolvían y continuaban existiendo como personas jurídicas; el trasvase de socios entre organizaciones; los cambios en el nombre de un apreciable número de ellas o el nombre casi idéntico que algunas tienen en ocasiones, debido a la coexistencia de numerosas cooperativas en un mismo municipio y al hábito de hacer a menudo referencia al municipio o región en la denominación oficial, y debido también a la existencia de ejidos y comunidades con el mismo nombre en diferentes municipios, y cooperativas que

en su denominación se refieren al ejido o comunidad donde se fundaron o donde radican la mayoría de sus socios; y la dificultad para obtener datos de las que han transcurrido muchos años desde su desaparición.

Aun con estas dificultades, en este apartado se ha intentado reconstruir la evolución del movimiento cooperativo cafetalero en Chiapas, que es sin duda un fenómeno muy remarcable, con un proceso de expansión muy intenso en los años 1990 y los primeros años del siglo XXI. En el Gráfico 3.5. se presenta la evolución del movimiento cooperativo en el estado de Chiapas desde sus orígenes hasta 2020, a partir de los datos disponibles de la constitución de organizaciones productoras de café.

Gráfico 3.5. Evolución de la creación de cooperativas de pequeños productores de café en Chiapas (1979-2022)



Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes

En la segunda mitad del decenio de 1980 ya puede verse una considerable creación de cooperativas, vinculada al desacuerdo con el funcionamiento del INMECAFE y a la voluntad de emular a las organizaciones ISMAM y UCIRI. Se evidencia el punto de inflexión que se produjo a finales de los años 1980. La no renovación de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional del Café en julio de 1989, al liberalizar los precios generó el marco idóneo para que las continuas crisis de sobreproducción cíclicamente hundieran los precios.⁹³ La desaparición de organismos de carácter público, que dejó a los campesinos en una situación de desamparo, se produjo también en otros sectores, pero en el sector cafetalero existían algunas organizaciones que ya habían aprendido a exportar.

A partir de 1990 se inicia un periodo de quince años en el que la creación de nuevas cooperativas fue muy intensa. La nueva crisis de precios de finales del siglo XX e inicios del

93 Véase el Gráfico 1.4.

siglo XXI, más profunda que la anterior, continuó suministrando incentivos a los pequeños productores para buscar alternativas a unos precios en mínimos históricos. Desde el año 2005 el ritmo de constitución de cooperativas se debilita, pero vemos que se sigue creando un notable número de ellas. En el quinquenio 2016-2020 decae algo más, probablemente porque en un periodo de cuatro décadas la gran mayoría de comunidades y ejidos que tenían voluntad y capacidad organizativa para constituirse en cooperativa ya lo habían hecho.

La extensión del movimiento cooperativo tiene su reflejo en los Mapas 3.5 y 3.6, en los que se puede ver la difusión de cooperativas cafetaleras entre los años 1990 y 2017. Como regiones con un gran número de cooperativas destacaban la Selva Norte, en el cuadrante nordeste, especialmente los municipios de Tumbalá, Yajalón y Chilón; y las regiones Soconusco, Sierra y Fraylesca, con numerosas cooperativas en los municipios de Motozintla, Ángel Albino Corzo y Mapastepec⁹⁴.

En el Mapa 3.6 se observa la coexistencia de muchas cooperativas en un mismo municipio. Los abundantes casos que se dieron de quiebra económica y de gestión corrupta han generado una sensación de desconfianza en los campesinos que les impulsó a tender hacia cooperativas de reducido tamaño, con la posibilidad de controlar más estrechamente a los equipos técnicos y directivos. Obviamente esto causaba ineficiencias y dificultaba mucho alcanzar el volumen que les permitiera sufragar los costes de funcionamiento y de control interno para poder optar a las certificaciones. El resultado fue que numerosas cooperativas de pequeño tamaño acabaron siendo suministradoras de materia prima para las grandes empresas, en el mejor de los casos café semiprocado.

La comparación de los dos mapas evidencia que la propagación del movimiento cooperativo ha llegado a cubrir todas las regiones con elevación suficiente sobre el nivel del mar para el cultivo en altura de café Arábica. No son aptas para su cultivo, por esta razón, las llanuras limítrofes con el estado de Tabasco; en la selva, el gradiente de altitud en dirección noroeste-sudeste hace que la aproximación hacia el extremo sudeste del estado comporte cada vez menos altitud, de forma que en los municipios de Marqués de Comillas y Benemérito de las Américas y en la parte más al sudeste del de Ocosingo, ubicados en dicho extremo, tradicionalmente no se ha cultivado café Arábica; la depresión central por donde transcurre el río Grijalva presenta asimismo poca altitud; la llanura costera del Pacífico obviamente tampoco está en cotas elevadas, aunque en algunos municipios bañados por el Pacífico, como Mapastepec, Huixtla y Tapachula, el desnivel conforme se avanza hacia el interior es muy pronunciado y también en ellos se cultiva café.

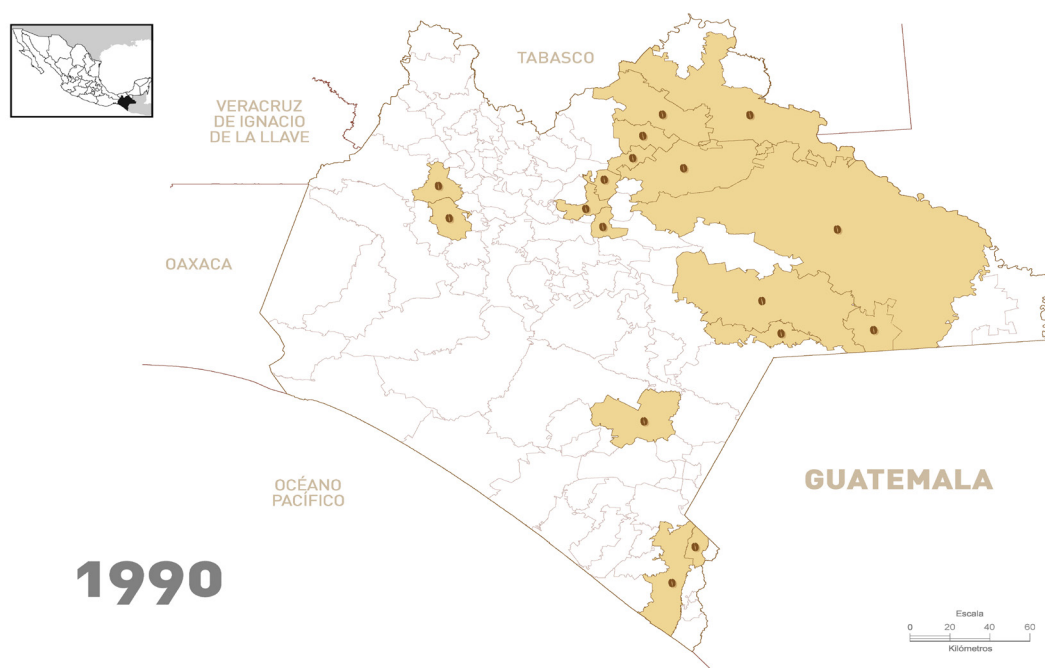
No obstante, desde hace años se están cultivando miles de hectáreas de café Robusta en municipios como el de Benemérito de las Américas, situado en el vértice sudoriental del estado, cuyo clima, a causa de la limitada altitud en toda su superficie, no admite el cultivo de

94 Véase Anexo 4.

café Arábica. El cultivo de este tipo de café viene inducido por la demanda de café Robusta de las plantas procesadoras de café soluble, con la aquiescencia de instancias gubernamentales, incluso de algunas cuyos responsables atesoran una larga trayectoria en las cooperativas de pequeños productores.

La disposición de las cadenas montañosas que se observa en el Mapa 3.7 genera un promedio anual de lluvias muy elevado, lo que favoreció la extensión del cultivo del café en extensas áreas. La mitad oriental del estado se encuentra ligeramente inclinada hacia el este; esto permite la entrada de vientos húmedos procedentes del Golfo de México que provocan abundantes lluvias; la mitad occidental, por su parte, está expuesta a la entrada desde el Pacífico de masas de aire cargadas de humedad. En ambos casos dicha humedad choca contra el importante relieve montañoso de Chiapas y genera cuantiosas precipitaciones, algo fundamental ya que las plantas de café precisan un suministro regular de agua para crecer y producir granos de calidad⁹⁵.

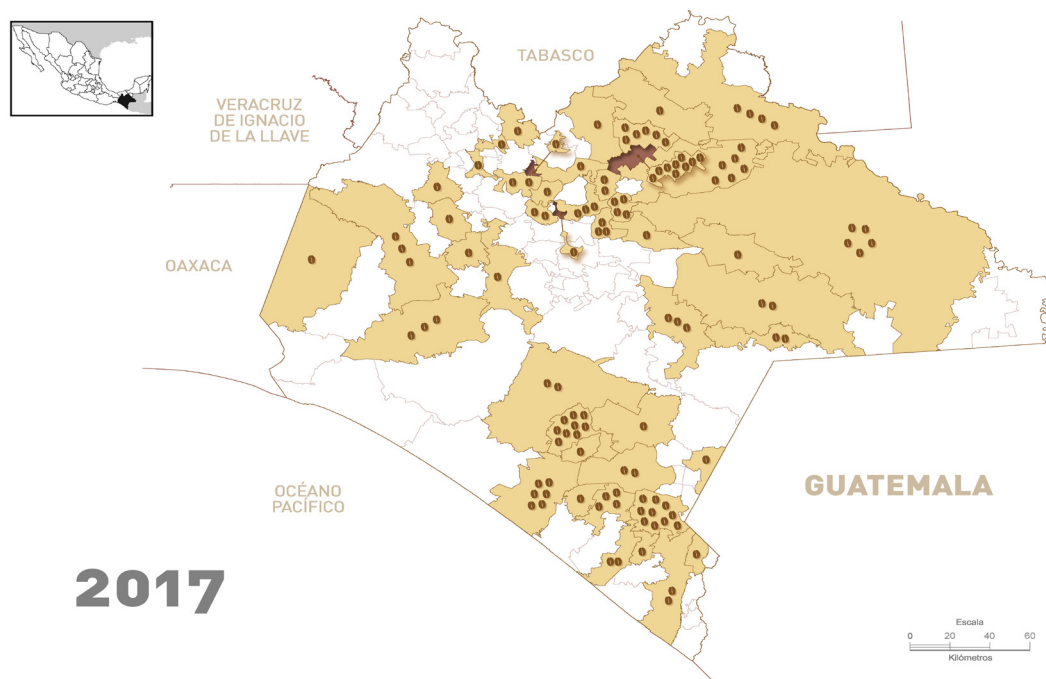
Mapa 3.5. Distribución geográfica de las cooperativas cafetaleras en Chiapas (1990)



Fuente: elaboración propia.

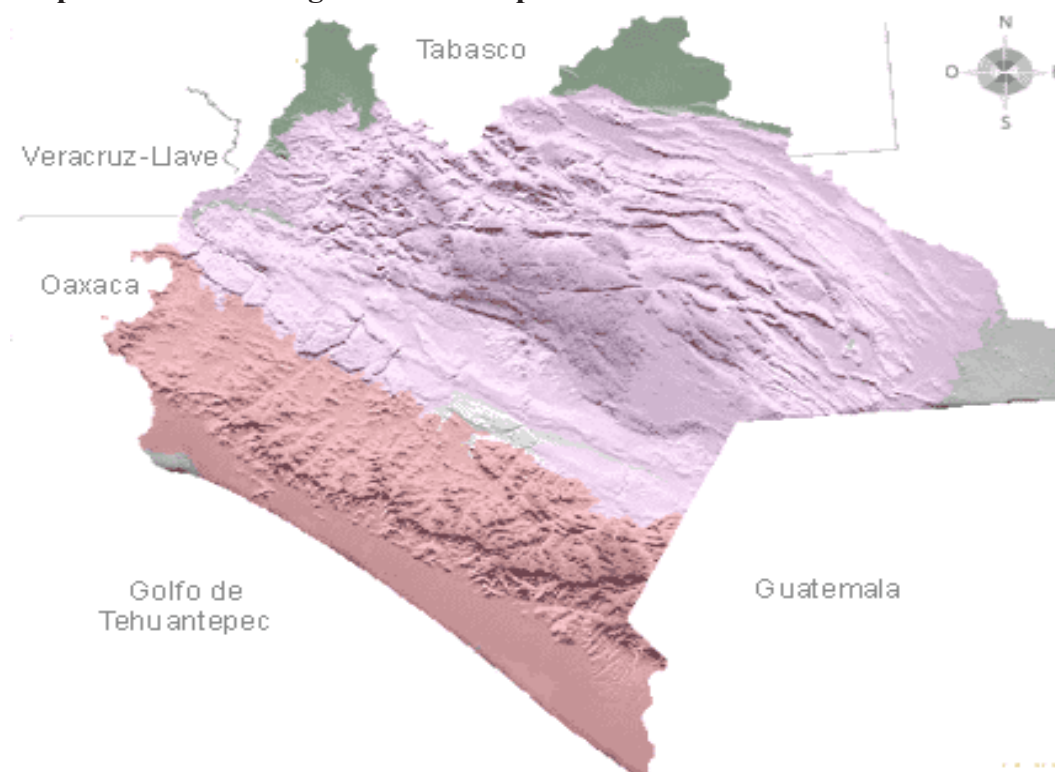
95 Conforme a un estudio realizado por el IHE Delft Institute for Water Education, para producir una taza de café de 125 ml se requieren aproximadamente 140 litros de agua (<https://waterfootprint.org/resources/Report14.pdf>, consultado el 30/8/2023).

Mapa 3.6. Distribución geográfica de las cooperativas cafetaleras en Chiapas (2017)



Fuente: elaboración propia.

Mapa 3.7. Relieve orográfico de Chiapas



Fuente: <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/chis/territorio/relieve.aspx?tema=me&e=07> (consultado el 29/8/2023).

Los mejores precios del café obtenidos a través de su comercialización a través del Comercio Justo fueron un gran incentivo para la creación de estas organizaciones cooperativas⁹⁶.

⁹⁶ Véase el subapartado 3.5.5.

Hay que añadir también los beneficios adicionales que ofrecía el pertenecer a las cooperativas de pequeños productores, como formación y capacitación, proyectos relacionados con salud, vivienda y educación, con el paso de los años proyectos destinados específicamente a las mujeres o la dotación de infraestructura, financiada a menudo con subvenciones públicas o la cooperación internacional al desarrollo. Pero pertenecer a organizaciones no solamente significaba percibir ocasionalmente subvenciones públicas, sino también recibir apoyo en los trámites para reunir la documentación exigible para su solicitud (acta de nacimiento, título de propiedad, credencial de elector).

El proceso de transmisión de conocimientos y tecnología y de apoyo comercial que hemos visto desde UCIRI a otras organizaciones se repitió en Chiapas con ISMAM. Desde los primeros años 1990 se convirtió en habitual que se organizaran visitas a ISMAM para conocer in situ su funcionamiento y las técnicas del cultivo orgánico. Algunas organizaciones que recibieron capacitación de ISMAM para transitar del café convencional al orgánico fueron⁹⁷: Unión de Ejidos de la Selva⁹⁸, Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH), Finca Triunfo Verde y Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende (CIRSA).

A los productores que en 1992 constituyeron CIRSA, la Parroquia de Simojovel les propuso que se desplazaran a Oaxaca para recibir asesoramiento de UCIRI. La distancia entre Simojovel y la sede de UCIRI en Oaxaca dificultó la colaboración y UCIRI les recomendó que contactaran con ISMAM, en Tapachula. Posteriormente volvieron a solicitar apoyo de UCIRI, que también les capacitó en todo lo que implicaba trabajar de forma colectiva (Sánchez Juárez, 2007). Con la ayuda de ISMAM y UCIRI inició su actividad exportadora, aunque rápidamente pudo exportar de forma independiente.

El apoyo no fue unidireccional desde UCIRI e ISMAM. Ya se mencionó que Majomut, en sus inicios, recibió ayuda por parte de Unión La Selva y de una cooperativa del estado de Puebla, Tosepan Titataniske. Otros casos fueron los siguientes:

- SSS Tzijib' Babi recibió aprendizaje en producción orgánica con la Unión de Ejidos San Fernando
- la Organización Tzeltal de Productores de Café (OTPC) de San Juan Cancuc vendió su primer lote de café orgánico a través de Majomut
- la Unión Juan Sabines comenzó su actividad exportadora catorce años después de haberse constituido y lo hizo por medio de Unión La Selva
- la Cooperativa de Producción Tzeltal Tzotzil estuvo exportando su café recurriendo a la Unión Majomut hasta el año 2008

97 Entrevista con José Adrián Caballero Cervantes, socio fundador de ISMAM, en 18/9/2018.

98 A pesar de haberse constituido seis años antes que ISMAM.

- Iwut’j Caphe (municipio de Tumbalá) en sus inicios comercializó el café a través de la SSS Tzijib’ Babi
- la cooperativa Productores de Café Orgánico de Kotolté Tenejapa, fundada en el año 2006 y con sede en el municipio de Tenejapa, ha comercializado su café a través de la Unión de Ejidos San Fernando

La alianza entre la Unión Juan Sabines y la Unión La Selva contó con el respaldo de sacerdotes católicos y de la entidad Instituto para el Desarrollo Sustentable en Mesoamérica (IDESMAC), una asociación constituida en Chiapas en 1995 con la finalidad de poner en práctica, junto con la población local, estrategias para erradicar la pobreza y conservar los recursos naturales en el medio rural del sureste de México (Vargas Vencis, 2006). La Cooperativa de Producción Tzeltal Tzotzil, en el 2009 llevó adelante su primera exportación directa a Alemania tras una visita de representantes de GEPA, aunque previamente ya comercializaba café en el mercado nacional con la marca registrada Junax Kotantik (en los idiomas tzotzil y tzeltal, Un Solo Corazón) (Tepox, 2019). Ocurría con frecuencia que las organizaciones recién creadas no alcanzaban un volumen de producción suficiente como para completar un contenedor de 500 sacos (35.000 kg.) de café oro verde exportable a Europa, por lo que canalizaban su producción a través de organizaciones más consolidadas que sí disponían de esos volúmenes de café exportable. El caso de Tzeltal Tzotzil, no obstante, fue algo anómalo, por el largo periodo de tiempo en que estuvo exportando conjuntamente con la Unión Majomut.

La insurrección del EZLN tuvo importantes consecuencias en el movimiento cooperativo. En el subapartado 3.5.5 se verá que a la Unión de Ejidos de la Selva le comportó la pérdida de la mitad de su base social, que se alistó en la guerrilla. En la región Altos los efectos también fueron sustanciales. A raíz del levantamiento armado en enero de 1994, muchos socios de Tzotzilotic Tzobolotic abandonaron la cooperativa para integrarse como bases de apoyo de la guerrilla zapatista⁹⁹. La mayoría de ellos, junto con otras bases de apoyo, formó en 1997 Mut Vitz, que agrupaba 1.500 pequeños productores de municipios autónomos zapatistas situados dentro de los municipios oficiales de Chenalhó, El Bosque, Larráinzar, Bochil, Jitotol y Simojovel y cubría, por tanto, una significativa extensión de la zona limítrofe entre las regiones Altos y Norte. El hecho de que muchas familias tuvieran miembros simultáneamente en Mut Vitz y en Tzotzilotic Tzobolotic, y que ninguna de las dos tuviera ningún tipo de complicidad con el PRI, favoreció una relación de mutuo respeto entre ambas organizaciones (Martínez Torres, 2002).

Tras el ciclo 1998-1999, Mut Vitz exportó su primer contenedor. En ese ciclo Mut Vitz garantizó a sus productores un precio de 18 pesos mexicanos por kilo de café, frente a los 12

⁹⁹ El EZLN distingue tres niveles de participación: los insurgentes o soldados regulares; los milicianos, que son reservistas que pueden ser movilizados; y las bases de apoyo, integradas por la población civil adherida al zapatismo. No obstante, las fronteras entre las tres categorías a menudo son ambiguas, y las cifras de la población perteneciente a cada una de ellas, poco precisas (Le Bot y Marcos, 1997).

pesos que pagaban los intermediarios. En el espacio de tres años, la cantidad de café exportado se multiplicó por cinco. La situación de conflictividad dificultaba en gran manera la operativa de la organización, así, en el trayecto entre la sede y San Cristóbal de las Casas, donde se concertaban citas y reuniones, era necesario pasar por cinco o seis controles del Ejército, donde encontraban una actitud hostil hacia ellos¹⁰⁰. En el 2009 los equipos de procesamiento del café de la cooperativa fueron confiscados por el gobierno y la cooperativa se desmanteló.

El incesante aumento de socios hizo que la asamblea de Mut Vitz decidiera no admitir nuevos miembros que no hubieran completado los tres años de transición de café convencional a orgánico. En el cercano municipio de Pantelhó, 328 productores que no habían podido ingresar en Mut Vitz crearon en el año 2001 la cooperativa Yachil Xojobal Chulchan, que al año siguiente ya exportó su primer contenedor. Actualmente Yachil Xojobal Chulchan cuenta con aproximadamente 1.500 socios y ha absorbido una buena parte de los antiguos miembros de Mut Vitz.

En el año 2002 se estableció en el municipio de Altamirano la tercera cooperativa zapatista, Yochin Tayel Kinal. En el 2003 completó su primera exportación, y en pocos años llegó a la cifra de 800 socios. Un grupo de productores del Municipio Autónomo Rebelde Zapatista Roberto Barrios, tras haber adquirido suficiente capacitación en Yochin Tayel Kinal, en el año 2007 se organizó en la cooperativa Ssit Lequil Lum. Debido a los elevados costes y al trabajo burocrático que implica la certificación orgánica, esta última cooperativa decidió implantar un sistema de control autónomo de la calidad y una autocertificación, basada en la relación de mutua confianza con las organizaciones solidarias europeas que le compran el café. El rasgo diferencial de estas cooperativas consistía en que la totalidad de sus socios son bases de apoyo del EZLN. Según Suárez Carrera (2014), la creación de estas cooperativas generó ciertas contradicciones en el movimiento zapatista, que siempre ha dado prioridad a la lucha política y a la resistencia como contrapesos a la fuerza del Estado. El planteamiento era que las necesidades materiales de las bases de apoyo serían cubiertas por la cooperación solidaria nacional e internacional.

La cooperación entre organizaciones descrita en este subapartado, que con frecuencia tenía pocas o ninguna contrapartida para la cooperativa que prestaba la ayuda, fue un excelente ejemplo de lo que defendieron Murray y Reynolds (2007), cuando afirmaban que el Comercio Justo contradice ciertos axiomas de la Teoría Económica, como el de que los productores maximizan su ventaja competitiva sobre otros productores (véase apartado 2.2).

Con todo, la historia de cómo se creó Mut Vitz ilustra que también la escisión y división fue una vía por la que se crearon nuevas cooperativas. Las causas más frecuentes de las rupturas fueron: desavenencias políticas o ideológicas, quiebra económica y consecuente desaparición de cooperativas (tanto por gestión deficiente como por corrupción), desacuerdos

100 Véase la entrevista a Lucio González Ruiz, socio fundador de la cooperativa zapatista Mut Vitz, en <http://www.chiapas.ch/downloads/mutvitz.pdf> (consultado el 10/7/2015)

con la gestión de los equipos técnicos y/o directivos (inconformidad con el precio pagado a los productores, en ocasiones dirección excesivamente jerárquica), incumplimiento de las expectativas generadas en el momento de la fundación o del ingreso en la organización, y eventuales ventajas que se vislumbraban por pasar a formar parte de otra cooperativa.

En la Unión de Ejidos Maravilla Tenejapa (región Fronteriza), la negativa de sus directivos a dar sostén a las bases del EZLN, en clara connivencia con el gobernador Roberto Albores Guillén y las redes priistas, entre ellas la organización Solidaridad Campesina Magisterial (SOCAMA), desencadenó la salida del 60% de los socios, que formaron la cooperativa Tojtzotze Li Maya (Vargas Vencis, 2006). SOCAMA nació como una organización de maestros de escuela que creían que la educación era totalmente insuficiente para mejorar la situación de Chiapas si no se involucraban en la situación de injusticia social, pero con el tiempo fue cooptada por el PRI. A principios de los años 1990 SOCAMA protagonizó en Los Altos actos de violencia y constantes amenazas a los campesinos no priistas (Zamora, 2003). En el bienio 1991/92, la Unión Majomut sufrió los intentos de dividir la organización por parte de miembros de SOCAMA y vio cómo sus socios eran hostigados y amenazados por esta organización¹⁰¹.

Las uniones entre organizaciones, para conseguir economías de escala y abaratar costes, no siempre conseguían una relación armoniosa que permitiese estabilidad en la organización resultante. Unión de Cafetaleros San Andrés Duraznal, en el municipio de San Andrés Duraznal, se fusionó con la Unión Regional de Ejidatarios Agropecuario, Forestal y de Agroindustrias de los Pueblos Zoques y Tzotziles de Chiapas (UREAFA), pero la proximidad de UREAFA con la organización campesina CIOAC y con el Partido de la Revolución Democrática (PRD) enturbió la relación y volvieron a separarse. UREAFA tenía la sede en el municipio de Jitotol, donde el PRD gobernó en el periodo 1995-2004. Aun así, cuando Unión de Cafetaleros San Andrés Duraznal se disolvió en el 2015, algunos socios solicitaron nuevamente la entrada en UREAFA. Otros se integraron en Jamteletic, en el municipio de Larráinzar¹⁰².

Las rupturas y escisiones, de diferente calibre en función del volumen de las cooperativas implicadas, han sido constantes en los últimos treinta años. Durante la crisis de precios iniciada de finales de los años 1980, diversos compradores de café se declararon en bancarrota y no pudieron devolver sus créditos a la Unión de Crédito Pajal Ya Kac'Tic, que a su vez también estaba sufriendo las consecuencias de la caída en los precios, ya que también compraba y vendía café de pequeños productores (Martínez Torres, 2002). Durante la década de 1980 comercializó unos 30.000 sacos de café y uno de sus principales clientes fue el trader suizo Volcafe, ya que el mercado equitativo era incipiente y no absorbía grandes cantidades de café. La Unión de Crédito a su vez tenía préstamos concedidos por la banca comercial, que no pudo retornar. La liquidez de la que disponía permitía o bien pagar a los productores

101 30 Aniversario de organización, trabajo, esfuerzo y calidad, libro editado en el 2013 por la Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut con motivo de los treinta años de su fundación.

102 Entrevista con Julio César Hernández Arizméndiz, coordinador técnico de CIRSA, en 2/7/2021.

el café que habían entregado o bien devolver los créditos, y se optó por lo primero. Tras la consecuente desintegración de Pajal Ya Kac'Tic en 1990, unas comunidades decidieron formar las cooperativas cafetaleras Cholon B'ala y Tzotzilotic Tzobolotic y las que mantuvieron la infraestructura existente fundaron Café Pajal¹⁰³.

Las cooperativas que se fundaban a principios de los años 1990 continuaban teniendo su origen en las movilizaciones de los años 1970. Los socios de Cholon B'ala eran campesinos de la etnia chol que habían participado en el Congreso Indígena de 1974 y posteriormente habían formado parte de la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas¹⁰⁴. Los integrantes de Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende (CIRSA) también habían participado en el Congreso Indígena y más tarde se unieron a la ARIC Unión de Uniones, antes de constituirse en una organización autónoma¹⁰⁵.

En 1994, en ISMAM se produjo una ruptura. La comunidad de Tziscaco (municipio de La Trinitaria), las del municipio de Simojovel y las de Ángel Albino Corzo, junto con algunos agrónomos encabezados por Edgar Gildardo Flores Miguel, abandonaron la organización. En las comunidades escindidas existía insatisfacción porque consideraban que el plazo en el que se les pagaba el café entregado era demasiado largo y también se veían marginadas de las decisiones que tomaba el equipo directivo¹⁰⁶, que operaba desde la sede central en Tapachula (Renard, 1999). Esta división también puso de manifiesto el problema que, para algunas organizaciones de gran dimensión, suponía la coordinación de la extensa área geográfica que abarcaban. Todavía en la actualidad la distancia entre Tapachula y Simojovel de Allende (cabecera municipal del municipio de Simojovel) es de 493 km y 8 horas de trayecto si se sigue la ruta que transcurre paralela al litoral del Pacífico y posteriormente por la capital del estado, y 420 km y 10 horas de trayecto en la ruta que bordea la frontera con Guatemala antes de entrar en la llanura de Comitán¹⁰⁷.

Las comunidades que abandonaron ISMAM crearon la Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH), que en 1995 empezó a exportar café, también en este caso con el apoyo de UCIRI, y que llegó a convertirse en una de las organizaciones de mayor dimensión de Chiapas. En el año 2005 agrupaba 13 organizaciones productoras de café, 2 productoras de miel y 3 organizaciones exclusivamente de mujeres, con más de 2.000 socias y socios distribuidos en 21 municipios¹⁰⁸. La enorme dispersión geográfica acentuó las consecuencias que

103 Entrevistas con el equipo directivo de Tzotzilotic Tzobolotic en 29/12/2016 y con Alfonso Carreón Meneses, ex asesor de Tzotzilotic Tzobolotic, en 15/11/2023.

104 Entrevista con Abraham López Ramírez, fundador de Cholon B'ala y ex presidente de Coopcafé, en 10/5/2017.

105 Entrevista con Julio César Hernández Arizméndiz, coordinador técnico de CIRSA, en 2/7/2021.

106 Algunas fuentes consultadas acerca de la historia de ISMAM también apuntan a diferencias personales y lucha de poder entre Jorge Ausencio Aguilar Reyna, religioso vinculado a la Diócesis de Tapachula y fundador de ISMAM, y Edgar Flores. Por razones de confidencialidad no se mencionan las fuentes.

107 <https://goo.gl/maps/XnxSKvRMTd3M3vbb7> (consultado el 18/8/2023).

108 “Federación Indígena Ecológica de Chiapas, “FIECH, S.S.S”. Antecedentes, Avances y Perspectivas de nuestra Empresa Social”. Documento disponible en <https://docplayer.es/41868339-Federacion-indigena-ecologica-de-chiapas-fiech-sss.html> (consultado el 17/8/2023).

se derivaron de una mala gestión y de un equipo técnico pequeño en relación a su envergadura, el cual no consiguió consolidar productiva y comercialmente muchas de las organizaciones integradas en la FIECH. Durante el ciclo 2016/17, la organización tuvo problemas para hacer frente a sus pasivos, ya que el endeudamiento había crecido formidablemente, y cesó su actividad comercial. Se declaró en quiebra y pocos años más tarde fue disuelta.

La FIECH fue utilizada por los gobiernos estatal y federal para debilitar a la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas, que a finales de la década de 1990 había adquirido un notable poder. Se le facilitaron cuantiosos recursos, muy elevados en relación al número de socios, para que redujera su implicación en Coopcafe. Con ellos financió su infraestructura de procesado del café, vehículos de transporte y giras comerciales, y cuando dejó de tener interés estratégico para las esferas gubernamentales, los apoyos se fueron reduciendo¹⁰⁹. A la gestión deficiente se le adicionaron comportamientos fraudulentos. Cuando la organización ya estaba virtualmente quebrada, consiguió que la entidad estadounidense de banca ética Root Capital le concediera un préstamo de aproximadamente 200.000 US\$, que nunca pudo recuperar. Meses antes del cierre definitivo de la FIECH, se organizó una reunión bilateral. Por parte de la FIECH asistieron la Junta Directiva, la Gerencia y la Junta de Delegados de las Comunidades. Por el lado de los acreedores, representantes de Root Capital y de las importadoras Van Weely, GEPA y EZA. Estas tres últimas asistieron por razón de los anticipos que habían concedido a cuenta de la cosecha, de los cuales no recibieron el correspondiente café, pero en la reunión no se llegó a ningún acuerdo¹¹⁰.

En la Organización Tzeltal de Productores de Café (OTPC) de San Juan Cancuc, constituida en 1995, a finales de 1998 un grupo de unos 250 socios dejaron la organización por lo que consideraban que era poca transparencia en la gestión por parte del asesor. Al año siguiente fundaron en el mismo municipio la Organización de Productores Agropecuarios de Cancuc (OPAC) (Martínez Quezada y Vargas, 2009). En la Unión de Ejidos San Fernando, una decena de socios se marcharon y fundaron en el 2006 Biosfera Cafetalera de Chiapas (BIOCACH), ya que no estaban de acuerdo con la utilización de la organización como plataforma para dar el salto a la política institucional por parte de un directivo¹¹¹.

La Asociación de Productores Orgánicos del Río Perlas y Montes Azules, constituida en 1994 y con sus productores en las inmediaciones de la Reserva de la Biosfera Montes Azules, en los primeros años del siglo XXI comenzó a entrar en dificultades económicas. Al quedar

109 En palabras del asesor de una organización, “se infló un globo y, cuando la FIECH fue prescindible para el poder político, se desinfló a la misma velocidad”. Por razones de confidencialidad, se omite la fuente de esta información.

110 Por razones de confidencialidad, no se detalla la fuente que suministró la información sobre la crisis y posterior liquidación de la FIECH.

111 En la entrevista realizada el 1/10/201 con un directivo de BIOCACH, insistió en el problema que para las cooperativas y sus coordinadoras supone la cooptación de sus líderes por los poderes públicos. En esta investigación consideramos que esa cuestión ha sido un problema histórico y muy frecuente para los movimientos campesinos mexicanos, pero que en algún caso ha sido más bien el dirigente quien se ha acercado al poder público, más que el poder público haya ido a su encuentro.

inactiva, la mayor parte de sus socios pasó a formar parte de la Sociedad de Productores Orgánicos de la Selva Lacandona (SPOSEL), todavía operativa en la actualidad. En otras ocasiones, los productores especulaban sobre en qué cooperativa obtendrían más beneficios económicos. A mediados de los años 1990, un grupo de socios de ISMAM abandonaron la organización para integrarse en Unión de Ejidos Profesor Otilio Montaña, que en aquel momento estaba ofreciendo más incentivos económicos a los productores para la transición hacia el café orgánico¹¹².

Cuando se disolvió la organización Flor de Amatlán, después de una larga etapa de continua pérdida de membresía, 13 socios pidieron ingresar en Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende (CIRSA). En el mapa del Anexo 5 se puede comprobar que los trasvases de socios y las uniones y escisiones solían producirse entre municipios colindantes o cercanos. Sólo en el caso de organizaciones que abarcaban un área geográfica muy extensa, como ISMAM o FIECH, estas uniones y separaciones se daban con cooperativas físicamente muy distantes¹¹³.

Uno de los casos más recientes es el de la fundación de la organización Montañas Chiapanecas. Las desavenencias en el seno del equipo técnico de Unión La Selva comportaron la salida de un profesional con una trayectoria de once años en la organización. Su marcha comportó la de casi 200 socios, que constituyeron en el 2018 Montañas Chiapanecas. El caso de esta organización creada recientemente ejemplariza la existencia de ciertas disfunciones que se han cronificado en las organizaciones de Chiapas, y una de ellas fue el poder adquirido por algunos asesores con una muy dilatada trayectoria en el cooperativismo cafetalero.

En muchas de estas rupturas puede verse una cuestión subyacente, que era la de un sector, el de las organizaciones de pequeños productores de café, que ya movilizaba una ingente cantidad de recursos y que tenía una gran repercusión social, atendiendo al número de productores involucrados, por lo que otorgaba mucho poder y la gestión sobre ingentes cantidades de dinero a los dirigentes de las organizaciones, algunas de las cuales eran de gran tamaño. Esto atraía a profesionales que ya no respondían únicamente al perfil activista y con ideales altruistas y transformadores de los militantes de extrema izquierda que llegaron a Chiapas en los años 1970, sino a personas en las que pesaba más la ambición personal y profesional. Esto conducía casi siempre al descontento de los socios, que no se sentían partícipes del gobierno de la cooperativa y que no percibían suficiente transparencia y transmisión de información. También se dio el caso de asesores que sí continuaban respondiendo a ese carácter abnegado y de perseguir unos ideales, pero a menudo se produjo una fusión entre su proyecto de vida y el proyecto de la organización, lo que fue uno de los componentes de estos problemas de funcionamiento.

112 Entrevistas con Maximino Hernández Martínez, coordinador técnico de la Asociación de Productores Orgánicos del Río Perlas y Montes Azules entre 1994 y 2004, en 21/9/2020 y 12/10/2021.

113 Entrevista con Julio César Hernández Arizméndiz, coordinador técnico de CIRSA, en 2/7/2021.

Se dio por otro lado el fenómeno de pérdida de socios no originado por escisiones de organizaciones existentes, sino por el abandono de las mismas por parte de productores poco dispuestos a asumir todo lo que comportaba la pertenencia a las cooperativas, sobre todo si se orientaban a la producción de café orgánico. Ello estaba relacionado con la cultura organizativa que generó el Régimen del PRI, que acostumbró a una parte del campesinado a vivir de las ayudas públicas y ocasionó que muchos productores ingresaran en las organizaciones motivados por la expectativa de obtener recursos de programas gubernamentales. Cuando algunas organizaciones se planteaban ir más allá de solicitar apoyos a las administraciones y comercializar el café de forma conjunta, inmediatamente se producían bajas de socios. Si las organizaciones que ya estaban comercializando decidían reconvertirse a la producción de café orgánico, también sufrían bajas entre su base social, debido a la carga adicional de trabajo que generaban los imprescindibles sistemas de control interno que exige la certificación orgánica, que precisa un control riguroso de la trazabilidad de los productos en todas las fases de producción, transformación y comercialización¹¹⁴.

Algunas organizaciones, como Tzeltal Tzotzil o Ts'umbal Xitalha, tomaron medidas para disuadir los comportamientos oportunistas y restringieron la entrada de nuevos miembros. En el primer caso, en su Asamblea del 2016 decidió espaciar la admisión de nuevos socios a una periodicidad trianual, para asegurar que la totalidad de la producción pudiera ser vendida y no se crearan expectativas no cumplidas, a pesar de que cada año recibía solicitudes de unos treinta productores para ingresar en la organización. Esta organización contaba además con la experiencia negativa de lo sucedido en los años 1990, cuando un gran número de productores ingresaron en ella con la intención principal de recibir subsidios a través de programas gubernamentales, no se adhirieron al proyecto común de producir con más calidad y obtener un café certificado, y acabaron abandonando la cooperativa. En el caso de Ts'umbal Xitalhá, el restringir la entrada de nuevos miembros perseguía mantener la cohesión interna, consolidar la identificación de los productores con la cooperativa y evitar comportamientos oportunistas que se habían producido en muchas otras organizaciones.

En la extensión del cooperativismo cafetalero de Chiapas, otro aspecto al que debe prestarse atención es la inspección y certificación orgánicas, por su elevado coste monetario e inversión en tiempo y su complejidad técnica. Durante las primeras certificaciones orgánicas, las cooperativas tuvieron que hacer frente al elevado coste que comportaban las mismas, ya que el personal inspector venía desde países occidentales normalmente lejanos, en los inicios principalmente de Alemania (Naturland) y Suiza (IMO-Control). Posteriormente también realizaron en México labores de inspección y certificación las estadounidenses Organic Crop Improvement Association (OCIA) y Quality Assurance International (QAI). Los inspectores extranjeros cobraban honorarios de acuerdo a los baremos de sus países de origen, pero sus tarifas resultaban onerosas en el contexto rural de México.

114 Entrevista con Fernando Celis, coordinador de la CNOC, en 27/10/2023.

A principios de los años 1990 ya se buscaron alternativas con objeto de abaratar ese gasto, encaminadas esencialmente a conseguir que la certificación pudiera ser ejercida por profesionales mexicanos. En la Universidad de Colima se instituyó el Comité Universitario Certificador de Productos Orgánicos (CUCEPRO), que realizó inspecciones desde su creación. En 1993, a petición de las organizaciones de productores orgánicos, CUCEPRO y la certificadora estadounidense OCIA impulsaron el primer curso de inspectores de producción orgánica en México y en 1994 se fundó la Asociación Mexicana de Inspectores Orgánicos (AMIO) con el objetivo de formar inspectores mexicanos para abaratar los costes de inspección, de forma prioritaria en las organizaciones de pequeños productores (Gómez Tovar *et al.*, 1999; Sosa Maldonado *et al.*, 1999).

En 1995, a iniciativa de las organizaciones de productores orgánicos, se fundó la organización Campesinos Ecológicos de México (ECOMEX). Desde su fundación, ECOMEX persiguió el objetivo de firmar convenios de recertificación con agencias extranjeras, como IMO-Control de Suiza y Naturland de Alemania, convenios que posibilitarían el reconocimiento de la certificación de inspectores mexicanos en países importadores y, de esta manera, que las organizaciones asociadas a ECOMEX pudieran exportar a esos mercados productos orgánicos certificados.

En 1997, las cooperativas productoras principalmente de café orgánico, pero también de miel, de los estados de Chiapas, Oaxaca y Guerrero, promovieron la creación de la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos S. C. (CERTIMEX). Dando continuidad a la labor iniciada por ECOMEX, su finalidad consistió en consolidar el proceso tendente a crear una certificadora nacional que pudiera soslayar los elevados costos que comportaban las certificadoras extranjeras y las barreras culturales y de idioma. La hoja de ruta de CERTIMEX pasó por consolidar la organización, cumplir con los requisitos administrativos que imponían las agencias extranjeras y la conformación de un cuerpo de inspectores. Un año después de su fundación ya certificaba a 30 organizaciones productoras de café, miel, sésamo, hibisco y chile. Entre las organizaciones cafetaleras certificadas se encontraban Unión La Selva y FIECH de Chiapas, y CEPCO y UCIRI de Oaxaca (Gómez Tovar *et al.*, 1999).

Las iniciativas que arrancaron a principios de los años 1990 y que confluyeron en la creación de la agencia CERTIMEX fueron un paso fundamental para la consolidación y expansión de la producción de café orgánico homologable de las cooperativas de Chiapas. Actualmente CERTIMEX está acreditada por: el National Organic Program (NOP) del United States Department of Agriculture (USDA), la Norma 01-2020-01 para la Unión Europea, el Department for Environment, Food & Rural Affairs del Reino Unido, la Norma Japanese Agricultural Standard (JAS) del Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) de Japón, la Norma BioSuisse de Suiza y por el Standard KRAV de Suecia, que en algunos aspectos es más exigente que la normativa comunitaria europea. Estas acreditaciones le permiten otorgar los sellos de garantía orgánica de estos mercados, una cuestión crucial

para las organizaciones de Chiapas que exportan un porcentaje muy relevante de sus producción. También cumple con la Ley de Producción Orgánica (LOP) de México del 2006 y la normativa de Lineamientos para la Operación Orgánica de las actividades agropecuarias del año 2013 y está acreditada por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) para certificar el sello ‘Orgánico México’, utilizado por las cooperativas para sus ventas en territorio mexicano. Aunque numerosas empresas certificadoras occidentales establecieron sucursales en diversos países latinoamericanos, incluido México, y surgieron otras certificadoras latinoamericanas como México Tradición Orgánica (Metrocert), la también mexicana Agricert o la guatemalteca Mayacert, en la actualidad una abrumadora mayoría de las cooperativas productoras de café de Chiapas certifica su producción con CERTIMEX.

Aun así, entre las organizaciones de pequeños productores continúa existiendo una disconformidad muy extendida con el coste que les supone no sólo la certificación orgánica sino también la certificación para obtener el sello de Fairtrade International, y con la carga burocrática asociada a ellas. En la cosecha 2019/20, el coste que le supusieron ambas certificaciones a Tzotzilotic Tzobolotic, que en aquel momento contaba con 66 socios y 99 hectáreas cultivadas de café, fue de 44.600 pesos la certificación orgánica y 43.000 pesos la certificación de Comercio Justo¹¹⁵. Para Sierra Azul, una organización con sede en el municipio de Siltepec que integraba 303 socios con 881 hectáreas cultivadas, en el mismo ciclo 2019/20 el coste de la certificación orgánica fue de 61.350 pesos y el coste de la de Comercio Justo de 50.445 pesos¹¹⁶.

Incluso una organización tan consolidada como UCIRI, cuya dimensión la situaba entre las más grandes de México de pequeños productores de café, manifestó su contrariedad con el sistema de certificación. A principios del siglo XXI, cuando UCIRI ya tenía una larga experiencia en la certificación del café, se quejó de que los productores no habían podido participar en la definición del sistema de certificación de FLO y de que los criterios no eran lo suficientemente claros como para hacer simple la inspección¹¹⁷. Al no tener suficiente claridad y transparencia los estándares de FLO, la inspección dependía mucho de la subjetividad personal del inspector o inspectora. Lo más grave es que, hasta aquel momento, UCIRI no había recibido recomendaciones por parte de los inspectores de FLO para introducir cambios que hicieran más sencilla la inspección. Desde UCIRI se abogó por una fusión entre la certificación orgánica y la de FLO (Vanderhoff, 2002), facilitada por el alto (y creciente en el tiempo) porcentaje de organizaciones certificadas con FLO que también poseían la certifi-

115 De acuerdo con la Comisión Nacional de los Salarios Mínimo del Gobierno de México, en el año 2020 el salario mínimo era de 123,22 pesos diarios (<https://www.gob.mx/conasami/articulos/historico-aumento-del-salario-minimo-para-2020?idiom=es>, consultado el 25/8/2023).

116 Comunicaciones personales de Francisco Ruiz Núñez, presidente de Tzotzilotic Tzobolotic, en 21/4/2020, y de Gilmer Roblero Cancino, coordinador técnico de Sierra Azul, en 22/4/2020.

117 Posteriormente los criterios y estándares de FLO sí que se fueron haciendo más objetivos y precisos, con normas específicas para los diferentes cultivos.

cación orgánica¹¹⁸. La propuesta era razonable, dada la complementariedad entre una certificación que garantiza la responsabilidad social y otra que acredita la sostenibilidad ambiental. Su aplicación hubiera allanado que un porcentaje aún mayor de cooperativas dispusiera de ambas.

En lo que respecta a la normativa orgánica, el problema no era de insuficiente concreción sino de estar concebida para climas templados, no tropicales. Cuando, en 1992, UCIRI ingresó en la International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) como miembro con derecho a voto, promovió cambios para que la normativa se adaptara a los diferentes contextos climáticos y tuviera más en cuenta las particularidades de la agricultura en un clima del Trópico (López Pacheco, 2017).

El 1/1/2022 entró en vigor la nueva normativa de la Unión Europea, el Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo. Los países terceros, como México, tienen como fecha límite para adecuar sus procedimientos a las exigencias de la nueva normativa el 31/12/2024¹¹⁹. Los profesionales del sector prevén que su cumplimiento comportará mayores costes de certificación. La organización Movimiento Campesino Belisario (MOCABE), con sede en el municipio de Motozintla, recibió recientemente una comunicación de su principal cliente en la que expresaba su intención de no seguir vendiendo café orgánico a Europa. Ante esta tesitura, la organización ha decidido abandonar la certificación europea y continuar con las de Estados Unidos y Canadá¹²⁰. Al coste económico se le sigue agregando la contrariedad por la carga de trabajo que generan las inspecciones y la labor burocrática que entraña el tener en regla toda la documentación necesaria para las inspecciones. La certificación orgánica exige que las cooperativas tengan establecido un sistema de control interno que, en el contexto de su dificultosa trayectoria, no siempre están en condiciones de realizarlo adecuadamente. Según Quiroga (2021), esto le ocurrió a la Organización de Cafeticultores Emiliano Zapata cuando dejó de estar integrada en la FIECH. Se daba la circunstancia de que la producción evitando el uso de agroquímicos, pero la cooperativa no disponía de un adecuado sistema de control interno que pudiera reunir toda la documentación requerida en el proceso de inspección y certificación.

También cooperativas con una probada solvencia organizativa como Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH), que consiguió obtener los sellos de FLO y de SPP por lo que respecta al Comercio Justo, y la certificación conforme a las normativas orgánicas de Estados Unidos, Unión Europea, México y Japón, y mantener hasta la actualidad relaciones comerciales con clientes de gran envergadura, han tenido problemas para garantizar que la totalidad de sus productores cumplan ambas normativas. De acuerdo con Quiroga (2021), en su Asamblea General del 2018, CESMACH puso en común una serie

118 Véase subapartado 2.5.1.

119 Comunicación personal de Taurino Reyes Santiago, director de CERTIMEX, en 12/10/2022.

120 Entrevista con José Manuel Águila González, asesor externo de MOCABE, el 5/6/2023.

de faltas e infracciones por parte de algunos socios que ponían en peligro la continuidad de ambas certificaciones:

- no disponer de franjas de amortiguamiento cuando existen cultivos colindantes que usen agroquímicos
- no construir las fosas de infiltración para el agua que se ha utilizado en el procesado húmedo del café cereza, con el peligro de contaminar cursos de agua
- aplicación de productos químicos no permitidos en la parcela, en el procesado o en el almacenamiento
- manejo inadecuado del fuego en la estación seca y tala excesiva de árboles
- no asistencia a asambleas comunitarias, generales, o a otras actividades realizadas por la organización, como sesiones de formación y capacitación
- contratación de menores de 16 años en la época de la cosecha

La tipología de las infracciones cometidas por parte de algunos socios ilustra uno de los motivos por los que la membresía de las cooperativas fluctuaba en el tiempo, ya que había productores que no siempre tenían la voluntad o la capacidad de trabajo para cumplir con lo prescrito por ambas normativas.

El análisis de la trayectoria del cooperativismo cafetalero de Chiapas quedaría inconcluso si no se contempla lo que supusieron respectivamente la coordinadora de ámbito nacional, la CNOC, y la coordinadora estatal COOPCAFE. De la experiencia de estas dos coordinadoras se ocupa el siguiente punto.

3.5.3 La coordinación del movimiento cooperativo: la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) de México y la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE)

La Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), fundada en 1989 por organizaciones de productores de café de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla, Guerrero y Tabasco, fue resultado del desgaste de los tradicionales mecanismos de control corporativo del medio rural de México. Las fuerzas fundadoras de la CNOC protagonizaron el cambio de paradigma operado dentro del campesinado desde finales de los años 1970, que consideraba vitales la autonomía y la apropiación del proceso productivo. En este subapartado se verá que la CNOC, en su ideario y en su praxis, mostró una clara continuidad con las características de la Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas (UNORCA), que encarnaba las nuevas formas de lucha que se iban instalando entre los campesinos de México.

En 1982, la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas,

donde había participado hasta 1980 la Unión de Ejidos de la Selva, ya formaba parte de un conjunto de organizaciones campesinas que se comunicaban y coordinaban y que en 1985 fundaron UNORCA (Moguel Viveros, 1992b). En mayo de 1982, la Unión de Productores de Café de Veracruz organizó una protesta en la que participaron diez mil productores de café de organizaciones de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Guerrero, que tomaron las instalaciones del INMECAFE en el estado de Veracruz para exigir un mayor precio por su producción. La movilización fue precedida de un estudio conjunto por parte de organizaciones de los cuatro estados sobre cuál era la situación en el mercado internacional. Siguiendo el ejemplo de la Unión de Uniones de Chiapas, en la negociación se amplió el abanico de reivindicaciones. El INMECAFE concedió un aumento del precio y se comprometió a dar cauce institucional a las demandas de asistencia técnica, crédito y mejoras en la comercialización (Hernández Navarro, 1992a).

En 1983 la movilización volvió a repetirse por parte de la Unión de Productores de Café de Veracruz, coaligada con la Unión de Productores de Café de Puebla, la Unión de Pequeños Productores de Café de la Cuenca de Zacapoaxtla (Puebla) y las Uniones Regionales de Productores de Café de Comitán y Simojovel (UNCAFAECSA-CIOAC). Además del aumento de precios, se demandó acabar con prácticas irregulares como imponer descuentos en el precio de forma discrecional (Tepox, 2019). Pero la respuesta gubernamental, en un contexto de grave crisis económica y de progresivo adelgazamiento del Estado implantado por el gobierno de Miguel de la Madrid, esta vez fue mucho más limitada. Varias organizaciones se plantearon que en lugar de vender el café al INMECAFE, el camino futuro pasaba por desarrollar sus propios instrumentos comerciales y financieros, construir almacenes y plantas de procesado del café y exportar su producción al mercado internacional. Se consideró que los productores no podían limitarse a ser colectivos de presión ante el INMECAFE, porque esta estrategia los conducía al desgaste. Las organizaciones que en 1985 fundarían la UNORCA, fueron transformando su acción de un movimiento reivindicativo y basado en formular continuas peticiones en uno propositivo y programático (Hernández Navarro, 1992a y 1992b).

La UNORCA era un sujeto colectivo novedoso en los movimientos campesinos mexicanos. Su modelo organizativo descentralizado se articuló, a nivel nacional, en diversas regiones y localidades mediante redes horizontales que se entendían como una alternativa a las centrales campesinas jerárquicas, oficialistas y tuteladas por los partidos políticos. Ejemplos de ello fueron organizaciones oaxaqueñas como la Unión de Comunidades Indígenas Cien Años de Soledad, que más tarde colaboraría en la fundación de la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO), y diferentes Consejos Comunitarios de Abastos vinculados de forma directa o indirecta a la producción de café, o la propia Unión de Uniones de Chiapas.

La fortaleza de la UNORCA radicaba en: su propuesta alternativa de desarrollo rural, la sólida consolidación de las organizaciones campesinas que la integraban, su poder para

influir en otras organizaciones campesinas y sus contactos con ciertos sectores gubernamentales compuestos por funcionarios que en su juventud habían militado en la corriente maoísta Línea de Masas, con los cuales existían valores compartidos. Las organizaciones fundadoras de la CNOC basaron su forma organizativa en la idea de red horizontal de la UNORCA, con la que también compartían plenamente el ideario de autonomía y apropiación del proceso productivo (Moguel Viveros, 1992b).

En la segunda mitad de la década de 1980, la estrategia de los pequeños productores de café mexicanos fue divergiendo. Mientras que la CIOAC y UNCAFAECSA desataron una nueva oleada de movilizaciones para exigir al INMECAFE un aumento de los precios, las organizaciones que acabaron fundando la CNOC cada vez más se centraban en tratar de exportar directamente. En octubre de 1988 se inició la cimentación de la CNOC con un encuentro de productores en la Universidad Autónoma de Chapingo. Fue un acontecimiento clave porque evidenció la existencia de problemas comunes y se avanzó en la definición de unos principios compartidos (Hernández Navarro, 1992b). Para dotar de coherencia y unidad su quehacer, los fundadores de la CNOC acordaron seis reglas de convivencia y coordinación: funcionamiento democrático, respeto a las formas organizativas e ideología de cada organización, acción conjunta ante problemas comunes, apoyo mutuo y solidario, independencia de centrales campesinas oficialistas, partidos políticos e instituciones estatales, y creación de instancias nacionales al servicio de las organizaciones regionales (Hernández Navarro, 1991).

En julio de 1989, en las instalaciones de la UCIRI en la localidad de Lachiviza (Oaxaca), 25 organizaciones de 6 estados firmaron un convenio de unidad de acción en el que se comprometían a impulsar y coordinar la CNOC. Ese mismo mes la CNOC abrió su oficina en la Ciudad de México, coordinada por ocho representantes de organizaciones de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla, Guerrero y Tabasco. Desde ese momento la CNOC se planteó: promover alianzas estratégicas entre los agentes productivos; impulsar la modernización tecnológica; mejorar el posicionamiento del café mexicano en el mercado internacional; representar los intereses del sector del café de México en los foros internacionales; influir en el diseño de políticas públicas de promoción y fomento de la productividad en el sector; y propiciar que las acciones gubernamentales hacia el sector, normalmente implementadas por diversas dependencias de distintas Secretarías, se ejecutaran de forma más coordinada (Garfias, 1998).

De los ejes de acción definidos, los dos últimos, relacionados con las políticas gubernamentales, son los que menos resultados positivos han dado en las más de tres décadas transcurridas. El objetivo de conseguir que la administración federal coordinase mejor sus políticas cafetaleras se puede evaluar como un rotundo fracaso, ya que el desorden y las duplicidades han ido en aumento incluso con el actual gobierno del partido MORENA (Celis, 2019c; Paz Paredes, 2019), en el que las organizaciones cafetaleras habían depositado esperanzas de mejora. A la falta de claridad y de unas directrices nítidas coadyuva el que en la

Secretaría de Agricultura, el máximo órgano federal con competencias sobre agricultura, el secretario procede del agronegocio mientras que el subsecretario siempre ha estado próximo a los movimientos campesinos, lo que es una nueva manifestación de la histórica dualidad de las políticas del estado mexicano hacia el campo: la necesidad de tener a los campesinos ni demasiado cerca, ni muy lejos. Al respecto, también es significativa la existencia del Comité Nacional Sistema Producto Café creado en el 2005, tenue heredero del INMECAFE con la existencia intermedia del Consejo Mexicano del Café (1993-2004), y ramificado en comités estatales que funcionan en paralelo a los institutos de café estatales con reducidas atribuciones, como es el caso del Instituto del Café de Chiapas (INCAFECH).

A partir de la apertura de la oficina coordinadora en la capital del país y de la definición de su plan de acción, la capacidad propositiva de los representantes y la fuerza social en las regiones cafetaleras hicieron que en seguida la CNOC se convirtiera en un organismo indudablemente representativo de los pequeños productores ante amplios sectores cafetaleros y frente a las instituciones gubernamentales. De esta forma abrió un espacio de interlocución que en el pasado había sido monopolio de la oficialista Confederación Nacional Campesina. Era la primera ocasión en la historia de la cafecultura mexicana en que una organización independiente, de ámbito nacional y con una amplia representación en las principales regiones productoras, formulaba propuestas de políticas cafetaleras integrales, que cubrían desde la producción hasta la comercialización. Participó en el Consejo Mexicano del Café (sucesor del INMECAFE), aun siendo sabedores sus dirigentes del riesgo de que el Estado absorbiera las ideas que provenían de las organizaciones y las revistiera de propuestas propias, ya que dentro de la CNOC se hizo la reflexión de que era prioritario beneficiar a los pequeños productores más que quién se atribuyera los méritos.

En 1990, treinta organizaciones de la CNOC formaron la Promotora Comercial de Cafés Suaves Mexicanos, S.A. de C.V., que fue la primera empresa de ámbito nacional de comercialización de café propiedad de campesinos y dirigida por ellos, concebida como una facilitadora comercial. La nueva empresa y la coordinadora nacional propiciaron posibilidades de exportación conjunta. En Chiapas, ISMAM, ARIC Unión de Uniones y UNCAFAECSA de Simojovel exportaron conjuntamente parte de su café. En Guerrero hicieron lo mismo la Sociedad de Solidaridad Social de San Luis de Acatlán y la Coalición de la Costa Grande. Idéntico sendero tomaron la Cooperativa Quincempacayotl de Veracruz, la Unión de Productores de Café de Veracruz y la cooperativa Amanecer del Pueblo del estado de Tabasco (Hernández Navarro, 1992b).

En 1994, ante la confusión que existía sobre la verdadera representatividad de las diferentes coordinadoras nacionales de productores de café, se acordó levantar un padrón de afiliados de cada una de ellas que resultara creíble, con una cédula única firmada por el productor, la autoridad ejidal y la certificación de un agente municipal. El padrón, realizado en 1995, acreditó 86.000 afiliados a la UNPC-CNC, que reunía los productores del sector social

(ejidos y comunidades) ligados al PRI, y 71.000 afiliados a la CNOC, 14.000 de la CIOAC, 7.000 de la UGOCP¹²¹, los 4.800 de la Confederación Mexicana de Productores de Café, que agrupaba primordialmente a medianos y grandes productores, y los 2.400 de la oficialista UNPC-CNPR, que agrupaba a los productores no ejidatarios ni comuneros vinculados al PRI (Celis, 2009). La CIOAC y la UGOPC eran coordinadoras de pequeños productores aliadas de la CNOC. El elevado número de afiliados que verificaron entre las tres, 92.000 productores, demostraba el progresivo cambio en la correlación de fuerzas que se estaba produciendo entre las centrales campesinas satélites del PRI y las independientes.

Los días 6 y 7 de septiembre de 1996 la CNOC celebró su Segundo Congreso Nacional en San Cristóbal de las Casas. Se tomaron 18 acuerdos que debían guiar su acción en lo sucesivo, agrupados en tres categorías: ámbito internacional, ámbito nacional y políticas a negociar con el Estado. Destacamos los del ámbito internacional:

- Demandar la eliminación del arancel del 4% de la Unión Europea sobre el café mexicano
- Pugnar por la participación de México en la Asociación de Países Productores de Café¹²²
- Buscar vínculos con organizaciones de productores de café de otros países, como la Federación de Cafeteros de Colombia
- Fomentar la comercialización conjunta entre organizaciones para incursionar en los mercados: solidario (TransFair, Max Havelaar), orgánico y de cafés gourmet
- Incursionar en el conocimiento de los mercados de futuros, como forma de poner topes mínimos a los precios del café que no era absorbido por los mercados mencionados en el punto anterior
- Impulsar una política de promoción del café mexicano en el mercado internacional

La asistencia al congreso de 266 delegados nombrados por 95 organizaciones de 6 estados, 25 miembros de equipos técnicos de la CNOC, COOPCAFE y diversas organizaciones, 47 invitados y 16 observadores da cuenta de la representatividad, la capacidad de convocatoria y el impacto social que había conseguido la CNOC¹²³.

En el momento de cumplir dos décadas de existencia, en el seno de la CNOC surgieron algunos dilemas. Aunque siempre había mostrado una independencia absoluta respecto a partidos políticos y organismos gubernamentales, se generó la duda sobre si participar en coaliciones políticas amplias para propiciar una mayor democratización del país y conformar

121 El dato de la UGOCEP fue facilitado por Fernando Celis en la entrevista que tuvo lugar el 27/10/2023.

122 En el apartado 1.6 vimos que México no se integró en la APPC cuando ésta se creó en 1993.

123 Memoria del Segundo Encuentro Nacional de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras, 6 y 7 de septiembre de 1996, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, documento sin fecha.

un gobierno progresista que impulsara nuevas políticas para el agro. Otro dilema consistió en si crecer numéricamente o no, en el contexto de una actitud más utilitarista y especulativa de un sector de los productores y de mayor dispersión organizativa. Otra cuestión que se debatió fue que, si bien un número importante de los afiliados vendía café a través del Comercio Justo, debían impulsarse políticas regulatorias que impidieran la utilización de cafés dañados en el consumo interno y exigieran precios más altos por los cafés de más calidad¹²⁴. La CNOC apoyó al candidato a la presidencia del país Andrés Manuel López Obrador, no como una toma de posición partidista sino como una apuesta por un cambio profundo que mejorara la calidad democrática del país y pusiera en marcha políticas que abordaran el conjunto de problemas del agro. Sin embargo, durante su mandato no sólo no se ha producido un cambio sustancial en las políticas agrícolas (el agronegocio sigue estando muy bien representado en el ejecutivo de López Obrador) y específicamente en las políticas cafetaleras, sino que resulta muy significativo que poco después de resultar elegido presidente tuviera una reunión con personas de alto rango en el organigrama de la Nestlé en México, que asistiera a la inauguración de la nueva planta de la Nestlé en el estado de Veracruz y, por el contrario, no se haya reunido una sola vez con la CNOC ni con ninguna otra coordinadora independiente representante de los pequeños productores de café.

Lo que no generó dudas en la trayectoria de la CNOC fue el compromiso con los movimientos sociales de México y principalmente con los campesinos. Exigió que se reanudara el diálogo entre el gobierno federal y el EZLN, que había dado lugar a los Acuerdos de San Andrés de 16/2/1996, en los que se puso de nuevo sobre la mesa la demanda de autogobierno y de reconocimiento constitucional y político de la cultura, la territorialidad y los sistemas normativos de los pueblos indios. El texto de los acuerdos no había sido trasladado al ordenamiento jurídico y el diálogo quedó definitivamente truncado el 2/9/1996 cuando el EZLN lo abandonó antes los reiterados incumplimientos gubernamentales.

La CNOC apoyó a la asociación civil Alianza Cívica, que monitorizaba la transparencia y el respeto a la voluntad popular de los comicios electorales. Participó activamente en el movimiento El Campo No Aguanta Más, un movimiento surgido en noviembre del 2002 que exigía renegociar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). El 31/1/2003, este movimiento reunió más de cien mil personas en la capital del país que reclamaban, entre otras demandas, que los alimentos básicos fueran excluidos del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá. La Figura 3.4 recoge un momento de aquella masiva manifestación en la que participaron la CNOC y todas sus organizaciones afiliadas. En la imagen se aprecian pancartas de la CNOC y de las organizaciones CEPCO y UCIRI de Oaxaca.

124 Entrevista con Fernando Celis Callejas, coordinador de la CNOC, el 13/10/2021.

Figura 3.4. Manifestación del movimiento “El Campo No Aguanta Más” en Ciudad de México (31/1/2003)



Fuente: La Jornada del Campo, No. 4 (2008).

La CNOC dio apoyo asimismo a la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO), un conjunto de más de 300 organizaciones que respaldaban las demandas de la Sección 22 del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación y las movilizaciones contra el autoritarismo y la corrupción del gobernador de Oaxaca, Ulises Ruiz Ortiz.

Una constante en la andadura de la CNOC fue que siempre demandó políticas integrales hacia el sector del café, mientras que otras coordinadoras tenían una visión más de corto plazo y se centraban en solicitar programas y apoyos específicos. Además, la CNOC siempre funcionó con una estructura poco costosa, su oficina en Ciudad de México es pequeña y nunca tuvo mucho personal contratado, lo que la hacía poco dependiente de las subvenciones públicas. Aunque en la última década ha sufrido una cierta pérdida de membresía, sigue manteniendo una base social muy fiel, lo que contrasta, como se vio en el apartado 3.3, con la situación de coordinadoras como la Unión Nacional de Productores de Café (UNPC), siempre muy ligada a los gobiernos del PRI, o la Coalición Nacional de Organizaciones de Productores de Café (CONAPROCAFE), que a medida que se iba cerrando el flujo de ayudas públicas se han ido quedando totalmente vacías de militancia.

Al organizarse de forma descentralizada, la CNOC ha evitado que se susciten luchas internas por el poder. Se articuló mediante coordinadoras estatales, que en Chiapas fue la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE). La COOPCAFE inició su proceso organizativo en 1989, se formalizó en julio de 1994 en una reunión de representantes de las cooperativas constituyentes, y se fundó legalmente en agosto de 1994. Las cooperativas fundacionales fueron Unión de Ejidos San Fernando, Unión Majomut, Unión de Ejidos de la Selva, Tzotzilotic Tzobolotic y Cholon B'ala, que hasta ese momento

se coordinaban como CNOC Chiapas. De acuerdo con Sánchez Juárez (2015), coincidían en la necesidad de conformar una fuerza social que representara los intereses de los pequeños productores cafetaleros de Chiapas. Como continuadores de los objetivos y de la tradición organizativa de la UNORCA y de la CNOC, preservaron su autonomía política y mantuvieron el objetivo de apropiarse del proceso productivo.

En un principio se instituyó como una organización de segundo nivel para presionar a la administración de Chiapas con la finalidad de tener acceso al crédito y a los programas de apoyo al campo, y buscar alternativas para mejorar los precios de venta del café. Durante la crisis de precios acaecida entre 1998 y 2002, COOPCAFE presionó al Consejo Mexicano del Café (organismo sucesor del INMECAFE) para que se destruyeran miles de sacos de los cafés de peor calidad y paliar el derrumbe de los precios.

COOPCAFE en seguida se interesó por impulsar el cultivo del café orgánico y la calidad del producto en las organizaciones asociadas, poniendo énfasis en la capacitación para conseguir la certificación orgánica y de Comercio Justo. Las actividades primordiales fueron, por lo tanto, la formación de los equipos técnicos de las organizaciones y las gestiones conjuntas ante las instancias gubernamentales. En diciembre del 2001, las organizaciones de COOPCAFE convocaron una reunión para poner en común cuál era su situación en aquel momento y detectar fortalezas, debilidades y cuellos de botella: cantidad de café producida, acopiada y exportada; almacenes e instalaciones de procesamiento de café del conjunto de las organizaciones; centros de capacitación en funcionamiento; cafeterías y expendios de café abiertos al público; marcas comerciales registradas; organizaciones con la certificación orgánica, en transición y con producción no orgánica (los productores de las organizaciones no certificadas sólo representaban el 5% del total de la coordinadora). El documento resultante era un excelente diagnóstico de los puntos fuertes y débiles de las organizaciones y en qué aspectos debía incidir la futura estrategia¹²⁵.

Al mismo tiempo, participó intensamente en la CNOC y durante la primera década de funcionamiento ayudó a fortalecerla, con lo que contribuyó a que la CNOC se convirtiera en la representación más importante de los cafecultores minifundistas de México. Más tarde los objetivos se ampliaron, manteniendo los iniciales: búsqueda de nuevas fuentes de crédito, impulso a la asistencia técnica y la comercialización, mejora de la calidad del café, acceso a programas de apoyo gubernamental y promoción del consumo de café. En relación al último punto, el proyecto central fue el Café Museo Café, inaugurado el 25/4/1998 en el centro histórico de San Cristóbal de las Casas como cafetería y expendio de café de las cooperativas integrantes de la coordinadora, y museo sobre la cultura del café y la historia de explotación de la mano de obra indígena de Chiapas en el cultivo del café. El antecedente inmediato había sido la exposición “La vida en un sorbo”, instalada en el Museo Nacional de Culturas

125 “Taller de Autoevaluación”, San Cristóbal de las Casas, documento facilitado por el personal técnico de Coopcafé en febrero del 2002.

Populares de Ciudad de México entre mayo de 1996 y febrero de 1997 y organizada por dicho museo y la CNOC. En la exposición participaron numerosas organizaciones de pequeños productores y de ella nació la idea de crear tres museos regionales del café. El de Chiapas fue el primero que se materializó.

Una de las estrategias para consolidar COOPCAFE consistió en invitar a formar parte de la coordinadora a aquellas entidades que no eran miembros de la misma. Para el año 2002 ya integraba 28 organizaciones de todas las regiones cafetaleras de Chiapas. Según Sánchez Juárez (2015), en el periodo 2011/2012 había crecido hasta las 36 cooperativas y 11.560 productores, repartidos en 52 municipios de Chiapas. En la asistencia a las reuniones mensuales de COOPCAFE durante el trabajo de campo del año 2002, se pudo tener constancia de cuáles eran las organizaciones miembro en aquel año¹²⁶:

- Asociación de Productores Orgánicos del Río Perlas y Montes Azules, S. de S.S.
- Café Monteverde
- Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH), S.C.
- Cholon B'ala, S.C.L.¹²⁷
- El Triunfo, S. de S.S.
- Federación Indígena Ecológica de Chipas (FIECH)
- Finca Triunfo Verde, S.C.
- Flor de Amatán, S. de S.S.
- Flor de Matasano
- Indígenas y Campesinos Ecológicos de Ángel Albino Corzo (ICEAAC), S. de S.S.
- Iwut'j Caphe, S.C. de R.L. de C.V.
- Kulaktic, S.C. de R.L. de C.V.
- Mukulum, S.C.L.
- Organización de Productores Agropecuarios Centro Cancuc (OPAC), S. de S.S.
- Organización Tzeltal de Productores de Café de Cancuc (OTPC), S.C. de R.L. de C.V.
- Pocolum

126 Se relacionan con la denominación que tenían en aquel momento. Respecto a Café Monteverde, Flor de Matasano, Pocolum y UPAS, no disponemos de datos más precisos sobre su denominación o forma jurídica.

127 En el 2007 cambió su denominación a Cholom Bolá.

- Productores Orgánicos de la Sierra (POSI), S. de S.S.
- Unión Agrícola, Pecuaria, Industrial y de Servicios Tzijib' Babi, Federación de Sociedades de. Solidaridad Social
- Unión de Ejidos de la Selva
- Unión de Ejidos y Comunidades Cafeticultores Beneficio Majomut
- Unión de Ejidos San Fernando
- Unión de Productores de Café Juan Sabines, S. de S.S.
- Unión de Productores de Café de la Sierra (UPROCAS), A.C.
- Unión Regional de Ejidatarios Agropecuaria, Forestal y de Agroindustrias de los Pueblos Zoques y Tzotziles de Chiapas (UREAFA), S. de S.S.
- UPAS
- Tiemelonla Nich Klum, S. de S.S.
- Tzeltal Tzotzil, S.C.L.
- Tzotzilotic Tzobolotic, S.C.L.

La figura jurídica más extendida era la de Sociedad de Solidaridad Social, que actualmente ya no está recogida en el ordenamiento jurídico mexicano. Algunas de las organizaciones agrupaban a otra, como la FIECH, que era una federación de 18 organizaciones productores de café y miel, la Federación Tzijib' Babi, que englobaba ocho sociedades de solidaridad social, o la Unión de Ejidos San Fernando, donde había tres cooperativas.

Con posterioridad al año 2002 el número de organizaciones adheridas siguió creciendo y también se produjeron bajas, si bien el grado de implicación de las organizaciones era desigual. Unión de Ejidos de la Selva, que fue una de las fundadoras, en la segunda mitad de los años 1990 se fue distanciando del resto. Otras se prestaron a la estrategia debilitadora ideada desde el estado. A finales de los años 1990, ante la considerable fuerza social que había adquirido COOPCAFE, desde el gobierno federal y el estatal se inició una estrategia de desgaste buscando el flanco más propicio. Como vimos en el subapartado 3.5.2, ese flanco fue la FIECH, que empezó a recibir créditos y acceso a programas de una cuantía similar a la suma de todo el resto de organizaciones de COOPCAFE, a pesar de que su membresía equivalía a tan solo el 15% del resto de la coordinadora. La estrategia gubernamental consiguió el objetivo: en el año 2002, aunque formalmente la FIECH no había abandonado la coordinadora estatal, pudo comprobarse que su participación en ella era nula.

El año 2006 marcó un punto de inflexión en la historia de COOPCAFE, con la salida de Rosario Gutiérrez como presidente y Víctor Perezgrovas como coordinador técnico. A la pérdida de aptitud gerencial y de capacidad de liderar, aglutinar y cohesionar al conjunto de organizaciones, se aunó la de una menor visión estratégica. Un proyecto que se resintió especialmente de los cambios en la coordinadora fue el del Café Museo Café, que existió durante muchos años en un total abandono. En el trabajo de campo realizado en el 2016 y el 2017, se constató que registraba una muy baja afluencia de clientes durante la totalidad de su horario de apertura (que era muy amplio), a pesar de estar ubicado en el centro histórico de San Cristóbal de las Casas, y había quedado reducido a instalación para la organización esporádica de eventos (actividad que ya realizaba anteriormente), en detrimento de la venta y degustación del café de las organizaciones, que fue desasistida. Al contrario de esta situación, en los años siguientes a su apertura la facturación había crecido a un ritmo muy notable: entre mayo y diciembre de 1998 fue de 214.573,98 pesos, en 1999 de 436.868,27 pesos, en el año 2000 de 502.844,33 pesos y en el 2001 de 751.542,98 pesos, en este último año con un aumento del 50% en relación a las ventas del año 2000. La evolución del promedio mensual de las ventas era ilustrativa: pasó de 26.821,74 pesos en 1998 a 62.628,58 en el 2001¹²⁸.

La falta de visión estratégica quedaba demostrada por la actuación ante los organismos oficiales, de los cuales se intentaba obtener programas de apoyo pero no se planificaba una agenda reivindicativa como sector social organizado. La presentación de proyectos a los programas públicos dependía de la capacidad de los equipos técnicos de las diferentes organizaciones para elaborar proyectos. Debido a esto existía desigualdad en la obtención de recursos económicos gubernamentales y competencia por ellos, que además cada vez eran más escasos, lo que debilitaba los tradicionales lazos de solidaridad entre las organizaciones, muchas de las cuales adquirieron la capacidad de realizar ellas mismas las gestiones antes las instancias gubernamentales (Sánchez Juárez, 2015).

El propio fortalecimiento de las organizaciones hizo que coordinadoras estatales como la de Chiapas (o la de Oaxaca) no fueran tan importante como lo fue en los años 1990 y principios del siglo XXI (Bartra, 2013). COOPCAFE no supo adaptarse a las nuevas circunstancias y cometió errores como el de no continuar los programas de formación y capacitación, de forma que, a partir del ciclo 2007/08, la mayoría de organizaciones que lo integraban valoraron que no estaba cumpliendo con sus objetivos. En el trabajo de campo efectuado en los años 2016 y 2017 se comprobó que organizaciones fundadoras, como Tzotzilotic Tzobolotic, y otras con una largo recorrido de implicación en COOPCAFE, como Tiemelonla Nich Klum, vivían al margen de la coordinadora, no asistían a unas reuniones de las que en el 2002 nunca se ausentaban y tenían una idea muy remota de la labor que estaba haciendo COOPCAFE. Otras de más reciente incorporación, como Ts'umbal Xitalha, mostraban la misma distancia

128 Datos proporcionados por Mario Toledo Cisneros, coordinador del Café Museo Café durante la estancia en Chiapas en el año 2002.

y poca participación, aunque todas ellas continuaban perteneciendo formalmente a COOP-CAFE¹²⁹.

3.5.4 Caracterización genérica de las cooperativas cafetaleras de Chiapas

Las cooperativas de pequeños productores de café de Chiapas surgen de un diálogo entre globalización e identidad, puesto que los pueblos indígenas tratan de manejar la identidad como un recurso económico y político en el escenario global (Nigh, 2002a). Es un proceso que se inscribe dentro de un movimiento más amplio de los pueblos indígenas para promover sus derechos, movilizando recursos políticos a través de redes internacionales (Brysk, 2000).

El éxito de estas cooperativas radicó en desplegar una estrategia para insertarse en la economía global al mismo tiempo que reafirmaban la identidad de sus productores. Para ello desarrollaron una estructura híbrida que compaginaba valores de la empresa capitalista con otros de la comunidad maya tradicional. Esta estrategia se ajustó dentro de las figuras jurídicas legales que en cada momento promovió el gobierno federal, como Unión de Ejidos, Sociedad de Producción Rural, Sociedad Cooperativa o Sociedad de Solidaridad Social. Se asimilaban a las cooperativas en cuanto eran redes de individuos autónomos con obligaciones recíprocas. Por otra parte, adoptaron estructuras administrativas, de gestión y de control financiero propias de una empresa capitalista. Su inserción en el mercado internacional se hizo con un producto de calidad, pero al mismo tiempo la toma de decisiones debía ser horizontal, ya que legalmente la asamblea general era el máximo órgano de decisión, y movilizaban el trabajo voluntario de sus socios (Nigh, 2002a).

Las familias que componían estas organizaciones tenían economías domésticas diversificadas de las que formaba parte el cultivo del café. Se ubicaban en un contexto social comunitario que, cuando era indígena, poseía una profunda dimensión cultural. En su empeño por continuar siendo campesinos, tuvieron que enfrentar los cambios estructurales del modelo neoliberal que se dieron a partir de los años 1980. Para ello idearon estrategias empresariales colectivas destinadas a exportar el café. Recurrieron no solamente a mecanismos económicos sino a mecanismo económico-sociales como el Comercio Justo, lo cual sólo era posible para campesinos organizados (Jurado y Bartra, 2012). La comercialización de café ecológico dentro del Comercio Justo demandaba a los campesinos el cumplimiento de exigentes normas técnicas, acatar los dictámenes de las agencias de certificación y la comercialización en canales transparentes y reconocidos, requisitos que se daban más fácilmente donde prevalecía la lógica del funcionamiento comunitario. Por ello la producción de café orgánico se dio fundamentalmente en regiones indígenas y entre grupos sociales movilizadas (Linck, 1999).

El origen último de un gran número de las cooperativas cafetaleras de Chiapas fue el Congreso Indígena de 1974 que, como se analizó en los subapartados 3.4.1 y 3.4.2, cristalizó

129 En la entrevista mantenida el 16/5/2017 con el director de Ts'umbal Xitalha, Alberto Irezábal Vilaclara, se pudo comprobar la inexistente participación de la organización en COOPCAFE.

en una organización de la envergadura de la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas y más tarde en la ARIC Unión de Uniones. Esto dejó una impronta que perduró hasta hoy: en numerosas organizaciones es visible la cohesión étnica. En especial para los productores indígenas, tiene un alto valor simbólico mantener la posesión de sus parcelas, haber conseguido la apropiación del proceso productivo y ser copropietarios de sus organizaciones. Un factor que no puede omitirse es el orgullo de formar parte de organizaciones que reivindican la cultura, idioma y tradiciones autóctonas y al mismo tiempo consiguen ser viables a lo largo del tiempo. Es sintomática la gran cantidad de cooperativas cuyo nombre está expresado en una lengua indígena¹³⁰. La cooperativa Tzeltal Tzotzil, incluso diseñó el envoltorio de los paquetes de café inspirándose en la combinación de colores y figuras de la vestimenta típica del municipio de Pantelhó, donde reside aproximadamente el 70% de sus socios. Son menos frecuentes las organizaciones que utilizan las lenguas indígenas en su comunicación escrita interna. En la visita realizada en mayo del 2017 a la sede del grupo Yomol A'tel en Chilón, se pudo apreciar una infografía con información económica y financiera del grupo, redactada en su totalidad en lengua tzeltal, la cual suele presentarse en las asambleas para hacer la información más entendible para los socios. El ejemplar estaba ubicado en un lugar bien visible y frecuentado de la sede del grupo.

También es revelador el artículo 7 de los estatutos fundacionales de UCIRI, entre cuyo contenido se encuentra el siguiente literal: “Nosotros queremos mantener nuestro orgullo de ser los primeros habitantes de nuestra región, con nuestro lenguaje, con nuestros hábitos. Nosotros estamos conscientes que con las nuevas profesiones y experiencias nuestra cultura está cambiando. Pero no queremos caer en la trampa de perdernos en cosas que no se mejoran, como la cultura de la gente rica y de aquellas que tratan de explotarnos y oprimirnos” (Capecchi y Gallina, 2006).

La reivindicación de la cultura autóctona fue una cuestión clave porque incluyó recuperar elementos de la agricultura tradicional que se habían ido perdiendo. Se verá en el siguiente subapartado que el valorar el tipo de agricultura que efectuaban las anteriores generaciones fue esencial en el tránsito hacia la agricultura orgánica de la Unión Majomut y la Unión la Selva. En Majomut, durante la formación técnica que se efectuó durante el proceso de transición hacia la producción de café orgánico, se constató que algunas características de la agricultura orgánica resultaban familiares a las personas más longevas de las comunidades. En la Unión la Selva, cuando se debatió qué estrategia podían seguir para poder seguir trabajando la tierra sin depender de costosos inputs externos, se llegó al acuerdo de valorizar la agricultura que habían practicado los padres y abuelos de los productores.

Los lazos étnicos reforzaron el fenómeno de la ayuda y cooperación entre organizaciones visto en el subapartado 3.5.2. Tzotzilotic Tzobolotic canalizó sus primeras exportaciones a través de Majomut y CIRSA, con quienes compartía una base social preeminentemente de

130 Véase Anexo A.5.

la etnia tzotzil. Los productores de la Organización Tzeltal de Productores de Café (OTPC) de San Juan Cancuc empezaron a organizarse a principios de los años 1990 y en 1995 se constituyeron legalmente, queriendo imitar la trayectoria de las organizaciones cercanas y más longevas ya mencionadas. De acuerdo con Martínez Quezada y Vargas (2009), los métodos de producción orgánica que observaron *in situ* les impulsaron a elaborar compostas, regular la sombra de los cafetos de forma más precisa¹³¹, y construir barreras vivas y terrazas para evitar la erosión del suelo.

Es significativo el caso de Sch'Litesel Ka'Teltik, una cooperativa creada en el 2004 de muy reducida dimensión en cuanto a socios y hectáreas cultivadas. Recibió un importante apoyo de Paluch'en, con la que estaba hermanada por la proximidad geográfica y por ser los socios de ambas de la etnia tzeltal. En el primer año de transición de los tres que se requieren para pasar de convencional a orgánico, jóvenes promotores de Paluch'en estuvieron recorriendo todas las parcelas de los productores de Sch'Litesel, observando los métodos productivos, detectando malas prácticas y proponiendo acciones correctoras de cara a la primera inspección del organismo certificador que había de producirse. La asistencia técnica se prestó sin más contraprestación que el alojamiento y la manutención de los promotores. Años después, uno de los fundadores de Sch'Litesel Ka'Teltik, Gerardo Tenorio, distribuía en exclusiva el café de Paluch'en en el estado de Aguascalientes, en el centro de México. Cuando realizaba pedidos de café, el coordinador técnico de Paluch'en con frecuencia le solicitaba permiso para incluir café de pequeñas cooperativas que hacía poco tiempo que se habían fundado o de grupos de productores que todavía no se habían constituido en cooperativa¹³².

Si bien los vínculos étnicos cohesionaron las organizaciones, una gran mayoría de ellas tenía en la equidad de género una carencia flagrante, sobre todo en lo que atañe a los equipos directivos. Son abundantes los casos de cooperativas que, tras décadas de funcionamiento, no han tenido una sola mujer que forme parte del equipo directivo. Aunque es cierto que en los últimos diez años se constatan avances muy significativos, con desigual intensidad en las diferentes organizaciones, en esta cuestión queda un largo camino por recorrer en muchas de ellas, ya que la presencia de mujeres en los equipos directivos continúa siendo minoritaria.

Se ha visto previamente que a las cooperativas se les plantearon problemas de gobernanza relacionados con la dificultad de instrumentar una relación fluida y equilibrada entre los tres actores principales, equipo directivo, equipo técnico y socios, sumada a que no siempre fue fácil que la soberanía que poseían los socios pudiera ser efectivamente ejercida. Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH) es un caso exitoso en la resolución de cuestiones que tantos problemas han generado en otras organizaciones. Un principio

131 Demasiada sombra puede provocar un exceso de humedad y con ello la proliferación de hongos, y un déficit de sombra comporta que el sol incida en demasía en las plantas de café, cosa que no tolera bien la especie Arábica.

132 Entrevistas con Gerardo Tenorio López, socio fundador de Sch'Litesel Ka'Teltik y distribuidor exclusivo del café de Paluch'en en el estado de Aguascalientes, en 25/3/2020, 3/5/2020 y 2/12/2020.

esencial en CESMACH es que las decisiones las toma la Directiva, no el equipo técnico. Para las cuestiones que se consideran de hondo calado, como realizar nuevas inversiones (ampliación del almacén, compra de un terreno, etc.) o el destino que se le dará la prima del Comercio Justo, se requiere que los delegados de las comunidades tomen la decisión en su reunión mensual. Si los delegados no llegan a un acuerdo, consultan en sus comunidades, y si la consulta no da como resultado una decisión consensuada, se traslada el debate a la Asamblea General de Socios (Quiroga, 2021). De esta manera, CESMACH se ha erigido como un ejemplo de lo que Fox y Hernández (1989) definieron como contrarrestar “la ley de hierro de la oligarquía”, un fenómeno que hacía referencia al patrón de burocratización de los movimientos populares, los partidos políticos y los sindicatos y al distanciamiento entre las bases y sus líderes. De acuerdo con los autores, las organizaciones populares que desean funcionar democráticamente deben crear canales de información entre los miembros de la organización y sus líderes así como entre los miembros, y tienen que incentivar la participación activa y descentralizar las responsabilidades. Tal funcionamiento posibilita exigir la rendición de cuentas a los líderes y conduce a organizaciones más exitosas.

Un aspecto clave fue la creación de la figura del Coordinador General, que ejerce de puente entre los órganos representativos (Asamblea General, Asamblea de Delegados, Consejo de Vigilancia y Directiva) y los órganos operativos (Proyectos, Certificación, Comercialización, Contabilidad y Administración). En las decisiones que deben tomarse con más agilidad, el Coordinador está en constante comunicación con la Directiva. Otro aspecto que ha sido importante para la buena marcha de la organización es que en el momento del ingreso se da a conocer a los socios el reglamento general, que determina sus derechos y obligaciones, así como el reglamento de la certificación orgánica y el del Comercio Justo. Se han erradicado prácticas nocivas que algunos socios habían adquirido en otras organizaciones, como pedir préstamos a la organización que luego no eran retornados. En CESMACH los préstamos se conceden exigiendo una garantía. La claridad en las normas de funcionamiento y la exigencia de su cumplimiento le han conferido a CESMACH un gran prestigio y una imagen de seriedad en la zona de la Reserva de la Biosfera El Triunfo y en el interior de la organización han generado cohesión y confianza en el liderazgo de la organización, lo que evita comportamientos oportunistas tan frecuentes en otras organizaciones como vender el café a los intermediarios cuando los precios en el mercado internacional son muy elevados (Quiroga, 2021). La evolución del número de socios, desde los 10 que fundaron la organización en 1994 hasta los aproximadamente 700 en la actualidad, certifica su solidez social.

Aunque se dio la tendencia a crear cooperativas de reducido tamaño, como pudimos ver en el subapartado 3.5.2, durante el siglo XXI fue aumentando su tamaño medio. La Tabla 3.9 pone de manifiesto cómo evolucionó el tamaño medio, en cuanto a número de socios, para una muestra de cooperativas. Pese a que persiste un porcentaje muy notable de cooperativas de reducido tamaño, con 50 o menos socios, se aprecia claramente que las cooperativas que ganaron más peso relativo durante ese periodo de quince años fueron las que tenían un nú-

mero de socios superior a los 250. La ventaja de pertenecer a cooperativas pequeñas, como forma de controlar más de cerca su gestión, quedó compensada por las ganancias que implicaba una mayor dimensión, en economías de escala y en la posibilidad de hacer frente a la logística de la exportación. Sin embargo, llama la atención que, todavía en el año 2020, casi el 23% de las cooperativas tenía una membresía igual o menor a los 50 socios.

Tabla 3.9. Tamaño de las cooperativas cafetaleras de Chiapas por número de socios (2005, 2010 y 2020)

	2005	%	2010	%	2020	%
0 - 50	20	20,00%	9	14,52%	14	22,95%
51 - 100	18	18,00%	10	16,13%	5	8,20%
101 - 250	32	32,00%	14	22,58%	6	9,84%
251 - 500	15	15,00%	13	20,97%	16	26,23%
501 - 1.000	8	8,00%	13	20,97%	13	21,31%
> 1.000	7	7,00%	3	4,84%	7	11,48%
TOTAL	100	100,00%	62	100,00%	61	100,00%

Fuente: elaboración propia a partir de una muestra de cooperativas para las cuales se dispone de datos.

El mecanismo más habitual por el que aumentaba la base social de las cooperativas era el de nuevas comunidades o ejidos que solicitaban adherirse a una cooperativa en funcionamiento, tras haber observado el proceso en comunidades del mismo municipio o de municipios cercanos y previa deliberación interna y acuerdo en la comunidad. También esto pudo comprobarse en el trabajo de campo con la organización Majomut, que durante el año 2002 recibió diversas peticiones de entrada en la organización de comunidades de la región Altos, sobre todo del municipio de Chenalhó, con lo que al finalizar aquel año su número de socios y socias, que ya hacía años que había alcanzado la cifra de un millar, se situó en torno a los 1.300.

En el Gráfico 3.5 y en los Mapas 3.5 y 3.6 se vio cómo el fenómeno cooperativo se expandió por la mayor parte de la superficie de Chiapas y cuál fue su evolución en el tiempo. La creación de cooperativas o el crecimiento de las existentes solía estar relacionado con un fenómeno que se dio con mucha asiduidad: el área de influencia se extendía a los municipios circundantes de aquél donde vivían la mayoría de los socios. En el municipio de San Juan Cancuc, por ejemplo, numerosos productores entraron en las organizaciones Majomut y Tzeltal-Tzotzil, ubicadas en los municipios aledaños de Chenalhó y Pantelhó respectivamente.

Una de las ventajas que tenía el ingresar en cooperativas existentes, y particularmente en cooperativas de tamaño relevante, era poder aprovechar la infraestructura de procesamiento del café. En los dos últimos decenios los clientes, tanto nacionales como exteriores, se fueron haciendo más exigentes en cuanto a la calidad del café. En el subapartado 2.4.3 se vio que en los dos últimos decenios el perfil del consumidor de los productos orgánicos y de Comercio Justo fue cambiando para hacerse más exigente con la calidad. Por lo tanto, la mayor exigencia de los consumidores hacia los distribuidores se trasladó a las importadoras, y de ahí a

las cooperativas productoras. La exigencia hizo que la mayoría de cooperativas que llegaban a un punto crítico de volumen de producción incorporaran en sus plantillas a catadores de café profesionales, e incluso algunas crearan un laboratorio de cata con el cometido no sólo de ser un filtro más que controle la calidad del café comercializado, sino de formar a socios productores en esa labor y crear un know-how en el interior de la organización.

Por otra parte, como la práctica totalidad de las cooperativas, incluso las que exportan café, han ido vendiendo un mayor porcentaje de su producción en el mercado nacional, a menudo ya tostado y empaquetado, han tenido que invertir en costosa y sofisticada maquinaria de tostado, que es uno de los procesos que más determina la calidad del café en taza. Unión La Selva, por ejemplo, invirtió en tostadoras de última generación que permitieran tostar café mediante el método ‘high yield coffee’ (café de alto rendimiento), que controla el flujo del aire para que el tueste sea uniforme, un tipo de tueste muy apreciado por aquellas tiendas de cafés de especialidad que venden sobre todo café en grano. Con la maquinaria adquirida el ciclo de tueste era controlado por un sofisticado sistema informatizado¹³³.

En las Figuras 3.5A y 3.5B pueden verse dos máquinas tostadoras de características similares a las utilizadas por muchas organizaciones de pequeños productores, ambas con una capacidad de carga de 5 kilogramos. La máquina de la Figura 3.5A, una Azteca-5K-AR, tiene un coste actual de 196.736 pesos mexicanos (10.289,1 euros). La de la Figura 3.5B, una RL-Radyak-5, en la actualidad tiene un coste de 266.336 pesos (13.929,1 euros)¹³⁴. Se puede observar que la RL-Radyak-5 incorpora un software que controla el proceso de tostado.

Figura 3.5a. Máquina tostadora Azteca-5K-AR



Fuente: imagen cedida por Roberto Zapata Huerta, subdirector de la empresa Máquinas y Equipos 100MEX, dedicada a la fabricación de maquinaria procesadora de café.

¹³³ Véase <https://cafetenamchiapas.jimdofree.com/servicios> (consultado el 27/11/2017).

¹³⁴ Comunicación personal de Roberto Zapata Huerta el 30/10/2023. Se ha aplicado el tipo de cambio vigente el día 30/10/2023, 1EUR=19,1209MXN, de acuerdo con el convertor de divisas <https://fxtop.com/es/convertidor-divisas-pasado.php?A=1&C1=EUR&C2=MXN&DD=30&MM=10&YYYY=2023&B=1&P=&I=1&btnOK=Ir> (consultado el 08/11/2023)

Figura 3.5b. Máquina tostadora RL-Radyak-5



Fuente: imagen cedida por Roberto Zapata Huerta.

La adquisición de maquinaria muy costosa no concierne solamente al proceso de tostado. Otra fase de transformación decisiva en la calidad final del café es la selección de los granos. En la visita efectuada en mayo del 2017 al grupo Yomol A'tel, se comprobó que disponían de maquinaria con tecnología láser capaz de detectar impurezas o defectos en los granos de café que fueran imperceptibles para la vista de una persona.

La financiación de la mejora y ampliación de la infraestructura, así como del conjunto de gastos de las cooperativas a menudo seguía un patrón según el cual en los primeros años de existencia dependía en un porcentaje muy alto de subsidios, donativos y proyectos de la cooperación al desarrollo, y progresivamente ese porcentaje disminuía si la cooperativa era rentable y se capitalizaba, y los ingresos provenían cada vez más de la actividad ordinaria. Fue lo que ocurrió con la organización Yomol A'tel, que incluye la cooperativa Ts'umbal Xitalha, auspiciada por la Misión Jesuita de Bachajón. En el 2007, el total de gastos e inversiones financiados con fondos no propios ni procedentes de créditos fue del 70%. En menos de una década, el porcentaje decreció significativamente: en 2014 fue del 13%, en 2015 del 9%, en 2016 repuntó hasta el 25%, y en el 2018 había vuelto a descender hasta el 12%. El aumento en el 2016 fue debido a la inversión de aproximadamente 600.000 euros en la sede del grupo en Chilón, que incluyó la inversión en un complejo formativo y productivo para capacitar a los socios en los procesos que generan valor agregado en el café, cambios en las oficinas, un espacio para las asambleas, habitaciones para hospedar a las familias de la cooperativa que se tienen que desplazar a Chilón y cocina comunitaria, entre otros¹³⁵.

Tras esta caracterización genérica de las cooperativas productoras de café de Chiapas, el

135 Entrevista con José Andrés Fuentes González, coordinador de Ts'umbal Xitalha entre enero del 2018 y junio del 2019 y miembro del Consejo Directivo de Yomol A'tel desde enero del 2013 hasta la actualidad, mantenida el 8/12/2018.

siguiente apartado se detiene en dos casos especialmente relevantes: Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut y Unión de Ejidos de la Selva. Ambas organizaciones tienen en común que fueron de las primeras en constituirse a inicios de los años 1980 y continúan funcionando actualmente, que llegaron a tener una membresía superior a las 1.000 familias productoras y sus socios estaban ubicados en municipios con una alta conflictividad social y política.

3.5.5 Los ejemplos de la Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut y la Unión de Ejidos de la Selva

Los casos de la Unión Majomut y la Unión de Ejidos de la Selva, y la influencia que ejercieron en la región Los Altos y Selva respectivamente, ilustran cómo el crecimiento de la base social de las cooperativas y en el número de cooperativas discurrió paralelo a los importantes cambios que acontecían al interior de ellas y a las profundas transformaciones en el sector campesino cafetalero. Majomut es un caso relevante por ser una de las pioneras en la producción de café orgánico y de Comercio Justo, no sólo de Chiapas sino del conjunto de México, por haber sido tanto receptora como suministradora de ayuda en relación a otras cooperativas, por tener la práctica totalidad de sus socios en una de las zonas de Chiapas que padeció con más severidad el conflicto entre el EZLN y el Estado mexicano¹³⁶, por la calidad de los datos sobre su funcionamiento recopilados y sistematizados por el equipo técnico que trabajó en Majomut entre los años 1992 y 2006, que permiten análisis más minuciosos, y por el peso específico que ha tenido en el movimiento cooperativo de Chiapas y de México. El último factor lo fundamentamos en la evolución de su número de socios, en la literatura científica que generó el anterior equipo técnico y en las responsabilidades que tuvo dicho equipo en las coordinadoras estatal, nacional y continental. Asimismo consideramos de interés que las eventuales crisis internas que sufrió no comportaron su desaparición, como ocurrió con la FIECH, o una reducción muy grande en el número de socios y en el volumen de producción, como sucedió en ISMAM.

En la creación de Majomut, fundada legalmente en 1983 (aunque los socios fundadores habían empezado a poner en común su problemática dos años antes), actuó como detonante el hecho de que un grupo organizado de productores descubrió y combatió un caso de asociación fraudulenta entre el INMECAFE y los intermediarios locales, que tenía como objetivo abaratar el café que vendían los pequeños productores (Martínez Torres, 2006).

En 1989 Majomut participó en la fundación de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) y en 1992, al empezar a estructurarse un equipo técnico del que carecía, inició una transformación profunda. En ese mismo año se inició el proyecto de transferencia tecnológica a los socios para la transición hacia el café orgánico, se formó la red de

¹³⁶ En la comunidad de Acteal tuvo lugar el 22/12/1997 la mayor matanza del último medio siglo de México.

promotores comunitarios (fundamental para dicha transferencia de tecnología), se obtuvo el sello Max Havelaar, se acordó con otras organizaciones de Chiapas constituir la Coordinadora Estatal de Pequeños Productores de Café de Chiapas (legalizada dos años después) y se inició la venta de café tostado y molido en el mercado nacional. En 1993 exportó el primer lote de café certificado con el sello Max Havelaar a Países Bajos, completó la primera inspección de café orgánico, efectuada por las agencias IMO-Control y Naturland, y exportó a Alemania su primer lote de café orgánico. En el transcurso de las sesiones de capacitación en agricultura orgánica que los técnicos de Majomut mantuvieron con productores de las diferentes comunidades, comprobaron que muchos aspectos que transmitían eran conocidos por las personas de más edad, de forma que la agricultura orgánica también estaba poniendo en valor una parte de la cultura y tradición nativa¹³⁷.

En julio de 1994, coordinó en la ciudad chiapaneca de San Cristóbal de las Casas el primer Encuentro Estatal de Productores Orgánicos de Campesino a Campesino, en el que participaron unas 20 organizaciones. Este programa se había gestado en una relación entre campesinos mexicanos del estado de Tlaxcala que habían creado un centro de conservación de aguas y suelo y campesinos del altiplano guatemalteco. A la experiencia se unieron posteriormente campesinos nicaragüenses, que trasladaron las técnicas aprendidas a la Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos de Nicaragua (ANAG) de su país. En junio de 1995 tuvo lugar otro encuentro en la misma ciudad de San Cristóbal, cuyo enfoque específico fue la transición hacia la producción de café orgánico, al que asistieron 11 organizaciones de diferentes regiones del estado. La reunión entre sus representantes tuvo el objetivo de conocerse más y avanzar en la consolidación de acciones comunes a partir del intercambio de experiencias en la producción de café orgánico.

El Segundo Encuentro Estatal de Campesino a Campesino de Productores Orgánicos se realizó en noviembre de 1995, también en San Cristóbal de las Casas y con la participación de doce organizaciones, y otra vez Majomut tuvo un papel central de coordinación del encuentro. Las conclusiones del Encuentro hacían referencia a: la necesidad de conservar los recursos naturales, preservar la salud de las personas y mejorar la economía de las familias al eliminar costosos inputs químicos, ya que los fertilizantes químicos sólo dan buenos rendimientos durante los primeros años, contaminan el agua y perjudican la salud de las familias; las ventajas de los abonos orgánicos para los cafetos; los resultados a largo plazo de la producción orgánica, aunque ocasione más trabajo; la dificultad de combatir las plagas y enfermedades, pero siempre es posible encontrar métodos; la extensión de la producción orgánica a los cultivos de maíz, frijol y hortalizas; la conservación del suelo, que significa cuidar el pilar principal de la subsistencia; el aprovechamiento de los residuos que salen de la parcela, que ayudan a la autosuficiencia; el rescata y la valorización de la

137 Entrevistas con Víctor Perezgrovas Garza, en 26/2/2002, 15/3/2002, 31/3/2002 y 2/6/2002, y Water Lenin Anzueto Anzueto, en 4/4/2020, 30/4/2020 y 23/9/2020.

sabiduría de los antepasados¹³⁸.

Entre 1990 y 1995 sus principales clientes fueron Van Weely (Países Bajos), Hamburg Coffee Company (Alemania), Twin Trading (Reino Unido), Royal Coffee y Paragon Coffee Trading Co. (ambas en Estados Unidos). A partir del ciclo 1995/96 amplió su cartera con Equal Exchange (Estados Unidos) y GEPA (Alemania). Con estos dos importantes clientes se aseguraba unas exportaciones más regulares a lo largo del año y dar salida comercial a un volumen de producción que crecía año tras año.

Majomut estableció relaciones con la organización sin ánimo de lucro belga Terres Solidaires en 1995, fundada un año antes por el campesino agroecológico Jean-François Bavay y el ingeniero agrónomo Yves Sagnart, una de las contrapartes cuya relación perduró más en el tiempo. Como presidente del Fonds Wallon pour l'Agriculture (Fondo Valón para la Agricultura), Bavay había viajado a Chiapas y contempló cómo las mujeres despulpaban a mano el café cereza, lo que les producía heridas en la piel. De la experiencia del viaje surgió la iniciativa de crear Terres Solidaires, que apoyó a Majomut financiando la adquisición de despulpadoras y la construcción de patios de secado.

En 1996 inició proyectos con colectivos de mujeres socias de la organización, coordinados por la ingeniera agrónoma y especialista en desarrollo rural sustentable Edith Cervantes, con la finalidad de fortalecer sus capacidades productivas, entre ellos el de producción de hortalizas orgánicas para el autoconsumo familiar. De acuerdo con Tepox (2019), el proyecto surgió por la preocupación de las mujeres de la organización por causa de la creciente introducción en la región Altos de comida procesada excesivamente calórica, con aditivos y con pésima calidad nutricional.

En el mismo año inició relaciones comerciales con la importadora británica Twin Trading, y el año siguiente editó el libro “Tecnología de café orgánico” y fue parte de las organizaciones que promovieron la fundación de la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos (CERTIMEX). Durante el año 1997, el funcionamiento de Majomut se vio perturbado por la creciente violencia en Los Altos, que afectó primordialmente al municipio de Chenalhó. El suceso más grave fue la masacre que se perpetró sobre la comunidad de Acteal, una comunidad donde la organización tenía numerosos socios, ubicada a menos de 4 kilómetros del almacén y centro de acopio de la Unión Majomut. El 22 de diciembre de 1997, 90 campesinos militantes del PRI, integrados en un grupo paramilitar entrenado y organizado por el Ejército Mexicano, dispararon durante horas contra miembros de la Sociedad Civil Las Abejas¹³⁹. Las víctimas se encontraban haciendo una plegaria por la paz en una iglesia situada

138 Memoria del Segundo Encuentro Estatal de Productores Orgánicos de Chiapas, celebrado en la ciudad de San Cristóbal de las Casas del 8 al 11 de noviembre de 1995, en el marco del Programa De Campesino a Campesino.

139 Organización campesina de Los Altos que compartía las mismas demandas que el EZLN pero renunciaba a la vía armada.

a unos 200 metros de un destacamento de la Policía de Seguridad Pública. El ataque causó la muerte de 45 personas (9 mujeres, 15 niños y 21 hombres), además de 25 heridos¹⁴⁰.

Después de la masacre, la Unión Majomut emprendió proyectos de apoyo a la población desplazada por la violencia paramilitar que se vivía en el municipio de Chenalhó, un municipio en el que el problema de los desplazados adquirió una gran dimensión. Es revelador que el Municipio Autónomo Rebelde Zapatista San Pedro Polhó, en la comunidad de Polhó, fue el municipio zapatista que recibió mayor cantidad de desplazados de guerra, aproximadamente 10.000 personas (Zamora, 2003). La gran cantidad de población desplazada imposibilitó recolectar el café, al haber abandonado sus comunidades, creó un problema humanitario de primer orden y generó una importante presión sobre los recursos naturales de algunas áreas de Chenalhó¹⁴¹.

Las relaciones y proyectos de cooperación al desarrollo con la ong vasca Paz y Tercer Mundo - Hirugarren Mundua eta Bakea (más tarde se llamó Mundubat) se iniciaron en 1998. En el mismo año adquirió un camión con capacidad de carga de tres toneladas para el acopio del café y participó, con el resto de organizaciones de la coordinadora estatal, en la inauguración del Café Museo Café.

El trabajo que se había iniciado en 1996 para hacer frente a un patrón alimentario que se estaba deteriorando por la introducción en Los Altos de alimentos procesados tuvo continuidad en 1999 al impulsar, con colectivos de mujeres de la organización, un proyecto de granjas avícolas colectivas, destinadas al autoconsumo familiar. Se trataba de un proyecto estratégico por la carencia en proteínas que acostumbra a darse entre la población rural de Chiapas. Los proyectos de Majomut destinados a fortalecer la calidad, sostenibilidad y autonomía alimentaria de las familias socias motivaron que en el año 2018 la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) sistematizara la experiencia de Majomut, lo que sirvió para elaborar material didáctico destinado a otras organizaciones de la CLAC¹⁴². La iniciativa de Majomut fue otra evidencia de cómo desde las organizaciones se tuvo una visión más amplia del desarrollo de las comunidades¹⁴³ y del Comercio Justo que desde la dirección de Fairtrade International (Tepox, 2019).

Durante el año 2000 puso en marcha una seleccionadora de café electrónica, una máquina que clasifica los granos de café en desmanches, café para preparación europea y café para preparación americana (que permite mayor número de defectos que la europea), en función

140 Sobre la matanza de Acteal, véase el informe del Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de las Casas (1998), Camino a la masacre. Informe especial sobre Chenalhó.

141 Durante la estancia en Chiapas en el 2002, pudimos conocer la dimensión del problema gracias a Ramón Martínez Coria, asesor del Secretario de Pueblos Indios del gobierno de Chiapas (entrevistas mantenidas en 6/3/2002, 14/3/2002, 21/5/2002 y 10/6/2002).

142 Véase <https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/Memoria-Anual-CLAC-2018.pdf> (consultado el 10/10/2022).

143 Véase en la página web de Majomut el trabajo que viene realizando la organización en relación a la seguridad y la soberanía alimentaria (<https://www.union.majomut.org/proyectos-sociales/soberania-alimentaria/>, consultado el 29/10/2023).

de la demanda de cada cliente. La máquina fue financiada con recursos de la cooperación al desarrollo del gobierno de Cantabria (España). También en el 2000 editó el libro “Café orgánico”, conjuntamente con las organizaciones de Oaxaca CEPCO y UCIRI.

Otra problemática que se detectó fue la imposibilidad de los productores de obtener rentabilidad de sus ahorros. El escaso ahorro de las familias, consideradas individualmente, hacía inviable el desplazamiento hasta San Cristóbal de las Casas para la apertura de una cuenta corriente o algún otro producto financiero. En el año 2002 dio inicio al trabajo para crear el Microbanco Campesino, siguiendo el modelo del que había desarrollado CEPCO en Oaxaca y con el apoyo de un cooperante de Barcelona.

En junio de ese mismo año inauguró las nuevas oficinas de la organización en San Cristóbal de las Casas. Para sufragar la inversión en las nuevas oficinas, Majomut acordó retener 2 pesos por cada kilo de café pergamino entregado por los socios.¹⁴⁴ En enero del 2002 se inauguró el Centro de Capacitación Campesina en el barrio Majomut de la comunidad de Polhó, cuya construcción financió el gobierno de Cantabria. La Figura 3.6 presenta el ritual que acompañó los actos de celebración¹⁴⁵. En las paredes del edificio fue colocada la información que atestiguaba que la construcción había sido posible gracias a la aportación del gobierno cántabro.

Figura 3.6. Inauguración del Centro de Capacitación Campesina de la Unión Majomut en la comunidad de Polhó (enero del 2002)



Fuente: Albert Folch, enero 2002.

144 En el transcurso del trabajo de campo efectuado en el año 2002, tuvimos oportunidad de seguir la fase final de la construcción de las nuevas oficinas, la inauguración y su posterior utilización.

145 La religión de los pueblos indígenas de Chiapas es resultado de un sincretismo entre la religión maya prehispánica y la religión cristiana que impusieron los colonizadores.

A partir del año 2004, Majomut participó en el proyecto “Fortalecimiento de Capacidades de Pequeños Productores de Café Dentro de la Red de Comercio Justo en Mesoamérica”, coordinado por la ong SETEM Catalunya y ejecutado en Chiapas y en diversos países centroamericanos. También tomó parte en la fundación de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC). Un año después adquirió un camión con capacidad de carga de 12 toneladas para el acopio de café y se ejecutó un proyecto de rehabilitación y mejora de viviendas de los socios. En el bienio 2005/2006 llegó al máximo histórico de membresía, con alrededor de 1.500 socios, antes de estallar la crisis que culminó con la salida de la mayoría del equipo técnico. A finales del año 2007, la página web de Majomut aseguraba que “es una organización que agrupa a más de 1.700 familias de productores de café”¹⁴⁶, pero probablemente se trata de una cifra sobredimensionada.

Durante el año 2006 promovió activamente en la CLAC el lanzamiento del sello Símbolo de Pequeños Productores (SPP), que a diferencia de los otros sellos reconocidos por la Organización Mundial del Comercio Justo, es propiedad íntegramente de las organizaciones productoras. En lo sucesivo fue una de las organizaciones de Chiapas que apostó decididamente por esta nueva certificación, como alternativa a las numerosas disfunciones que en el transcurso de los años fue acumulando el funcionamiento de Fairtrade International¹⁴⁷ (véanse Apartados 2.4 y 2.5).

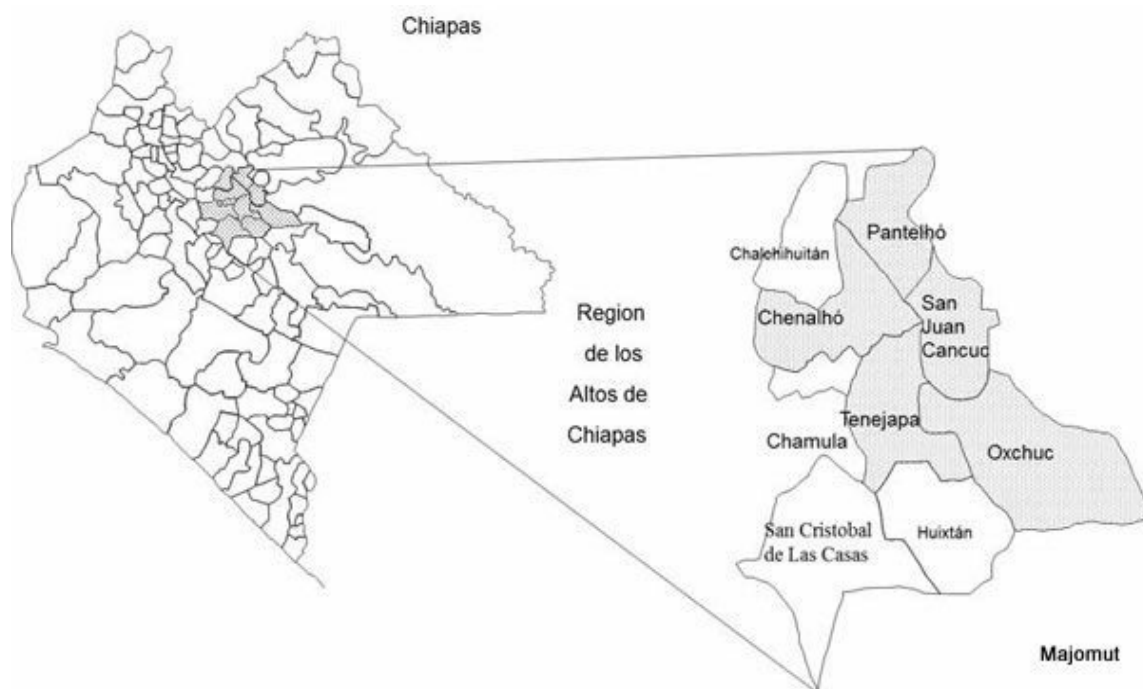
Ya se ha mencionado la dificultad que entrañó para algunas de las cooperativas de Chiapas con mayor número de socios la extensa área geográfica que abarcaban¹⁴⁸. Majomut fue una excepción entre estas cooperativas, puesto que el área donde tenía productores fue más compacta. En el Mapa 3.8 se puede ver que todos los municipios donde tenía productores (municipios sombreados) colindaban con algún otro municipio en que también había consocios de la organización.

146 <https://www.majomut.org/introduccion/intro1.html> (consultado el 20/12/2007).

147 Véanse los subapartados 2.4.3 y 2.4.4.

148 Véase el subapartado 3.5.1.

Mapa 3.8. Municipios de Chiapas con socios de Majomut



Fuente: *30 Aniversario de organización, trabajo, esfuerzo y calidad*, libro editado en 2013 por la Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut con motivo de los treinta años de su fundación.

Desde principios de los años 1990, la producción de café orgánico se erigió en un objetivo estratégico de la organización, y la entrada en el equipo técnico de dos ingenieros agrónomos que provenían de la oficina en San Cristóbal del Instituto Nacional Indigenista (Víctor Perezgrovas y Walter Anzueto), reforzó su consecución. Pese a que la producción de café orgánico comportaba más trabajo derivado de mayores cuidados del cafetal, el balance económico final continuaba siendo favorable para los productores aun valorando una mano de obra que en la mayoría de los casos no comportaba una transacción monetaria porque era mano de obra familiar.

Perezgrovas (1998) completó un valioso estudio comparativo de la rentabilidad económica del café orgánico y del convencional pocos años después de su incorporación a la Unión Majomut como asesor, en un momento en que todavía no habían superado la conversión a orgánico la totalidad de productores de la cooperativa, cosa que ocurrió posteriormente. La Tabla 3.10 permite observar los diferentes rendimientos, en cuanto a peso de los granos de café, correspondientes a los dos métodos productivos, el orgánico y el convencional. La medición de los parámetros de calidad se efectuó mediante muestras estadísticamente representativas, tomadas en los ciclos 1995/96 y 1996/97, de los sacos de café depositados en el almacén de la organización en la comunidad de Polhó.

Tabla 3.10. Diferencia de rendimiento entre café orgánico y tradicional en la Unión Majomut (1995-1997)

	CAFÉ ORGÁNICO			CAFÉ CONVENCIONAL			Orgánico/ Convencional
	1995/96	1996/97	Promedio	1995/96	1996/97	Promedio	
Peso 100 granos pergamino (gr.)	22,35	21,03	21,69	22,00	20,57	21,29	1,87%
Peso 100 granos verde (gr.)	18,65	17,57	18,11	18,60	17,10	17,85	1,44%

Fuente: elaboración propia a partir de Perezgrovas (1998).

Asumiendo un rendimiento medio de 15 quintales de café pergamino por hectárea, que equivalen a 862,5 kilogramos, la diferencia de rendimientos es de unos 3,5 kg. por hectárea. Si tenemos en cuenta el precio al que las cooperativas insertas en el Comercio Justo pagaban el kilo de café pergamino a sus socios, el impacto económico era notable.

No obstante, el impacto era aún más significativo en las mermas debidas a imperfecciones en los granos de café. En el mismo estudio pergeñado por Víctor Perezgrovas, se analizó qué porcentaje de granos presentaban los diferentes defectos que suelen aparecer en los granos de café, que conforman lo que en el sector en México se conoce como ‘desmanches’. En la Tabla 3.11 se pueden ver los resultados que se obtuvieron al comparar los cafés orgánico y convencional.

Tabla 3.11. Diferencia de imperfecciones en los granos de café entre café orgánico y tradicional en la Unión Majomut (1995-1997)

	CAFÉ ORGÁNICO			CAFÉ CONVENCIONAL			Orgánico/ Convencional
	1995/96	1996/97	Promedio	1995/96	1996/97	Promedio	
% Granos manchados	8	1,3	4,65	6,0	3,3	4,65	-
% Granos fermentados	0	0	0	1,0	0	0,5	0,0%
% Granos agrios	0	0	0	0	0	0	-
% Granos añejos	0	0	0	0	0	0	-
% Granos quebrados	0	1	0,5	0	0,3	0,15	333,3%
% Granos caracol	0	1,6	0,8	7,0	7,6	7,3	11,0%
Total imperfecciones (%)	8	3,9	5,95	14,00	11,20	12,6	47,22%

Fuente: elaboración propia a partir de Perezgrovas (1998).

El primer aspecto resaltable de la tabla es que en ambos tipos de café el porcentaje de

defectos es reducido, exceptuando los granos caracol¹⁴⁹ para el café convencional, un defecto que el autor atribuye a disfunciones generadas en la polinización. Se puede inferir que los métodos de mejora en el cultivo y procesado implantados desde el año 1992, año en que Víctor Perezgrovas se incorporó a Majomut y empezó a estructurar el equipo técnico de la organización, estaba dando resultados en la calidad del café. La considerable disminución de defectos en la cosecha 1996/97 respecto a la anterior, más importante en el café orgánico, lo corrobora. Siguiendo un razonamiento análogo al utilizado para la Tabla 3.10, partiendo de un rendimiento por hectárea de 15 quintales de café pergamino, pasar de un porcentaje de defectos del 8% al 3,9% suponía una reducción de 35,5 kilos de café dañado por hectárea, una cifra que sólo cabe calificar como muy relevante.

Estas mejoras en los rendimientos y en la calidad exigían un mayor esfuerzo en horas de trabajo de las familias campesinas. Se mencionó anteriormente que el trabajo familiar no comporta desembolsos monetarios (sí que los ocasiona el contratar personas que ayuden en la época de cosecha, a veces integrantes de la misma comunidad); pero el análisis de ingresos y gastos de Perezgrovas, en este caso basado en el estudio de caso efectuado por el economista José Carlos González Núñez del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey-Campus Estado de México, valoró las horas de trabajo empleadas en la producción de ambos tipos de café. Para evaluar la rentabilidad económica de ambas modalidades de café se completaron 24 encuestas en las comunidades de Takiukum y Polhó. En cada comunidad la mitad de los encuestados ya estaban certificados como productores orgánicos y la otra mitad seguían produciendo café convencional. En el ciclo 1995/96 se levantó la primera encuesta y se repitió en el ciclo 1996/97. A partir de ellas se hizo una proyección de cinco ciclos productivos y se calculó el Valor Actual Neto (VAN), con una tasa de descuento del 12%, para los ingresos y gastos de cada tipología de café. El resumen de la evolución de los ingresos y gastos, el beneficio y el Valor Actual Neto se detalla en la Tabla 3.12.

Tabla 3.12. Ingresos, costes, beneficios y Valor Actual Neto de la producción de café orgánico y tradicional en la Unión Majomut (1995-1997) (*)

	Ingresos Totales	Costes Totales	Beneficio	VAN
ORGÁNICO	54.120	8.135	45.985	31.819,3
CONVENCIONAL	33.000	3.825	29.175	21.054,6

Fuente: elaboración propia con datos de Perezgrovas (1998).

(*) En nuestros cálculos obtenemos unos valores del VAN algo diferentes a los del autor.

La metodología de haber valorado el coste de la mano de obra implicó que los costes de producción del café orgánico excedían los del café convencional en 4.310 pesos mexicanos. Sin embargo, los mejores precios del café orgánico, los mayores rendimientos y las mermas sustancialmente menores por granos defectuosos comportaron que los ingresos del café orgánico excedieran los del convencional en 21.120 pesos. El resultado fue un VAN un 51%

149 El café denominado caracol, o caracolillo, es aquel en que el fruto del café sólo contiene un grano en lugar de dos y ese grano no cuenta con la parte plana. Por haber crecido solo adopta una forma esférica y toma una curvatura de donde proviene su denominación.

superior para el café orgánico. Asimismo hay que tener presente que el mayor uso de trabajo familiar exigido por el cultivo orgánico tenía efectos muy positivos, como el freno a la emigración en un contexto de escasez de tierra (por su continua atomización al pasar de padres a hijos) y excedentes de mano de obra¹⁵⁰.

El conjunto de beneficios analizados comportó que, durante muchos años, Majomut contara con más de mil socios y llegara a tener alrededor de mil quinientos entre los años 2005 y 2006. La crisis que se desató a finales del 2006 y algunos errores de gestión posteriores ocasionaron una reducción en el número de socios que, en los últimos años, se ha estabilizado algo por debajo de los mil socios. Durante el primer trimestre del 2018 la membresía había descendido a 974 socios¹⁵¹. En la actualidad la cifra se sitúa ‘cerca de 1.000’, con lo que lo más probable es que en los últimos años no se hayan producido grandes oscilaciones¹⁵².

La Unión de Ejidos de la Selva (UES) comparte con Majomut el pertenecer al reducido grupo de cooperativas que superaron ampliamente el millar de socios y lo hicieron durante un muy amplio periodo de tiempo. La UES fue la organización mexicana pionera en la estrategia de abrir al público cafeterías que también fungían como expendio de café tostado. El conflicto entre el EZLN y el Estado mexicano le afectó de forma diferente. Mientras que en Majomut la gran mayoría de su base social era favorable a la causa zapatista, en la UES los socios partidarios de la lucha armada abandonaron la organización. Al contrario que otras organizaciones, no padeció de forma tan severa el asedio del ejército y los escuadrones paramilitares, pero sí que sufrió conflictos causados por la disputa de tierras, algunos de ellos entre socios de la UES y bases del EZLN.

A diferencia de Majomut, que se fundó como una organización enfocada hacia la apropiación del proceso productivo, la Unión de Ejidos de la Selva (UES) nació de las luchas campesinas por la tierra. En 1980 un conflicto interno en Tierra y Libertad desembocó en la separación de cuatro comunidades, que iniciaron la formación de la Unión de Ejidos de la Selva con el apoyo de Ignacio Simón, un asesor que vivía en la región Selva¹⁵³. Más tarde creció hacia el interior de la selva con la incorporación de otras 18 comunidades. En la recién constituida organización existían tres objetivos básicos, que fueron denominados tierra, camino y café. La regularización de la tierra estaba relacionada con procesos inconclusos de regularización bajo el régimen ejidal, falta de documentación agraria y mala delimitación de parcelas, a causa del clientelismo político y el exceso de burocracia de las instituciones públicas con competencias en materia agraria. Durante sus primeros años de existencia, la organización logró el acceso a la tierra para sus socios y que sus parcelas fueran registradas oficialmente con los nombres de los miembros de la organización. La expresión “camino”

150 Sobre la capacidad del café de Comercio Justo y orgánico para aplacar la presión migratoria, existe un revelador documento inédito de la organización Tzotzilotic Tzobolotic, Panorama social y económico en nuestras comunidades y ejidos del municipio El Bosque, Chiapas, México (circa 2017).

151 Comunicación personal de Ángel Burgos Barreto, técnico de Coopcafé, el 19/3/2018.

152 Véase <https://www.union.majomut.org/majomut/nuestra-historia/> (consultada el 27/9/2023).

153 Véase el subapartado 3.4.2.

tenía que ver con la reivindicación de más vías de comunicación que conectaran las comunidades con las cabeceras municipales. El tercer objetivo reivindicaba mejoras en la producción y comercialización del café (Estrada, 2006). Asimismo se incorporó a la organización José Eudoxio Juárez Varela, ingeniero agrónomo de la Escuela Nacional de Agricultura de Chapingo, quien ha ejercido de coordinador general hasta la actualidad.

En 1988 participó en la fundación de la ARIC Unión de Uniones como organización que ya formaba parte de su precursora, la Unión de Uniones y Sociedades Campesinas de Chiapas. Dentro de la ARIC desarrolló una estrategia productiva y comercial diferenciada. La UES se planteó la pregunta de si era posible sobrevivir y desarrollarse con los recursos disponibles en sus comunidades. Los productores llegaron a la conclusión de que sí lo era, por la fuerza de su tradición cultural y el fuerte apego que sentían hacia su tierra. Esto llevó a replantear la pregunta: ¿qué se podía hacer para continuar viviendo en su tierra con dignidad y utilizar lo más eficientemente posible los recursos de que disponían? (Juárez Varela, 2005).

La UES comenzó a intercambiar ideas y experiencias con otras comunidades y renovó su interés por la manera en que habían vivido sus padres y abuelos. A partir de ahí se acordó una línea de actuación clara: era necesario rediseñar su modelo de desarrollo para que se basara en los cuatro principios de: recuperación de la identidad y tradición cultural, autosuficiencia y reducción de inputs externos, garantizar la disponibilidad de alimentos sanos y comercialización al margen de los tradicionales intermediarios que imponían condiciones abusivas. El camino crítico pasaba por involucrarse más intensamente en el cultivo del café, que era el cultivo comercial que ofrecía una mejor perspectiva.

La organización adolecía de falta de asistencia técnica, cafetales con una antigüedad media de treinta a cuarenta años, baja productividad y deficientes vías de comunicación desde las comunidades y ejidos. Los dirigentes exhortaron a los socios a la reconversión hacia el café orgánico, lo que ofrecería cuatro importantes ganancias: reducción de los costes de producción al prescindir de los fertilizantes químicos, mejores precios a los que se pagaba el café orgánico, parcelas más sanas y productivas gracias a la producción orgánica y, por último, fortalecimiento de la cohesión social, ya que la preparación de los fertilizantes orgánicos requería de una mayor participación y trabajo conjunto (Harvey, 2000).

En los debates que se mantenían, se estuvo de acuerdo en que no tenía sentido continuar con el modelo convencional basado en variedades de alto rendimiento y un gran uso de agroquímicos. Los productores tenían explotaciones muy pequeñas y no podían competir en el mercado comercializando grandes cantidades, sino vendiendo el café al mejor precio posible. Los agrónomos de la UES capacitaron a un cierto número de socios en la forma de producción orgánica, que a su vez tenían la responsabilidad de transmitir lo aprendido en sus ejidos y comunidades. Los productores comenzaron a regular con más precisión la sombra y a elaborar compost para la fertilización. En colaboración con El Colegio de la Frontera Sur, se utilizó el hongo entomopatógeno *Beauveria bassiana* para combatir de forma ecológica

la plaga de la broca (PNUD, 2012). En la transición hacia el café orgánico y la inserción en el Comercio Justo tuvo el apoyo de UCIRI, que brindó capacitación técnica sobre el sentido de la agroecología, las opciones existentes de certificación orgánica y los procedimientos y normativa para conseguirla. Asimismo les puso en contacto con clientes de países importadores¹⁵⁴.

La supresión de los agroquímicos no sólo redujo los costes monetarios, sino que los rendimientos despegaron desde los 184 kilogramos por hectárea a que habían caído a finales de los años 1980 y principios de la siguiente década, hasta casi 700 kilogramos a principios del siglo XXI. El manejo de la sombra y la elaboración de fertilizantes orgánicos evolucionaron hacia la agricultura orgánica y a principios de los años 1990 obtuvo la certificación de Naturland y de la Organic Crop Improvement Association (OCIA) de Estados Unidos (Juárez Varela, 2005).

La estrategia implantada la llevó a ser una de las primeras organizaciones de Chiapas que estableció relación, por medio de UCIRI, con la recién creada organización certificadora neerlandesa Max Havelaar. Fue a través de UCIRI que pudo efectuar su primera exportación y que estableció contacto con esta certificadora. Empezó a trabajar bajo el esquema de Max Havelaar en la cosecha 1988/89 (Harvey, 2000), lo que le permitió ser la organización cafetalera que mejor resistió la crisis de 1989 dentro de la extensa región de la Diócesis de San Cristóbal. El vínculo con Max Havelaar se consolidó con la incorporación de Olga van der Valk como responsable de comercialización.

En 1990 creó, junto con afiliados locales de SOCAMA, CNC y CIOAC, y otras cooperativas no encuadradas en ellas, la organización regional Unión de Productores de Café de la Frontera Sur (UNCAFESUR). El Instituto Nacional Indigenista (INI) apoyó la concesión de un préstamo a UNCAFESUR, con recursos del programa PRONASOL, para comprar una planta procesadora del INMECAFE en Comitán de Domínguez que había quedado ociosa. Como represalia, el gobernador José Patrocinio González-Blanco Garrido, aliado de los grandes productores y que siempre mostró una clara animadversión hacia los movimientos campesinos autónomos, forzó la dimisión del director del Centro Coordinador Tojolabal del INI (Harvey, 2000; Montellano, 2015). La planta era utilizada para transformar el café pergamino en café verde por las organizaciones: Unión de Ejidos de la Selva, Unión de Productores de Café Juan Sabines, Tiemelonlá Nich Klum, Unión de Ejidos Maravilla Tenejapa, Montebello, El Brasilito y El Triunfo (González Cabañas, 2003). Más adelante fue gestionada por la UES y se amplió el número de organizaciones de los municipios de Comitán, Frontera Comalapa, La Independencia, La Trinitaria, Las Margaritas y Ocosingo que utilizaban la planta, las cuales pagaban por su utilización en función del volumen procesado o bien le vendían el café para ser transformado y comercializado por UNCAFESUR. Ha continuado funcionando hasta ahora y sigue prestando el servicio de procesado a cooperativas, empresas y productores

154 Entrevista con José Juárez Varela, en 23/10/2023.

individuales, pero en la actualidad no compra ni vende café¹⁵⁵.

La membresía de la UES quedó altamente afectada por la conflictividad que se vivió en Chiapas a partir de los años 1980. La irrupción de las Fuerzas de Liberación Nacional en 1983 había tenido un impacto muy importante en una organización en la que la práctica totalidad de sus socios vivían en la zona donde más campesinos estaba reclutando el incipiente movimiento guerrillero. En el momento del alzamiento de la guerrilla en enero de 1994, aproximadamente la mitad de los socios, que ya eran integrantes del EZLN, abandonó la organización. Los participantes en la insurrección concebían la UES para alcanzar profundos cambios sociales y políticos, no únicamente para obtener mejores precios por el café producido. La penetración de los guerrilleros en las comunidades y el proselitismo ideológico en ellas y con los catequistas y líderes campesinos, canalizaron la frustración de los insatisfechos con las consecuencias colectivas.

En esa tesitura, la UES mantuvo su postura de organización cafetalera sin afiliación política y de respeto por todos los pequeños productores. Un hecho observable es que, a partir de 1994, la UES fue disminuyendo su coordinación con el resto de cooperativas de Chiapas y su participación en la CNOC. Aunque quiso mantener una actitud neutral ante el conflicto entre el EZLN y el Estado mexicano, en lo sucesivo se granjeó una reputación de antizapatista y de haber apoyado la contrainsurgencia, un conflicto que se originó esencialmente por disputas por la tierra, cuestión siempre presente y nunca resuelta en Chiapas. Durante la masiva ocupación de tierras que se produjo a partir de 1994, los zapatistas no titularizaron las tierras que ocupaban. El gobierno mexicano utilizó la titularización de tierras, incluso las colectivas, como estrategia contrainsurgente, lo que desembocó en conflictos entre socios de la UES y bases del EZLN¹⁵⁶.

La divergencia entre el EZLN y la UES volvió a emerger cuando la organización zapatista lanzó “La Otra Campaña” en junio del 2005, una iniciativa de movilización popular que perseguía forjar alianzas con amplios colectivos sociales. Integrantes de La Otra Campaña llamaron a un boicot de las catorce cafeterías que en aquel momento la UES tenía en Chiapas, Ciudad de México y otros estados de la República. El presidente de la UES, Arturo Jiménez Hernández, propuso una mesa de diálogo en la que ejerciera de mediador el obispo de la Diócesis de San Cristóbal. El conflicto se originó en el ejido Nuevo Gracias a Dios (municipio de Las Margaritas), cuyas tierras habían pertenecido al gobernador Absalón Castellanos Domínguez. En 1994 fueron ocupadas por campesinos zapatistas, que posteriormente fueron desalojados, y fueron reocupadas por campesinos de la UES, que sí las titularizaron. En una comparecencia pública, el presidente de la UES mostró una fotocopia de la escritura pública

155 Comunicación personal de José Eudoxio Juárez Varela, coordinador de Unión de Ejidos de la Selva, el 22/9/2023.

156 Entrevista con Iñaki García García, coordinador del colectivo El Lokal en Barcelona y responsable de las brigadas solidarias que anualmente se desplazaban a Chiapas para convivir en comunidades zapatistas, en 26/01/2022.

del año 2003 que corroboraba que dichas tierras habían sido registradas por productores de la UES (Pérez Uribe, 2008). Si bien la UES claramente no era una organización prozapatista y nunca mostró apoyo al EZLN, probablemente la acusación de contrainsurgente, formulada desde el EZLN y ámbitos próximos a él o simpatizantes con el movimiento zapatista, era desproporcionada, por tratarse de una categoría a la que sí pertenecían indudablemente grupos paramilitares extremadamente violentos y presidentes municipales del PRI coaligados con grupos violentos.

En 1994 se creó la línea de negocio La Selva Café, que inauguró su primera cafetería en San Cristóbal de las Casas, un hecho que no tenía precedentes entre las organizaciones de pequeños productores de café. Esto abrió un canal de venta del café con costes logísticos muy inferiores a los que comportaba la exportación y contribuyó, junto con otras experiencias similares que más tarde se crearon a lo largo y ancho del país por parte de otras organizaciones de pequeños productores, a ir creando entre los consumidores mexicanos una cultura del café de calidad que, todavía en los años 1990 y primera década de este siglo, era prácticamente inexistente, dado el elevadísimo consumo de café soluble con múltiples aditivos y saborizantes¹⁵⁷. Eran establecimientos bajo el régimen de franquicia que contractualmente tenían estipulado que debían adquirir el café exclusivamente a la UES. A lo largo de los últimos treinta años, llegaron a existir 18 establecimientos con la marca Café La Selva, de los cuales dos en Chiapas y once en Ciudad de México¹⁵⁸. La apertura de cafeterías llevó en 1995 a crear dos sociedades con dos actividades diferenciadas: Fomento Industrial Tenam, dedicada a la exportación y a los clientes nacionales; y La Selva Café, que gestionaba el suministro a las cafeterías. El negocio de las cafeterías tuvo la virtud de garantizar unos ingresos más regulares a la organización. También se diversificaron las marcas bajo las que se empaquetaba el café, con diferentes calidades y precios, y se empezó a elaborar café soluble liofilizado y café descafeinado. La línea de negocio de las cafeterías-expendio de café obtuvo en el año 2002 el premio New Ventures otorgado por el World Resources Institute para actividades emprendedoras en países en desarrollo. El reconocimiento definía La Selva Café como una sólida propuesta de responsabilidad social y sostenibilidad ecológica¹⁵⁹.

Al finalizar la cosecha 1998/99, se descubrió que no se había satisfecho el pedido de café de uno de los más antiguos clientes de la UES en Países Bajos. Además, la UES había cobrado un anticipo del 60% de la cosecha que no tenía liquidez para retornar, lo que denotaba graves deficiencias en el funcionamiento administrativo y contable. FLO envió un auditor en el otoño de 1999, quien estuvo seis meses revisando los estados financieros y económicos de

157 Durante el trabajo de campo llevado a cabo en el año 2002 se pudo comprobar que el café soluble era la modalidad que dominaba de forma apabullante el café que se servía en los establecimientos abiertos al público. En las estancias en 2016 y 2017, la situación había cambiado radicalmente.

158 Véase Tabla 3.15.

159 En las diferentes estancias en San Cristóbal de las Casas se comprobó que la cafetería Café La Selva registraba continuamente una elevada afluencia de clientes, favorecida por la ubicación en un lugar céntrico de la ciudad. Lo mismo se pudo observar en las cafeterías en Tlalpan y Coyoacán en Ciudad de México.

la UES. En octubre de 1999 un grupo de técnicos y empleados, liderados por Olga van der Valk y Delmar López Morales, hicieron saber que abandonaban la UES y que en lo sucesivo prestarían sus servicios como un despacho externo de asesoría denominado Kaffee, S.C. Se añadió un nuevo foco de tensión cuando el auditor de FLO, excediéndose en sus atribuciones, conminó a la directiva de la UES a que cedieran al despacho externo la gestión de la cooperativa, y amenazó con la expulsión de FLO si no seguían la consigna (González Cabañas, 2002 y 2003). La pérdida del sello FLO revistió gravedad para una organización que exportaba dos tercios de su producción a países como Dinamarca, Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Canadá o Estados Unidos.

A la pérdida del sello FLO se le añadió que la salida de los técnicos acarreó la de 42 socios de la comunidad Cruz del Rosario, una de las que había constituido la organización en 1980. Conjuntamente con un centenar de socios de otras dos comunidades, también del municipio de Las Margaritas, los productores salientes fundaron en el 2000 la organización Flor del Cafetal y originaron un conflicto añadido: de quién debía ser la propiedad del almacén y de la planta de procesamiento propiedad de UNCAFESUR y gestionada por la UES. El Instituto Nacional Indigenista, que había apoyado la adquisición de la planta de procesamiento, intervino y dictaminó que, dado que la UES aportaba el 90% del volumen del café, sería la propietaria de ambas instalaciones (González Cabañas, 2003). Otra consecuencia de la ruptura fue la creación de la Comercializadora Más Café, gestionada por el despacho Kaffee, S.C. e integrada inicialmente por Flor del Cafetal y otras siete cooperativas, entre ellas algunas de las que habían utilizado con más asiduidad la planta procesadora de café pergamino.

La UES consideró que, si a finales de los años 1980 ya había colegido que sólo podía competir en el mercado con café de calidad, en ese momento del cambio de siglo, con los mercados mundiales inundados de cafés muy baratos como los de Vietnam, Indonesia o el Robusta de Brasil, con mayor motivo tenía que redoblar la apuesta por el modelo que había seguido hasta entonces. Implantó protocolos de control administrativo y pudo garantizar la continuidad de un numeroso colectivo de socios fundadores, quienes mantuvieron la fidelidad al coordinador, José Juárez Varela. A finales de 1999 se reconstituyó como Unión de Sociedades de la Selva, Federación de Sociedades de Solidaridad Social (PNUD, 2012). La nueva forma jurídica tenía el propósito de otorgar representatividad a los hijos de los ejidatarios y vecindados, que no la tenían bajo la figura de la Unión de Ejidos. En julio de 2001, 328 productores de ocho comunidades y ejidos de los municipios de Las Margaritas y La Trinitaria pidieron reingresar en la organización. Pertenecían a la Sociedad Cooperativa Flor de Chiapas, con sede social en Comitán igual que la UES, y habían abandonado la UES en 1994 para incorporarse al movimiento zapatista (González Cabañas, 2002) (el resto de los productores de Flor de Chiapas acabaron integrados en la cooperativa Tojtzotze Li Maya). Con el cambio de siglo la membresía de la UES oscilaba alrededor de los 940 socios, residentes en los municipios de Ocosingo, Las Margaritas, La Trinitaria, La Independencia, Bella

Cista, Siltepec, Chicomuselo y Oxchuc¹⁶⁰. El área que abarcaban los productores de la UES era, por lo tanto, muy considerable, aunque no tan dispersa como la de la FIECH o como lo había llegado a ser la de ISMAM.

Un porcentaje de los beneficios se destinaba a las comunidades para reinvertirse en la producción de café y en actividades que beneficiaran al colectivo como mejoras en la infraestructura, salud y educación. Uno de esos proyectos consistió en un centro educativo para las mujeres que ofrecía clases de lectura y formación en derechos humanos. También aprendieron a elaborar las galletas que se servían con el café en la cadena de cafeterías. Pese a los avances conseguidos, a principios del siglo XXI en la organización se tenían presentes las carencias que persistían: mejorar la productividad manteniendo la producción orgánica, creación de empleo para los jóvenes y seguir progresando en la calidad de los servicios sociales que se ofrecían a sus socias y socios (Juárez Varela, 2005).

La marcha de algunos técnicos y de casi 200 socios, que fundaron la cooperativa Montañas Chiapanecas en 2018, fue un descalabro del que la UES no se ha recuperado. Entre las comunidades que abandonaron la UES estaba una de las fundadoras, Nuevo Momón (Las Margaritas). No fue casualidad que los fundadores de Montañas Chiapanecas definieran el relevo generacional y la equidad de género como dos ejes fundamentales, no solamente por las discrepancias que hayan tenido dentro de la UES, sino porque se está conformando una generación de gestores y productores más jóvenes que se ha dado cuenta del gran potencial desaprovechado y el déficit democrático que implican la poca participación de los jóvenes y las mujeres.

La disminución del número de productores de la UES, y consiguientemente del volumen de producción, conllevaron que determinados costes se hicieron más gravosos en términos unitarios. En el análisis de los precios unitarios que los diferentes tipos de café permitieron pagar a los productores de la UES en el ciclo 2018/2019¹⁶¹, se podía observar que el bajo volumen de producción impedía la generación de mayores economías de escala. La Tabla 3.13 ofrece un análisis pormenorizado de los precios que la UES pagó a sus productores por un kilogramo de café pergamino en dicho ciclo, en función del canal por el que la organización vendió el café.

160 Entrevista con José Eudoxio Juárez Varela, coordinador general de la Unión de Ejidos la Selva, en 25/11/2020.

161 Datos proporcionados por José Juárez en 27/11/2020.

Tabla 3.13. Precios pagados por la Unión de Ejidos de la Selva a sus socios por 1kg de café pergamino, en función del canal de comercialización, cosecha 2018/19 (en pesos mexicanos/kg)

	ARÁBICA LAVADO	Precio Venta	Gastos Operativos	Margen	Gastos Financieros	Pagado a productor
NO TOSTADO	Convencional	30,5	1,83	28,67	0,61	28,06
	Comercio Justo	37	4,44	32,56	1,85	30,71
	Orgánico	45	4,95	40,05	1,8	38,25
	C.Justo y Orgánico	51	9,18	41,82	5,1	36,72
TOSTADO	Tostado (CJ y Org.)	89,6	31,36	58,24	9,86	48,38
	Café en taza	220	143	77	26,4	50,6

Fuente: elaboración propia con datos proporcionados por Unión de Ejidos La Selva.

Como puede observarse, el precio pagado a los productores por el café certificado, con uno o ambos sellos, fue algo inferior al que pagaban en aquellos años otras cooperativas¹⁶². Se aprecia la gran diferencia en valor añadido del café certificado respecto al convencional. Pero la diferencia se incrementa considerablemente cuando el grado de procesado comporta tostar el café. Si el precio de venta con ambas certificaciones pero no tostado excedió al del convencional en un 67%, el café con las dos certificaciones y además tostado lo hizo en un 194% y el café servido en alguna de las cafeterías Café La Selva en un 621%. No obstante, si se contempla el precio pagado al productor tras restar los gastos operativos y financieros, las diferencias se hacen mucho menores, debido a los costes mucho mayores implicados en la transformación, certificación y sistemas de control, que a su vez conllevan mayores gastos financieros. Descontados estos gastos, vemos que el precio pagado al productor por 1 kilogramo de café con la doble certificación excedió al convencional en un 31%, el café tostado (también con las dos certificaciones) en un 72% y, en el caso de del café servido en taza en las cafeterías, el precio pagado al productor superó al convencional en un 80%. La causa de que las diferencias porcentuales en los precios pagados a los productores fueran mucho menores que en los precios recibidos por la organización radicaba en unos costes unitarios muy superiores.

Resulta llamativo que el precio pagado al productor por el café con la doble certificación fue inferior al pagado por el café con la certificación únicamente orgánica. El motivo estuvo relacionado, de nuevo, con las economías de escala. En un ciclo, el 2018/19, en el que el volumen del café con las dos certificaciones fue reducido, los costes unitarios por kilogramo se elevaron mucho. Vemos que los gastos operativos por kilogramo del café con ambas certificaciones multiplicaron por 1,9 a los gastos operativos unitarios del café únicamente orgánico. Algo parecido ocurrió con los gastos financieros imputados al café con las dos certificaciones, que multiplicaron por 2,8 los gastos financieros del café con tan solo la

¹⁶² Véase el subapartado 3.5.5.

certificación orgánica. El resultado, paradójico, terminó siendo un precio algo más favorable del café con sólo una certificación, la orgánica. La metodología utilizada consistió en que al ingreso recibido por cada tipo de café se le restaban los gastos imputables a ese café, lo que determinaba el precio que se les pagaba a los productores según qué tipo de café habían entregado a la organización.

Pese a todo, debe adoptarse una cierta prudencia con los datos de la Tabla 3.13, ya que son la fotografía de un ciclo, el 2018/19, en el que los productores no se habían recuperado plenamente de los efectos de la roya y los rendimientos seguían siendo menores que los anteriores a la plaga. Con una mayor producción los costes unitarios se reducían considerablemente. En la entrevista mantenida con José Juárez, enfatizó la necesidad de elevar la escala para ganar eficiencia y rentabilidad, ya que los costes administrativos, comerciales, de certificación y de fomento a la producción son elevados y, bajo el esquema de las certificaciones, las cooperativas que no tenían un gran volumen se estaban volviendo inviables. Para la UES tenía calculado el punto de equilibrio, en el que se igualan ingresos y gastos, en unos 15.000 sacos. Agregó que el sistema de las certificaciones, tal como estaba funcionando, beneficiaba primordialmente a una élite de cooperativas grandes. En su visión la UES quedaba excluida de esa élite¹⁶³.

El hecho de que el coordinador general de la UES la excluyera del grupo de las cooperativas con mayor dimensión, se puede relacionar con varios indicios que parecen revelar una notable pérdida de base social y de volumen de producción. Además de la muy escasa actividad que se observa en los últimos años en la sede social situada en la carretera de Comitán a La Trinitaria, en otros tiempos con un continuado trasiego de personas, vehículos y camiones, también ha habido, desde la pandemia de COVID-19, una notable reducción en la actividad de las cafeterías. Lo que sí llama poderosamente la atención es que la UES resistió los problemas internos y externos que le originó la insurrección zapatista, si bien a partir de 1994 redujo la coordinación con las organizaciones pioneras. También se pudo reponer a la pérdida del sello FLO, uno de los activos intangibles más valiosos que poseen las organizaciones cafetaleras; pero ha quedado seriamente dañada por la marcha de técnicos y la correspondiente marcha de socios, ya que las divisiones en el seno del equipo técnico se han entrelazado con la marcha de productores hacia otras organizaciones.

En este subapartado hemos analizado dos casos de organizaciones con más de cuatro décadas de existencia, y cómo sobrellevaron los momentos de crisis que se les presentaron. La situación actual indica que, en el largo plazo, la Unión Majomut se pudo sobreponer mejor a las dificultades que afrontó, mientras que la Unión de Ejidos la Selva se ha ido quedando

163 En Chiapas, progresivamente se está utilizando más el término ‘élite’ para referirse a las cooperativas, normalmente las más antiguas aunque no únicamente, casi siempre con un número muy elevado de socios, que están acaparando los beneficios de las certificaciones y de los mercados de Comercio Justo y orgánico, que son finitos y no pueden dar cabida a la producción de todas las organizaciones de pequeños productores. Lo llamativo del caso de la UES es que, a priori, reunía todas las condiciones para continuar dentro de esa ‘élite’.

progresivamente aislada y con menos capacidad de reacción ante las circunstancias externas. Una causa de ello es que Majomut supo mantener una estructura más democrática y participativa. Sin embargo, Majomut nunca volvió a los niveles de base social, volumen de producción e incidencia política que tuvo bajo el equipo técnico que la coordinó entre 1992 y 2006.

Hemos visto que el devenir de ambas organizaciones quedó muy condicionado por las rupturas que se produjeron en los respectivos equipos técnicos. En el caso de Majomut, ocasionó la marcha de un equipo brillante que a su cualificación técnica, que había permitido superar una etapa en la que la organización estuvo cerca del cierre y hacerla crecer hasta ser una de las más grandes de México, añadió una producción académica muy valiosa. En La Selva, la salida de diferentes personas del equipo técnico estuvo ligada a la de algunas de las comunidades fundadoras, un hecho que necesariamente tuvo que ser doloroso para la organización, aunado a que supuso la marcha de un importante contingente de socios.

A fuerza de haberse repetido el fenómeno de las escisiones de equipos técnicos tantas veces y en tantas cooperativas de Chiapas, de nuevo pone sobre la mesa el debate sobre la gobernabilidad de las organizaciones de pequeños productores de café de Chiapas y sobre los mecanismos de su control democrático, que no resultan de fácil aplicación ni siquiera cuando existen, al menos sobre el papel. Se trata de una cuestión cuya resolución es difícil, ya que la capacidad de liderazgo, los conocimientos y la muy larga experiencia de algunos asesores no son fácilmente sustituibles. Esto se complejiza aún más por los vínculos personales que se crean entre los asesores y un sector de los socios productores como delegados de las comunidades, directivos, etc. Más preocupante, si cabe, es que el método con que se consumó alguna renovación del equipo técnico, como la que ocurrió en Majomut, no fue un ejercicio democrático de soberanía ejercida por los socios, sino un acto de toma de poder por la fracción del equipo técnico que permaneció en la organización. Esto nos remite a lo explicado en el subapartado 3.5.2, y es que eran organizaciones que se habían vuelto muy atractivas para personas con ambiciones personales y/o profesionales.

A pesar de las vicisitudes que atravesaron las organizaciones, para los socios productores el pertenecer a ellas les proporcionó formación y capacitación, participar en proyectos de cooperación al desarrollo, infraestructura de procesamiento del café con la que generar mayor valor añadido, certificación orgánica y de Comercio Justo, acceso a los mercados en condiciones favorables, estabilidad en la relación con los clientes y las contrapartes, y precios superiores a los ofrecidos por los intermediarios. En el siguiente subapartado se aborda la cuestión de la comercialización de las cooperativas en el Comercio Justo.

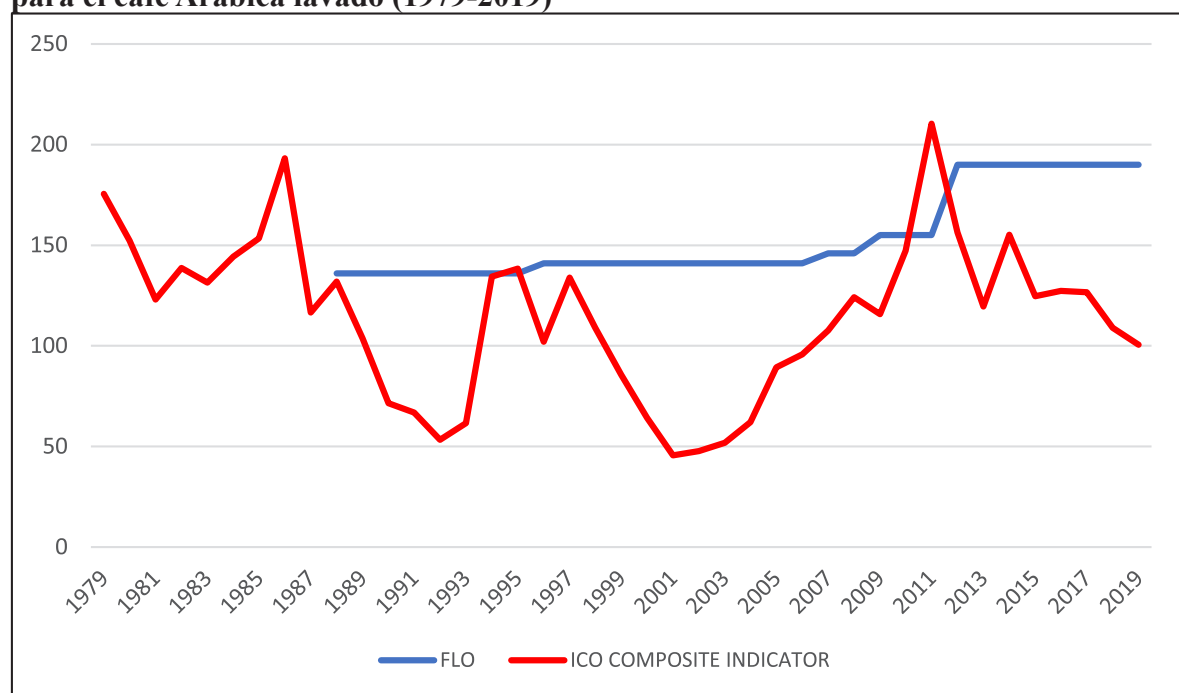
3.5.6 La comercialización de las cooperativas a través del Comercio Justo

La grave caída de precios que se produjo a finales de los años 1980 y primeros años de la siguiente década, en el caso de Chiapas sumó nuevos incentivos al proceso organizativo y de autogestión que se había iniciado tras las luchas campesinas de los años 1970. Tanto los

precios más favorables como el incremento de las ventas en los canales alternativos fueron un acicate crucial para las cooperativas de pequeños productores de café. Roozen y Vanderhoff (2002) señalaron que los mayores precios del Comercio Justo perdían eficacia si no iban acompañados de un crecimiento de las ventas que evitase a las cooperativas tener que seguir vendiendo una parte de su producción en los mercados convencionales. Como se vio en el Capítulo 2, la voluntad de aumentar el volumen de las ventas condujo a idear las certificaciones para permitir el salto del café equitativo a los canales comerciales mainstream.

Los precios obtenidos por la venta del café en los mercados de Comercio Justo y orgánico, que en coyunturas de bajos precios internacionales del café podían llegar a más que doblar los precios del café convencional pagados por los intermediarios, fueron sin duda un factor fundamental en la expansión del movimiento cooperativo, pero no el único. La mayor calidad del café producido y los mejores rendimientos que se obtenían al generarse menos mermas y menos granos de café defectuosos, reforzaban las ventajas económicas de los mayores precios que se obtenían dentro del Comercio Justo. El Gráfico 3.6 presenta la evolución de los precios de referencia mínimos de FLO-Fairtrade International para el café Arábica lavado con la doble certificación orgánica y de Comercio Justo y del precio ICO Composite Indicator (media ponderada de los cuatro grupos de café).

Gráfico 3.6. Evolución comparada del precio de mercado y del precio mínimo de FLO para el café Arábica lavado (1979-2019)



Fuente: elaboración propia con datos de Bacon (2010), Fairtrade International (2019b y 2022a) y <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/3c-indicator-prices.pdf> (consultado el 30/9/2023).

Un primer elemento destacable del gráfico es la estabilidad de los precios de FLO en relación a los del mercado, si bien para los pequeños productores y sus organizaciones hubiera sido deseable una actualización al alza más frecuente. Se comprueba, para los periodos de crisis por exceso de oferta, cómo se ensancha el diferencial entre los precios del mercado y

los del Comercio Justo. La diferencia es muy notoria en los periodos 1989-1993, 1999-2006 y nuevamente a partir del año 2015. En los años 2001 y 2002 el precio de FLO triplicó al del mercado internacional. En el bienio 2018/2019, en una nueva coyuntura de precios del café en pronunciada caída, el precio de FLO casi duplicaba al de los mercados. En el caso de México, el abrupto descenso de los precios que se produjo a partir de 1989 provocó la quiebra de la práctica totalidad de organizaciones de pequeños productores que exportaban café convencional. En el transcurso de los años 1990, sólo permanecieron como exportadoras las organizaciones que se orientaron hacia el café orgánico y el Comercio Justo (Celis, 2019d).

Las exportaciones de las organizaciones de pequeños productores no hubieran sido posibles sin la labor de sus contrapartes europeas y norteamericanas. Desde las primeras exportaciones de UCIRI a mediados de los años 1980, tres importadoras europeas alcanzaron relevancia por el volumen de café que estaban adquiriendo a las cooperativas mexicanas: GEPA en Alemania, y Simon Levelt y SOS Wereldhandel en Países Bajos¹⁶⁴ (véase subapartado 2.5.2). A principios de los años 1990, y en paralelo a la expansión de las certificaciones Max Havelaar, TransFair y Fairtrade Mark¹⁶⁵ por cada vez más países de Europa¹⁶⁶, las cooperativas fueron diversificando su cartera de clientes, si bien las primeras exportaciones a menudo antecedían en algunos años a la implantación de la organización certificadora en el país de destino. Según Vargas Vencis (2006), en 1990 diversas cooperativas de Chiapas, Oaxaca y Guerrero ya exportaban café al Reino Unido a través de Twin Trading, una de las importadoras solidarias pioneras en Europa que fue la responsable de que el término Comercio Justo fuera sustituyendo a los términos Comercio Equitativo o Comercio Alternativo, a raíz de la conferencia que organizó en 1989 con el título de Who Cares About Fair Trade¹⁶⁷.

Los mercados canadiense y estadounidense, especialmente el segundo por su enorme dimensión, también se convirtieron pronto en importantes destinos del café orgánico de las cooperativas de Chiapas. En Canadá fue remarcable Just Us! Coffee, una cooperativa fundada en 1996 en la provincia de Nueva Escocia. Su primera importación de café fue un contenedor de café de Unión de Ejidos de la Selva. La Tabla 3.8 mostraba que era una de los clientes de UCIRI en los primeros años del siglo XX, y lo sigue siendo en la actualidad, así como de ISMAM¹⁶⁸. En el año 2011 se convirtió en la primera tostadora de café de Canadá en adherirse al sello SPP (Símbolo de Pequeños Productores).

En el subapartado 2.3.3 se explicó la creación de la cooperativa estadounidense Equal Exchange vinculada a la protesta contra el bloqueo que la administración de Ronald Reagan impuso sobre el régimen sandinista de Nicaragua. A principios de los años 1990 entabló contacto con importadoras europeas de la EFTA, que ayudaron a Equal Exchange a establecer

164 Véase el subapartado 2.5.2.

165 Fairtrade Mark fue el nombre de la certificación que se adoptó en el Reino Unido e Irlanda.

166 Véase la Tabla 2.2.

167 Véase el subapartado 2.3.4.

168 Véase <https://justuscoffee.com/pages/small-producer-partners-spp> (consultado el 21/10/2023).

vínculos con cooperativas de Latinoamérica, África y Asia¹⁶⁹. Desde 1989 estaba importando café de UCIRI, y añadió relaciones comerciales con Unión Majomut y CIRSA en Chiapas, y CEPCO en Oaxaca. En 1996 se unió a la ONG de ayuda humanitaria y cooperación al desarrollo Lutheran World Relief para lanzar el programa de difusión y concientización Interfaith Program. Gracias a él, en los siete siguientes años más de 10.000 congregaciones religiosas de Estados Unidos empezaron a adquirir café de Equal Exchange¹⁷⁰. A principios de siglo era la principal importadora de Comercio Justo de Norteamérica (Waridel, 2001). En las dos últimas décadas se ha convertido en un importante cliente para tres cooperativas de Chiapas ubicadas en la Reserva de la Biosfera El Triunfo: CESMACH, Finca Triunfo Verde y Comon Yaj Noptic¹⁷¹.

Otro cliente notorio era Cooperative Coffees, una agrupación de pequeños y medianos tostadores de ámbito local esparcidos por la geografía de Canadá y Estados Unidos. El proyecto se forjó en 1997 cuando el fundador, Bill Harris, formando parte de una delegación de la ONG Habitat for Humanity, conoció la experiencia de una cooperativa cafetalera de Guatemala. En marzo de 1998 la empresa de la que era cofundador, Café Campesino, Inc., importó un cargamento de 40.000 libras de café verde. Simultáneamente Bill Harris emprendió una gira por la costa este y el Middle West de Estados Unidos contactando con tostadores, la mayoría de los cuales eran clientes de Café Campesino, que estuvieran interesados en formar parte de un proyecto colectivo que importara café orgánico y de Comercio Justo¹⁷². En 1999, siete empresas se reunieron en el estado de Atlanta y constituyeron Cooperative Coffees bajo la forma jurídica de una cooperativa. Diez años después había crecido hasta los actuales 23 tostadores repartidos en tres provincias y un territorio de Canadá y en doce estados de Estados Unidos, y fue diversificando sus fuentes de suministro con organizaciones de Suramérica, África y sudeste asiático¹⁷³. A lo largo de los años, Cooperative Coffees importó café de UCIRI y Michizá Yeni Navan, de Oaxaca, y Maya Vinic, Federación Selva Negra Zoque y Yachil Xojobal Chulchan, de Chiapas. En la actualidad sigue adquiriendo café de Maya Vinic, una cooperativa creada por los supervivientes de la masacre de Acteal, y Yachil Xojobal Chulchan, integrada por bases zapatistas¹⁷⁴.

En el caso de ISMAM, que llegó a tener un volumen de ventas superior al de cualquier otra cooperativa cafetalera y a principios del siglo XXI era el principal exportador mundial de café orgánico (Nigh, 2002a), es significativa la muy diversa cartera de clientes que tenía

169 Véase la historia de Equal Exchange en <https://www.info.equalexchange.coop/articles/the-history-of-equal-exchange> (consultado el 18/10/2023).

170 Véase <https://www.info.equalexchange.coop/articles/the-history-of-equal-exchange> (consultado el 18/10/2023).

171 Véase <https://www.info.equalexchange.coop/articles/rsf-social-finance-fair-trade-capital-collaborative?rq=cesmach> (consultado el 18/10/2023).

172 Véase la historia de Café Campesino en <https://www.cafecampesino.com/our-history/> (consultado el 22/10/2023).

173 Véase <https://coopcoffees.coop/about/history/> (consultado el 22/10/2023).

174 Véase <https://coopcoffees.coop/category/producers/latin-america/mexico/> (consultado el 22/10/2023).

en el año 2001. La Tabla 3.14 detalla los clientes que tenía en aquel momento, agrupados por países.

Tabla 3.14. Principales compradores de café de ISMAM (2001)

PAÍS	COMPAÑÍA IMPORTADORA
Alemania	Benecke Coffee GmbH and Co. KG WeltPartner eG Niehoffs Kaffeerösterei GmbH GEPA GmbH Zimprich Export GmbH
Austria	EZA
Bélgica	Efico Rucquoy Frères
Canadá	RGC Coffee Inc. MEXICAFE Ken Gabbay Coffee Ltd.
Dinamarca	BKI Kaffe A/S
España	Alternativa 3
Estados Unidos	Mitsubishi International Café Mam Starbucks Coffee Co. Elan Organic Coffee Ruta Maya Coffee Rainforest Coffee Co. InterAmerican Coffee Cafe Imports
Italia	ARC Aziende Riunite Caffè SpA
Japón	Mitsubishi Co. MUSO Co. Ltd. Sumitomo Corporation Imanaka Ltd.
Noruega	Kaffehuset Friele
Nueva Zelanda	Trade Importers
Países Bajos	Van Weely VB Simon Levelt
Suiza	Fritz Bertschi AG

Fuente: elaboración propia a partir de Camas (2010) y los datos proporcionados por José Manuel Águila González.

En la Tabla 3.14. podemos ver algunas coincidencias con respecto a los clientes de UCI-RI enumerados en la Tabla 3.8., por ejemplo importadoras pioneras creadoras de la EFTA en Europa, como GEPA de Alemania y EZA de Austria, importadoras pioneras en sus respectivos países, como Alternativa 3 en España y Van Weely y Simon Levelt en Países Bajos, o Fritz Bertschi, una de las más grandes empresas tostadoras de Suiza. La presencia de GEPA

como cliente tanto de UCIRI como de ISMAM resulta lógica, teniendo en cuenta que en los inicios del Comercio Justo en Alemania vendía el 50% de todo el café certificado del país y actualmente su cuota de mercado está en torno al 10%. Al igual que la relación comercial de UCIRI y Carrefour, en ISMAM observamos la relación con otro gigante, Starbucks. A diferencia de UCIRI, se comprueba un peso mucho mayor de los mercados norteamericano y japonés, con ocho clientes en Estados Unidos, tres en Canadá y cuatro en Japón. La amplia incursión en estos nuevos mercados, particularmente el estadounidense por su formidable dimensión, propició que ISMAM alcanzara un volumen de producción y de exportaciones superior al de cualquier otra cooperativa cafetalera coetánea.

Aunque no hay constancia de la divulgación de estudios de rentabilidad productiva para otras organizaciones tan detallados como el analizado en el subapartado 3.5.4 para Majomut, sí que existen estimaciones del impacto económico positivo para los productores de la comercialización del café orgánico y de Comercio Justo. Durante la grave crisis de precios que acaeció a principios del siglo XXI, la comercialización del café orgánico a través del Comercio Justo permitió a los socios de ISMAM cobrar por su café un precio muy superior al que pagaban los intermediarios en sus regiones. Así, en el año 2000 los productores de ISMAM percibieron un precio unitario un 45% superior al que percibían los productores no inseridos en el ámbito orgánico y de Comercio Justo, y en el 2001, con los precios del café aún más hundidos, la cooperativa pagó a sus productores un precio 65% superior al precio “en plaza”¹⁷⁵ (Dankers y Liu, 2004).

En el trabajo de campo efectuado en el año 2002, en una coyuntura de precios del café en mínimos históricos en términos nominales y reales, se comprobó que la mayoría de intermediarios pagaban en Chiapas, a los productores no organizados, 6 pesos mexicanos por un kilo de café pergamino, a menudo sin diferenciar calidades, en tanto que las cooperativas integradas en la coordinadora estatal pagaban el kilo dentro de un rango que oscilaba entre los 14 y los 16 pesos mexicanos, y en algún caso, por ejemplo Majomut, 18 pesos. Si se parte de un rendimiento de 15 quintales por hectárea (862,5 kilos), para un productor de Majomut que cultivase una hectárea sus ingresos serían de 15.525 pesos mexicanos. Un productor de café convencional que también cultivase una hectárea y obtuviese el mismo rendimiento obtendría 5.175 pesos. Pero como se vio en el subapartado 3.5.5, lo más habitual era que los productores orgánicos obtuviesen rendimientos significativamente mayores, gracias a unos granos de café que pesaban más y a unas mermas por granos defectuosos muy inferiores.

En 2016, en una nueva coyuntura de muy bajos precios del café en los mercados, Tielmelonlá Nich Klum pagó a sus socios el kilo de café pergamino a un precio de 43 pesos mexicanos, mientras que el precio pagado por los intermediarios en los municipios de sus socios se movía en una franja de entre 20 y 25 pesos¹⁷⁶. Ese mismo año, la cooperativa Tzot-

175 Expresión comúnmente utilizada en el sector que hace referencia al precio que se está pagando en un área geográfica concreta durante un ciclo cafetalero.

176 Entrevista mantenida con el equipo directivo y otros socios adicionales presentes en la reunión en

zilotic Tzobolotic pagaba a sus socios 35 pesos/kilo, muy superior al precio de 23 pesos que pagaban en ese mismo año los intermediarios en el municipio de El Bosque, donde radican la mayoría de los socios de la organización¹⁷⁷. Al ser ISMAM, Tiemelonlá Nich Klum y Tzotzilotic Tzobolotic tres organizaciones que estaban en posesión de las certificaciones orgánica y de Comercio Justo desde hacía décadas, inferimos que consiguieron efectos en la calidad del café similares a los que hemos analizado para el caso de Majomut. Para el equipo directivo de Tiemelonlá Nich Klum, la priorización de la calidad sobre la cantidad era un objetivo estratégico irrenunciable.¹⁷⁸

El problema para muchas organizaciones era la dificultad de acceder al mercado del Comercio Justo o de poder colocar en él la totalidad de la producción certificada. Como se explicó a lo largo del Capítulo 2, el mercado del Comercio Justo no absorbía la totalidad del café certificado. La Tabla 3.15 permite seguir, para dos organizaciones de Chiapas y dos de Oaxaca, cómo evolucionó el porcentaje de su producción (en términos físicos) que pudieron vender en dicho mercado.

Tabla 3.15. Volumen de la producción vendida en el mercado del Comercio Justo, 1993-2002 (en % sobre el total)

	Chiapas		Oaxaca	
	Majomut	Tzotzilotic Tzobolotic	UCIRI	CEPCO
1993/1994	6	-	65	-
1994/1995	9	-	75	3,5
1995/1996	11	-	74	-
1996/1997	20	-	70	16
1997/1998	60	-	74	11
1998/1999	29	-	75	17
1999/2000	50	-	75	19
2000/2001	90	-	75	28
2001/2002	100	100	73	64

Fuente: elaboración propia con datos de Vanderhoff (2002) y González Cabañas *et al.* (2003).

En la Tabla 3.15. se comprueba la dificultad que entrañaba el poder vender la totalidad de la producción a clientes encuadrados en el Comercio Justo. UCIRI nunca pudo sobrepasar la cifra del 75%, y Majomut no consiguió canalizar por esa vía una parte mayoritaria de su café hasta principios del siglo XXI. En Majomut, además, se observa una drástica caída en el ciclo posterior a la masacre de Acteal, ya que la tensa situación que se vivía en el municipio de Chenalhó dificultó poder seguir con normalidad los procesos de inspección y certificación. CEPCO, que desde mediados de los años 1990 estaba trabajando para vender una mayor parte de su café a través del Comercio Justo, apostó decididamente por esta vía a raíz del

27/12/2016.

177 Entrevista efectuada con el presidente, el secretario y el tesorero de la organización en 29/12/2016.

178 Entrevista mantenida con el equipo directivo en 27/12/2016.

hundimiento de los precios que se produjo desde el año 2000. En el caso de Tzotzilotic Tzobolotic, tras intentar vender una parte de su producción en el Comercio Justo durante varios ciclos, en el 2001/2002 pudo vender la totalidad de su producción en el mercado solidario a clientes de Majomut, canalizando su exportación conjuntamente con la de Majomut. Según Nigh (2002b), durante los años 1990 y los dos primeros ciclos del siglo XXI, ISMAM estaba consiguiendo vender dentro del Comercio Justo algo más de la mitad de su producción. Aun así, en el ciclo 2001/02, la diferencia entre el precio del café orgánico y de Comercio justo y el precio de mercado era tan elevada que su precio medio de venta, 80 US\$ por cada cien libras, multiplicó por 1,68 el precio medio del mercado del año 2002, que fue de 47,74 US\$/cien libras.

A lo largo del Capítulo 2 y de este Capítulo 3 se han analizado algunos elementos del funcionamiento de FLO que provocaron rechazo en un sector importante de las organizaciones de productores: funcionamiento muy centralizado e insuficiente participación de los representantes de los productores en la toma de decisiones; períodos de muchos años en los que no se actualizaban los precios del café; entrada de grandes empresas en la transformación y distribución de los productos; y coste económico de la certificación y volumen de trabajo administrativo ligado a ella. En el subapartado 2.4.4 vimos que una consecuencia del descontento de las organizaciones de pequeños productores, mayormente las organizaciones cafetaleras latinoamericanas, ante la forma de funcionar de FLO, fue el impulso al sello Símbolo de Pequeños Productores (SPP) por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), por más que la CLAC acabó absorbida por FLO y SPP continuó su recorrido como un sello independiente de FLO reconocido por la World Fair Trade Organization. El sector que tenía más peso en la CLAC era el cafetalero, y una parte relevante de él estaba molesto por la entrada de empresas multinacionales en los eslabones del tueste y la distribución del café.

Aunque el sello SPP funciona mediante auditorías de terceros, como el resto de sellos del Comercio Justo, el mayor control de los productores ha posibilitado democratizar el proceso de certificación (Tepox y González Cabañas, 2021). El proceso de certificación muestra mayor sensibilidad hacia las situaciones específicas de las organizaciones, especialmente respecto a las que tienen poco tiempo de existencia, de las que se entiende que no siempre reúnen las condiciones para cumplir la totalidad de los requisitos. En esos casos se asumen compromisos orientados al desarrollo de las organizaciones, lo que se considera más importante que el cumplimiento estricto de todos y cada uno de los estándares. El proceso de certificación, por lo tanto, se adapta a las organizaciones.

Esta forma de funcionar de SPP es precisamente la que se perdió en FLO con la creación de FLO-Cert en el 2003. Anteriormente, existía una relación de más cercanía entre los inspectores y las organizaciones evaluadas. A partir del 2003, se creó un desajuste entre la normativa de FLO y la realidad social de los pequeños productores (Doppler y González,

2006), y la función meramente verificadora de los inspectores acentuó el desajuste. Uno de los ejemplos de la distancia entre la regulación y la realidad social de los pequeños productores es la reciente norma aprobada por Fairtrade International que exige que las organizaciones certificadas presenten una dirección postal de todos sus socios, dirección que debe incluir el nombre de la calle y el número de la vivienda. Para el caso de muchas zonas rurales de México, que como se vio en el Capítulo 2 es un país que tiene un peso específico importante en el conjunto del Comercio Justo, esta norma revela un gran desconocimiento, ya que en las comunidades y en los ejidos las calles no suelen tener nombre, ni las viviendas acostumbran a tener número.

El sello SPP fue constituido en el año 2006 y su difusión desde entonces fue notable. En la actualidad están certificadas con él 117 organizaciones de pequeños productores de 26 países y los productos certificados son consumidos en 40 países.¹⁷⁹ Entre los compradores de productos con el sello SPP se encuentran algunos de gran magnitud, como Biocoop y Ethiquable en Francia, Efico en Bélgica, ProGua en Alemania y Royal Blue Organics en Estados Unidos. Actualmente figuran adheridas a él dos organizaciones de Oaxaca y siete de Chiapas. Las de Oaxaca son: UCIRI y CEPCO. Las de Chiapas: ISMAM, Unión Majomut, Unión de Ejidos San Fernando, CIRSA, Finca Triunfo Verde, Comon Yaj Noptic y CESMACH¹⁸⁰. Se constata, pues, una nutrida presencia de las cooperativas cafetaleras pioneras de México y de otras no pioneras pero muy consolidadas. SPP definió como una prioridad fijar unos precios mínimos más acordes con las necesidades de los productores. En el año 2011 determinó un precio de 220 US\$/cien libras para el Arábica Lavado orgánico y, como se pudo ver en el subapartado 2.5.6, en el año 2019 impulsó una campaña en la que reivindicaba ese precio mínimo frente a los 190 US\$ que Fairtrade International había instaurado desde el año 2011.

El 13 de junio de 2023, SPP hizo público un comunicado en el que notificaba a la opinión pública que su Comité de Normas y Procedimientos había acordado un aumento en el precio mínimo del 14,5%, que quedaba fijado en 252 US\$/cien libras y entraría en vigor el 16 de julio. El nuevo precio, al que se denominaba Precio Sustentable Mínimo, se componía de un Precio Base de 186 US\$, un Reconocimiento Orgánico (equivalente a la Prima Orgánico de Fairtrade International) de 44 US\$ y un Incentivo SPP de 22 US\$. Igualmente se actualizaban los precios del Arábica Natural, el Robusta Lavado y el Robusta Natural, de modo que se beneficiaba a unas 80.000 familias de 14 países de Latinoamérica/Caribe, Asia y África. Sin embargo, el comunicado reconocía que, aplicando la tasa de inflación anual desde el año 2011, el Precio Sustentable Mínimo tendría que haber sido de 278 US\$/cien libras¹⁸¹. A este respecto se aclaraba que los pequeños productores merecían cobrar un precio más elevado para compensar el impacto de la inflación, el aumento de costes y las afectaciones en la productividad debidas al cambio climático, pero que el contexto de un mercado mundial de café

179 Véase <https://spp.coop/familia-spp/> (consultado el 2/11/2023).

180 Véase <https://spp.coop/lista-opp/> (consultado el 2/11/2023).

181 No se aclaraba qué índice de precios de consumo se utilizó para llegar a este cálculo.

que presiona los precios a la baja ‘de manera compulsiva’, se había considerado oportuno que el primer paso fuera firme pero prudente (SPP, 2023). El comunicado, emanado de una organización creada exclusivamente por pequeños productores, dirigida por sus representantes y con una inquebrantable vocación de mejorar sus condiciones de vida, una vez más aludía al imprescindible equilibrio entre pagar precios lo más altos posibles pero sin situarlos en un nivel en el que no hubiera demanda efectiva.

A pesar de haberse creado con la intención de no repetir las deficiencias de Fairtrade International, comparte alguna problemática con la organización hegemónica del Comercio Justo. Las organizaciones que obtienen la certificación no tienen la garantía de que puedan vender toda su producción en las condiciones más favorables de SPP. Se han dado situaciones de organizaciones de Chiapas que no pudieron vender la totalidad de su producción certificada a clientes registrados en SPP y al año siguiente no renovaron la certificación (Tepox y González Cabañas, 2021), como Tzeltal Tzotzil, Kulaktik y Prevenir 1 (SPP, 2016).

Otras cooperativas no fundamentaron su estrategia en la obtención de los sellos. La certificación orgánica también fue objeto de críticas y se reprochó su excesiva rigidez con los pequeños productores y que, al tratarse de normativas confeccionadas principalmente en países del Norte de climas fríos o templados, no tenían en cuenta las especificidades de la agricultura de clima tropical. Entre los pequeños productores se extendió la convicción de que las agencias certificadoras tenían un carácter punitivo, y se acuñó el término “neocolonialismo ecológico” (Mutersbaugh, 2002; Jaffee, 2014). Las cooperativas se vieron obligadas a sancionar a los socios que no seguían al pie de la letra la normativa, ya que ponían en peligro la continuidad de la certificación para su comunidad o para el conjunto de la organización. Los pequeños productores, por tanto, se vieron sometidos al doble escrutinio de los inspectores externos, que en ocasiones actuaron con exceso de celo, y de su propia organización. Jaffee (2014) documenta el caso de una productora de la cooperativa Michizá Yeni Navan, que fue sancionada porque un inspector externo afirmó que estaba almacenando su café demasiado cerca de un recipiente de gasolina. En el subapartado 2.5.1 vimos cómo algunas de las agencias pioneras en la certificación habían iniciado su labor con una actitud dialogante hacia los productores, actitud que no mantuvieron cuando se produjo un gran crecimiento en el volumen de la agricultura orgánica.

Considerando los costes y beneficios de las certificaciones, algunas cooperativas de Chiapas no llegaron a adscribirse a los sellos y otras incluso los abandonaron. Así, Sociedad Cooperativa Jotiquetz, que había obtenido el sello orgánico en 2009, lo abandonó en 2017, y Paluchén ya había renunciado a él anteriormente para centrar el grueso de sus ventas en el sector HORECA de Ciudad de México y diversas zonas turísticas del país. Movimiento Campesino Belisario adoptó el orgánico en 2015 pero nunca entró en el de Comercio Justo. Un amplio elenco de cooperativas decidió no certificarse con ninguno de ambos o consideró que implicaba un esfuerzo organizativo que sobrepasaba sus capacidades: Biosfera Cafetalera de

Chiapas, Café Tierra Sagrada, Sociedad Cooperativa Industrial Cafés Yajalón, Asociación para el Desarrollo Sustentable, Cafeticultor Arcaju, Productores Agropecuarios Sustentables y Artesanal Pueblo Maya de Bapuz, Corporativo Colores, Montaña Huixquilar Guadalupe Victoria y Red de Productores Orgánicos de la Biosfera El Ocote, entre otras. Un caso destacable es el de Ts'umbal Xitalha, vinculada a la Misión Jesuita de Bachajón. Su café fue certificado como orgánico, pero nunca solicitaron adherirse a ningún sello de Comercio Justo. La práctica totalidad de su producción la canalizaron a través de las cafeterías inauguradas en los recintos de la Universidad Iberoamericana (institución de la Compañía de Jesús) en Ciudad de México, Guadalajara y Puebla. Entre las cooperativas que comercializan su café únicamente en territorio mexicano, es muy infrecuente que utilicen para ello algún sello de Comercio Justo, que goza de más reconocimiento en los mercados de países occidentales.

Otra vía que exploraron las cooperativas de Chiapas fue la de la venta directa a los consumidores en cafeterías abiertas al público, donde se podía degustar el café y adquirir café tostado. Entre las iniciativas pioneras cabe mencionar la de Café la Selva, la cadena de cafeterías de la cooperativa de pequeños productores Unión de Ejidos de la Selva, que en 1994 abrió su primera cafetería en San Cristóbal de las Casas (UNDP, 2012). Posteriormente inauguró otra en la capital de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, en Cuernavaca (estado de Morelos), en San Luis Potosí (capital del estado homónimo), en Guadalajara (estado de Jalisco) y otras diez en diferentes delegaciones de Ciudad de México. En 1998 la Coordinadora Estatal de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE) impulsó el Café Museo Café, un espacio habilitado como cafetería y restaurante, tienda de expendio de café, centro cultural y exposición sobre la historia del café con especial protagonismo de las condiciones de trabajo a las que eran sometidos los campesinos en las haciendas cafetaleras de Chiapas. La iniciativa de controlar también ese eslabón de la cadena de valor fue replicada por diferentes cooperativas de Chiapas, que abrieron cafeterías tanto dentro como fuera del estado. En la Tabla 3.16 se pormenoriza el número de establecimientos y en qué localidades han establecido cafeterías diferentes cooperativas de pequeños productores de Chiapas.

Tabla 3.16. Cafeterías y barras de café gestionadas por cooperativas de pequeños productores de Chiapas (*)

COOPERATIVA, LOCALIDAD	No. CAFETERÍAS
Agricultores de la Selva de Café Orgánico, Tuxtla Gutiérrez	1
Biosfera Cafetalera de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez	1
Cafeticultor Arcaju, Rayón	2
Cafeticultores de la Selva Norte de Tumbalá, Ciudad de México	3
Cafeticultores de la Selva Norte de Tumbalá, Palenque	1
Café Tierra Sagrada, Tapachula	1
Campesinos Ecol. de la Sierra Madre de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez	1
CIRSA, Simojovel	1
Comon Yaj Noptic, La Concordia	1
COOPCAFE (**), San Cristóbal de las Casas	1
COOPCAFE/PRODYSER (**), Tuxtla Gutiérrez	1
Federación Indígena Ecológica de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez	2
Federación Indígena Ecológica de Chiapas, León (Guanajuato)	1
Kahpeltik Cañada, San Cristóbal de las Casas	1
Maya Vinic, San Cristóbal de las Casas	1
Product. Agropecuarios de la Selva Lacandona, Ocosingo	1
Productores de Café Capitán Luis Ángel Vidal, Jaltenango de la Paz	1
Sierra Azul, Tuxtla Gutiérrez	1
Unión de Ejidos de la Selva, San Cristóbal de las Casas	1
Unión de Ejidos de la Selva, Tuxtla Gutiérrez	1
Unión de Ejidos de la Selva, Ciudad de México	11
Unión de Ejidos de la Selva, San Luis Potosí (S.L.Potosí)	1
Unión de Ejidos de la Selva, Cuernavaca (Morelos)	1
Unión de Ejidos de la Selva, Guadalajara (Jalisco)	1
Unión de Ejidos de la Selva, Mataró (Barcelona)	1
Unión de Ejidos de la Selva, Atlanta (Estados Unidos)	1
Unión de Ejidos San Fernando, Tuxtla Gutiérrez	1
Unión de Productores Orgánicos Majomut, San Cristóbal de las Casas	1
Capeltic, Chilón	1
Capeltic, Ciudad de México	1
Capeltic, Puebla (Puebla)	1
Capeltic, Guadalajara (Jalisco)	1
TOTAL	46

Fuentes: elaboración propia mediante trabajo de campo e información suministrada por las cooperativas.

(*) Si la localidad no pertenece al estado de Chiapas y no se trata de la capital del país, se señala entre paréntesis en qué estado se encuentra.

(**) COOPCAFE es la coordinadora estatal.

Capeltic es la empresa del grupo cooperativo Yomol A'tel que se creó para gestionar las cafeterías que se inauguraban en los recintos de la Universidad Iberoamericana. Recientemente abrió otra en el poblado de Chilón, cabecera del municipio homónimo donde tiene su

sede el grupo, y tiene previsto inaugurar dos más: en la Avenida Chapultepec de la ciudad de Guadalajara (Jalisco) y en la Universidad Iberoamericana de Torreón, la segunda ciudad más poblada del estado de Coahuila de Zaragoza¹⁸². Capeltic se encuentra en una fase de recuperación tras la abrupta caída de los ingresos que sufrió durante la pandemia del virus Covid-19, durante la cual las universidades permanecieron cerradas ya que las clases lectivas se desarrollaban telemáticamente.

En paralelo a las cafeterías gestionadas directamente por las cooperativas, se ha incrementado exponencialmente el número de hoteles, restaurantes y cafeterías a los que las cooperativas de pequeños productores suministran café¹⁸³. Hasta principios del siglo XXI, el sector HORECA estaba claramente dominado por los cafés colombianos importados (Sosa Hernández, 2006). Otra vía que han utilizado las cooperativas para vender y promocionar su café es la asistencia a exposiciones y certámenes, tanto estatales como regionales y municipales, ferias, mercados artesanales y de productos típicos y lo que en México se denominan “tianguis”¹⁸⁴, que son mercadillos públicos ambulantes que se instalan en las calles de una ciudad. Estas opciones de alcance más local han sido muy utilizadas por cooperativas que no alcanzan una masa crítica de producción como para hacer rentable el coste de las certificaciones o para asumir los costes logísticos de la exportación¹⁸⁵.

La exigencia de los clientes en cuanto a calidad, cada vez mayor, motivó a las organizaciones a asistir a grandes eventos para poder tener un contacto directo con los compradores de café. CESMACH, por ejemplo, empezó a asistir anualmente a la más importante feria mundial de cafés de especialidad, la Specialty Coffee Expo organizada por la Specialty Coffee Association, que cada año tiene lugar en una ciudad diferente de Estados Unidos, así como a la World of Coffee, la feria de cafés especiales más importante de Europa.

Los clientes incluso exigían mezclas y notas de cata específicas. Dos importantes clientes de CESMACH en Estados Unidos, Equal Exchange y Cafe Imports, demandaban características muy específicas en cuanto a sabor, aroma y acidez. Cafe Imports, por ejemplo, solicitaba un mayor grado de acidez, lo que obligaba a CESMACH a hacer pruebas en su laboratorio de catación y clasificar lotes para uno u otro comprador (Quiroga, 2021). En su página web, Café Imports destacaba que la mayoría del café que importaba de México provenía de la zona de amortiguamiento de la Reserva de la Biosfera El Triunfo¹⁸⁶.

182 Comunicación personal de Cristina Méndez Álvarez, actual directora de Yomol A'tel, el 25/9/2023.

183 En las entrevistas efectuadas desde diciembre del 2016 hasta la actualidad, a la pregunta de cuáles son las vías de comercialización del café, la práctica totalidad de cooperativas de Chiapas afirma tener clientes en el canal HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías).

184 Los “tianguis” son una tradición muy antigua en México. El término proviene de la palabra náhuatl *tianquitzli*, que significa mercado público.

185 Entrevistas con Eddie Manuel Díaz Silvestre, coordinador de Montaña Huixquilár Guadalupe Victoria, el 7/11/2020, y con Rosario Gutiérrez Villarreal, directivo de BIOCACH, el 1/10/2023.

186 Véase <https://www.cafeimports.com/north-america/mexico> (consultado el 5/11/2023).

Los precios del Comercio Justo, habitualmente superiores a los del mercado, desde un inicio hicieron posible que las organizaciones de pequeños productores capturaran una mayor parte del valor final. En un análisis de la cadena de valor del café de UCIRI comercializado en España por la importadora Equimerca y confeccionado por dicha importadora en 1993, se calculó en un 34,3% el valor retenido por la organización mexicana. Sobre un precio de venta al público de 280 pesetas (IVA incluido) por un paquete de café de 250 gramos, UCIRI estaba recibiendo, en el momento de depositar su café en un buque mercante en el puerto de Veracruz, 96 pesetas, una vez efectuado el cambio entre peso mexicano y peseta¹⁸⁷.

Con los datos recopilados sobre el terreno en 2002 se pudo aproximar la cadena de valor del café producido por Unión Majomut. La organización estaba vendiendo las cien libras (46 kg) de café orgánico a las importadoras europeas a 138 US\$, lo que equivalía a 154,56€¹⁸⁸. Este precio de venta significaba que Majomut estaba vendiendo 250 gramos de café a 0,84€. Asumiendo un precio de venta al público, para un paquete de 250 grs., de 2,20€ (aunque podía haber diferencias de precio entre países), Majomut retenía un 33% del valor final.

Con datos del periodo 2018-2023, se ha podido reconstruir la cadena de valor del café de diferentes cooperativas de Chiapas para establecer comparaciones con la cadena de valor del café de Uganda comercializado por Oxfam Intermón y el café convencional que se vende en supermercados y grandes superficies en España. Las tablas y los gráficos incluidos en el Anexo 6 muestran los resultados, que se sintetizan en la Tabla 3.17 junto con el análisis del resumen comparativo que ofrece dicha tabla. Se puede comprobar que las experiencias alternativas al Comercio Justo clásico, anclado en la certificación de Fairtrade International, ofrecen mejores resultados para las organizaciones de pequeños productores. Los casos analizados son:

- Paquete de café convencional vendido en una gran superficie, a partir del estudio realizado por la ong oxfam intermón;
- Café de uganda comercializado por oxfam intermón, la principal importadora de productos de comercio justo en España por el volumen de sus ventas en la gran distribución, las tiendas propias en varias ciudades y la tienda online;
- Café de chiapas comercializado por alternativa 3, importadora con sede en terrassa que comercializa principalmente en cataluña y sobre todo en el área metropolitana de barcelona, que tiene la especificidad de ser la única organización de comercio justo de España con maquinaria e instalaciones para tostar, en su caso moler, y empaquetar el café verde;

187 Datos extraídos del documento “Este es el símbolo de la solidaridad con el Tercer Mundo: Equimerca”, facilitado por Sergi Rodríguez Vives, coordinador de la delegación de Equimerca en Barcelona.

188 El tipo de cambio entre el dólar y el euro fluctuó a lo largo de todo el año 2002. Se ha aplicado el cambio de 1US\$=1,12€ que predominó durante la segunda quincena de abril.

- Café de chiapas comercializado en alemania por gepa, importadora alemana que es la mayor de europa en cuanto a volumen de ventas de productos de comercio justo;
- Café de chiapas, de la cooperativa zapatista yachil xojobal chulchan, comercializado en alemania por aroma zapatista, organización que pertenece a la red europea de comercialización de productos zapatistas;
- Café de chiapas, de la cooperativa zapatista yochin tayel kinal, comercializado en alemania por café libertad, organización fundadora de la red europea de comercialización de productos zapatistas;
- Café de chiapas, de la cooperativa ts'umbal xitalha, impulsada por la misión jesuita de bachajón, comercializado en españa, principalmente en valladolid, por la cooperativa de consumo como sano come justo, vinculada a la orden de los jesuitas;
- Café de chiapas, de la cooperativa unión majomut, comercializado en españa por eticambio y certificado con el sello spp, empresa familiar con sede en murcia.

Tabla 3.17. Comparación entre los resultados de las diferentes cadenas de valor reconstruidas de cooperativas de Chiapas (2018-2023)

	OXFAM INTERM.	ALTER. 3	AROMA ZAPATISTA	CAFÉ LIBERTAD	GEPA	C. SANO C. JUSTO	ETICAMB.
CAMPES./ COOPERATIV.	18,59	22,02	36,96	35,26	26,72	39,52	34,56
TRANS./FABR./ COMERCIALIZ.	46,10	42,02	27,48	28,68	32,99	49,10	32,52
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	3,31	3,95	0,00	0,00	0,00
DISTRIBUCIÓN	26,39	26,87	11,70	11,32	22,34	2,34	24,01
IMPUESTOS	8,92	9,09	20,61	20,79	17,95	9,04	8,91

Fuente: véase Anexo 6.

Del análisis de la tabla se desprenden diversas consideraciones. En los dos casos en que el café es exportado y comercializado bajo el sello de Fairtrade International, que son el café importado por Oxfam Intermón y Alternativa 3, el porcentaje del precio final que retienen las cooperativas y sus productores es sensiblemente más bajo que en el resto de ejemplos expuestos. La razón básica estriba en la limitación que supuso un precio inferior al del sello SPP y a otras experiencias como los colectivos de solidaridad zapatista o la relación de Come Sano Come Justo con su contraparte chiapaneca y que, además, permaneció sin actualizarse desde el año 2011 hasta el 2023, como vimos en el subapartado 2.5.6. La importadora alemana GEPA, como se explicó en el subapartado 2.4.4, dejó de vender el café con el sello de Fairtrade International para poner de manifiesto que estaba aplicando unos estándares más exigentes y un precio de compra más alto, lo que daba como resultado un valor superior captado por su cooperativa proveedora de Chiapas en relación a los casos analizados que comercializan mediante el sello Fairtrade International.

Los gastos asociados al transporte, la fabricación y la comercialización son los que capturan una mayor parte del valor final en cuatro de los siete casos analizados. Para Come Sano Come Justo, este rubro es muy elevado por la repercusión unitaria del coste de transporte realizado en avión, un medio mucho más costoso que el barco, y con volúmenes no muy altos, lo que conlleva una alta repercusión unitaria de dicho coste. El motivo de transportar el café por avión obedece a que el café se adquiere ya procesado y empaquetado, lo que causa una más rápida pérdida de sabor y aroma, por lo que necesitan acortar el tiempo que el café tarda en llegar desde México. Este caso es el único en que el procesado de café hasta el formato en que se vende al productor final se lleva a cabo íntegramente en territorio mexicano. En las dos organizaciones cuyo café se certifica mediante el sello de Fairtrade International, Oxfam Intermón y Alternativa 3, vemos que este capítulo de gastos sobrepasa notablemente al resto de casos. Llama la atención que las economías de escala no siempre consiguen una reducción de estos gastos. En el café que comercializa Oxfam Intermón acaparan un 46% del valor final y son superiores en términos relativos a los de Alternativa 3 y muy superiores a los de Eticambio, de tal manera que, en estos tres casos de importadoras españolas, el menor volumen de ventas va asociado a menores gastos relativos en este rubro. En el caso de GEPA, esta partida de gastos es superior a las de las dos importadoras de café zapatista también alemanas, que venden unos volúmenes abismalmente inferiores. A modo de ejemplo, en el año 2021 las ventas de café de GEPA fueron de 34,61 millones de euros (GEPA, 2022), mientras que las de Aroma Zapatista en el 2019 fueron de 606.430 euros¹⁸⁹.

Deben destacarse igualmente los bajos gastos de distribución del café comercializado por las organizaciones alemanas Aroma Zapatista y Café Libertad, ya que la mayoría del café lo entregan directamente a colectivos solidarios que no necesitan añadir un alto margen de beneficio para cubrir sus costes de funcionamiento. En Come Sano Come Justo, los gastos de distribución son extremadamente reducidos, ya que el café es vendido primordialmente a los socios de la cooperativa en su tienda de Valladolid atendida por personal voluntario, aunque es una tienda abierta al público en la que también pueden efectuar compras personas no socias. Eticambio, en su modelo de negocio sigue la premisa de que el valor se distribuya equitativamente a lo largo de toda la cadena. Para ello recomienda a las tiendas a las que vende sus productos que apliquen, como máximo, un margen del 35% al precio al que Eticambio les vende los productos. En este caso los gastos de distribución se sitúan en la banda alta, dentro de los casos analizados, pero aun así la empresa consigue que el valor capturado por la cooperativa sea elevado.

Se puede comprobar que en las tres organizaciones alemanas, GEPA, Café Libertad y Aroma Zapatista, los impuestos representan un porcentaje del precio final más elevado que en el resto de importadoras. Ello se debe al impuesto especial sobre la venta de café que rige en Alemania, de 2,19 euros por kilo de café tostado, independientemente del precio de venta

¹⁸⁹ Dato proporcionado por Kerstin Trubert, miembro del equipo técnico de Kaffee Kollektiv Aroma Zapatista eG.

al público. Este impuesto, al absorber cerca de una quinta parte del precio de venta al consumidor final, obliga a estas organizaciones a gestionar con eficiencia todo lo relacionado con el transporte, el procesamiento y la comercialización.

A modo de síntesis de los datos analizados, en los cinco casos en que el café no se comercializa bajo el sello de Fairtrade International, el resultado final es más favorable para las cooperativas productoras. Vemos que hay cuatro casos en los que el porcentaje retenido en el país productor es muy elevado, ya que se sitúa entre el 34,5% y el 39,5%: Aroma Zapatista, Café Libertad, Come Sano Come Justo y Eticambio. Todos ellos funcionan con una pequeña estructura administrativa y los tres primeros con una elevada aportación de trabajo voluntario. Destaca el caso de Come Sano Come Justo. Su funcionamiento, austero en cuanto a gastos administrativos, de gestión, financieros y comerciales, consigue que casi el 40% del precio final del café quede en manos de la cooperativa productora. Es relevante asimismo el caso de la empresa Eticambio, una sociedad mercantil de tipo familiar que, con una estructura muy reducida y un funcionamiento eficiente, mantiene una proporción razonable entre el valor capturado por los diferentes agentes que participan en la cadena y consigue que el 34,5% del precio final se quede en el país productor.

Las estructuras más pequeñas y que comercializan al margen de la certificación de Fairtrade International son más ágiles y sus estructuras más reducidas les permiten que los eslabones de la cadena de valor desde que el café deja de pertenecer a la cooperativa sean menos costosos. Asimismo, es pertinente destacar que, en términos generales, funcionan con mayor apego a lo que fue el espíritu fundacional del Comercio Justo, más preocupado por relaciones transformadoras que por el volumen y siempre con un componente voluntario y activista. No obstante, no se puede obviar que los volúmenes comercializados por organizaciones como GEPA u Oxfam Intermón son muy superiores a los del resto de casos analizados y, por lo tanto, impactan sobre un mayor número de pequeños productores. Esto nos remite a lo planteado a lo largo del Capítulo 2: la disyuntiva entre mantener los principios originales o aumentar el volumen de ventas, un dilema que, transcurridas más de cuatro décadas desde el lanzamiento del sello Max Havelaar, no parece estar resuelto.

3.6 Conclusiones

A lo largo de este trabajo se han analizado los efectos que tuvieron para los pequeños productores la suspensión en 1989 de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional del Café y la eliminación de las instituciones estatales o paraestatales que tenían atribuidas las funciones de asistencia en la producción, crédito y comercialización. En el caso de México esta institución era el INMECAFE, que también a partir de 1989 inició su paulatino dismantelamiento. Tras su desaparición, las políticas gubernamentales hacia el sector del café siguieron un rumbo errático y descoordinado, siempre con insuficiente dotación de recursos tratándose de un cultivo que es estratégico para el campesinado de la mitad sur del país. Se

trató de unas políticas sectoriales inscritas en lo que ha sido una constante en la actuación del Estado mexicano hacia el sector rural en el último siglo, consistente en apoyar a los campesinos en cierta medida para que no se autonomicen excesivamente, pero no tener con ellos tanta proximidad que obligue a satisfacer todas sus demandas.

Previamente a la desaparición de los organismos reguladores de la producción y comercialización del café, ya existían experiencias de autoorganización, como se ha podido ver en el Capítulo 2 y de forma más extensa en este Capítulo 3. El desgaste del paradigma agrario que había imperado durante décadas condujo a que se conformara, desde mediados de los años 1970, un abanico de organizaciones independientes de las estructuras corporativas del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y altamente combativas, que se fueron articulando regional, estatal y nacionalmente a partir de las comunidades y ejidos. Se caracterizaban por ser movimientos sociales políticamente enfocados, más que organizaciones políticas formales.

En Chiapas, la articulación colectiva de los pequeños productores tuvo como actor principal a la Iglesia Católica, el agente social con más credibilidad política y legitimidad moral entre el campesinado y particularmente entre el campesinado indígena. El Congreso Indígena organizado por la Diócesis de San Cristóbal de las Casas en 1974 supuso un punto de inflexión en la toma de conciencia de unos problemas y desafíos comunes. Dentro de la problemática agraria, sobresalía la preocupación por los bajos precios a los que se veían obligados a vender el café los pequeños productores. Posteriormente al Congreso se crearon organizaciones campesinas que poco después derivaron en cooperativas de pequeños productores de café, las cuales se expandieron por numerosos municipios y regiones de Chiapas.

En el desarrollo cooperativo fue estratégica la llegada a Chiapas de jóvenes licenciados en las universidades del centro y el norte de México, militantes en los movimientos de extrema izquierda de corte maoísta que habían surgido desde finales de los años 1960, los cuales encontraron en Chiapas el entorno idóneo para poner en práctica sus convicciones de organización y movilización popular de masas, un ideario encontró un buen encaje en la tradición comunitario y de acuerdo colectivo de las comunidades indígenas de Chiapas. Su formación agraria y/o económica y su capacidad de liderazgo fueron determinantes en el despegue de las cooperativas cafetaleras y algunos de ellos permanecieron en los equipos técnicos o directivos hasta fechas recientes, aunque en algún caso también se ha generado controversia por el poder que han acumulado en las cooperativas cafetaleras. Por todo ello constituyen un rasgo distintivo de las cooperativas cafetaleras de Chiapas y Oaxaca.

La experiencia en el vecino estado de Oaxaca de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), pionera en la producción y comercialización de café orgánico y de Comercio Justo certificados, fue el ejemplo que siguieron las organizaciones de Chiapas. Los vínculos religiosos entre las diferentes diócesis y por tanto entre los dirigentes de las cooperativas de ambos estados facilitaron una relación solidaria, que se propagó de UCIRI a las

primeras cooperativas chiapanecas, y de éstas a las que se crearon en Chiapas posteriormente. Igualmente fue de gran importancia la institucionalización en México de la inspección y certificación orgánicas, que permitió una mayor proximidad a las organizaciones y reducir los costes de inspección y certificación. La creación de la certificadora mexicana CERTI-MEX fue una iniciativa auspiciada esencialmente por las cooperativas cafetaleras de Chiapas y Oaxaca, con el objetivo de abaratar los costes de inspección y certificación en relación a los de las empresas certificadoras occidentales.

Las cooperativas cafetaleras de Chiapas pasaron por numerosas uniones, escisiones, reagrupaciones, crisis económicas y crisis de liderazgos enfrentados. Ello comportó un continuo movimiento de los productores entre organizaciones, pero se puede constatar que aquellos que pasaron por la experiencia de pertenecer a una organización de pequeños productores de café, muy raramente decidían continuar de forma independiente. El pertenecer a las organizaciones solía comportar más trabajo y una exigencia de calidad mucho mayor en todas las fases productivas en los casos en que la organización apuesta por las certificaciones de Comercio Justo y orgánica, pero ofrecía la contrapartida de mejores precios, infraestructura de transformación del café, formación y capacitación, y continuidad y estabilidad en las relaciones con las importadoras occidentales.

A partir de los años 1980, la apropiación del proceso productivo, la apuesta por la producción de café de calidad e incursionar en los mercados del Comercio Justo y el café orgánico se convirtieron en objetivos centrales de las cooperativas. La apuesta por este modelo cafetalero quedó apuntalada con la creación en 1989 de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), que se convirtió en la organización independiente más representativa de los pequeños productores de café y con más capacidad de proponer políticas efectivas e innovadoras hacia el sector del café, y a nivel estatal con la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE). A partir del 2006, una crisis interna en COOPCAFE, que erosionó la cohesión y la eficacia gerencial, y la insuficiente habilidad para adaptarse a un contexto en el que las organizaciones necesitaban unas prestaciones diferentes, supusieron el inicio de una decadencia en la coordinadora estatal y la progresiva deserción de organizaciones que habían tenido un papel muy activo en ella.

Desde mediados de los años 1990, se le dio continuidad al deseo de apropiarse del proceso productivo mediante el intento de escalar hacia los eslabones más lucrativos de la cadena de valor, que el Comercio Justo y la producción orgánica habían permitido parcialmente. Fue así que diferentes cooperativas y también COOPCAFE, establecieron cafeterías y establecimientos de venta directa al público de café tostado, incursionando de esta manera en los eslabones más rentables. Como el sello de Comercio Justo hegemónico, FLO, no satisfacía la necesidad de las cooperativas de seguir aumentando su cuota de participación en la cadena de valor, se regía con excesiva centralización y poca participación de los productores y no actualizaba los precios mínimos con la deseable frecuencia y al mismo tiempo su certificación

resultaba cara y laboriosa, surgieron alternativas como el sello Símbolo de Pequeños Productores (SPP), las redes solidarias con el movimiento zapatista y con sus cooperativas o la venta directa en el mercado nacional a los consumidores finales como canal casi exclusivo de comercialización. El análisis de las diferentes cadena de valor ha permitido comprobar que las experiencias alternativas, más descentralizadas, apegadas a la realidad de los pequeños productores y con menor peso del aparato burocrático-administrativo, permitió a las organizaciones de pequeños productores retener un mayor porcentaje del valor del café vendido a los consumidores finales. El reto para estos canales alternativos consiste en aumentar su volumen de ventas sin que ello vaya en menoscabo de su fidelidad a los principios del Comercio Justo ni del valor del que se apropian los pequeños productores.

CONCLUSIONES GENERALES

México fue un caso paradigmático de las consecuencias que tuvo para los pequeños productores la nueva hegemonía de los postulados neoliberales en la década de 1980. Los intereses geopolíticos de Estados Unidos, principal país consumidor de café, y el deseo de Brasil, principal productor mundial, de estabilizar los precios, habían conducido a la firma del Acuerdo Internacional del Café (AIC) en 1962, cuyas cláusulas económicas fueron renovadas en diversas ocasiones hasta el verano de 1989. El Acuerdo funcionó de forma eficaz como un mercado imperfecto, ya que consiguió que el comportamiento de los precios estuviera acorde con los esfuerzos para regular la oferta.

La no renovación de las cláusulas económicas del AIC fue acompañada de la supresión de las instituciones públicas que financiaban a los productores, les suministraban inputs, les prestaban asistencia técnica, acopiaban el café y lo exportaban. En México, el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE) inició el abandono de sus funciones en 1989 y dejó de funcionar definitivamente en 1993. El hundimiento de los precios posterior a la no prórroga de las cláusulas económicas del AIC y la situación de desamparo en que quedaron los pequeños productores tras la desaparición del INMECAFE, sumieron al sector en una profunda crisis.

Las características del cultivo del café, con bajos costes de oportunidad y con unas plantas que tardan años en ser productivas una vez han sido plantadas, hacen que la oferta del café sea inelástica, sobre todo en el corto y medio plazo. La demanda es asimismo inelástica, ya que aun no siendo un producto considerado como de primera necesidad, los consumidores modifican escasamente la cantidad consumida ante variaciones en el precio. Esta característica conjunta de la oferta y la demanda amplificó las oscilaciones de los precios cuando el mercado internacional dejó de estar regulado en julio de 1989. El análisis efectuado del caso de México permite observar cómo la superficie sembrada y cosechada no reaccionaba significativamente en el corto plazo ante oscilaciones en los precios.

La desregulación que tuvo lugar desde finales de los años 1980 dio pie a recurrentes crisis de sobreproducción que acentuaron las caídas en los precios. En un mercado liberalizado, las exportaciones de los países productores cada vez representaban un menor porcentaje del total de ventas de la industria global del café, mientras que las empresas multinacionales se beneficiaron de la competencia entre productores para poder adquirir el café a precios más bajos. Asimismo, entraron en un proceso de concentración empresarial que les permitió adquirir un enorme tamaño. La reconstrucción realizada de la trayectoria de Sara Lee y Philip Morris entre 1975 y 2020, periodo en el que, tras cuantiosas fusiones y adquisiciones, acabaron convergiendo para crear un vasto consorcio empresarial de la compra y transformación de materias primas alimentarias, entre ellas el café, muestra cómo el proceso de continuo crecimiento corporativo condujo a la creación de oligopolios y oligopsonios con gran poder de mercado.

Del examen de las políticas hacia el sector del café que ha seguido México desde el último cuarto del siglo XX se desprende una insuficiente cantidad de recursos dedicada a un sector muy relevante del campo mexicano, una frecuente descoordinación y falta de objetivos y directrices claras, escasa participación de las organizaciones de pequeños productores en la definición de la políticas y evidente cercanía con los intereses de algunos grandes grupos empresariales. Ello configura un marco, para el sector minifundista del café de México, menos favorable que el de países eminentemente cafetaleros como Colombia o Costa Rica. Pero por otra parte, las organizaciones de pequeños productores están aprovechando el sustancial incremento del consumo de café que está teniendo lugar en el mercado doméstico, especialmente del café de mayor calidad, para reducir su tradicional dependencia de las exportaciones. Esta tendencia observada en México se puede encuadrar en un fenómeno más generalizado en muchos países productores. Si bien el análisis del mercado mundial del café permite caracterizar el café como un cultivo producido en países en vías de desarrollo que se transforma y consume fundamentalmente en países ricos, se aprecia una firme tendencia a que aumente el consumo en los países productores y en economías emergentes.

Como se ha visto en este trabajo, desde los años 1980 se produjo en algunos estados de México, de forma particularmente intensa en Chiapas, la aparición de una gran cantidad de cooperativas de pequeños productores de café. En la historiografía son escasas las investigaciones que vinculan este desarrollo cooperativo cafetalero con las movilizaciones que anteriormente se habían producido en el medio rural. A partir de los años 1970 tuvo lugar en el estado de Chiapas, el mayor productor de café en México, una movilización campesina auspiciada por la Iglesia Católica, imbuida del ideario de la Teología de la Liberación, y apoyada por activistas de extrema izquierda surgidos de los movimientos estudiantiles de 1968, que ponía en cuestión la lógica de dominación de la oligarquía de Chiapas. El papel de intermediación que la Iglesia tenía entre el mundo indígena y el exterior la convirtió en la institución con mayor influencia política sobre el campesinado de Chiapas. Una muestra de ello la constituyó la masiva participación de las cuatro principales etnias del estado en el Congreso Indígena que organizó la Diócesis de San Cristóbal de las Casas en 1974. A partir de este proceso de movilización se creó la organización Quiptic ta Lecubtesel, que derivó en la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas, el movimiento campesino más extenso y de mayor impacto que hasta aquel momento había existido en Chiapas, de composición fundamentalmente indígena. Estas organizaciones surgidas del Congreso Indígena de 1974 constituían el mayor logro de autoorganización del campesinado que se había dado en Chiapas en el periodo postcolonial y uno de sus ejes de lucha fue la reivindicación de unas mejores condiciones de comercialización del café.

En los años 1980, al panorama de agitación social y política de Chiapas se le añadió la gestación de lo que acabaría siendo el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), en un contexto en el que los grupos de poder tradicionales se resistían a introducir cambios en la forma de gobierno y no concedían legitimidad a las organizaciones sociales que no podían

tutelar. La insurrección del EZLN en enero de 1994 constituyó uno de los acontecimientos más importantes de la historia reciente de México, por las repercusiones nacionales e internacionales que tuvo. La historiografía sobre el cooperativismo de Chiapas no ha prestado suficiente atención a cómo la masiva ocupación de tierras que le siguió fue un factor determinante para la creación de cooperativas de pequeños productores.

Todos los actores sociales que contribuyeron a la movilización contestataria del campesinado tuvieron como denominador común el apostar, tarde o temprano, por un modelo productivo basado en la agroecología. El estudio de la trayectoria de numerosas cooperativas llevado a cabo en este trabajo permite comprobar cómo la apuesta por el café orgánico fue uno de los elementos que más se repitió y que mejor caracteriza el movimiento cooperativo cafetalero de Chiapas desde los años 1980. Los testimonios recogidos en el trabajo de campo revelaron que las técnicas propias de la agricultura orgánica no resultaban ajenas a los productores, ya que en las zonas montañosas de Chiapas la aplicación del paquete tecnológico de la Revolución Verde había sido débil o inexistente.

La creación de numerosas cooperativas a partir de los años 1980, y con más vigor en los años 1990, fue una estrategia frente a la liberalización de los mercados y las consiguientes crisis de precios. A diferencia de las primeras organizaciones creadas tras el Congreso Indígena, muy focalizadas en la lucha por la tierra, su objetivo central pasó a ser la comercialización del café, en un contexto en que la apropiación del proceso productivo y la adopción de técnicas de producción sostenibles iban sustituyendo a la lucha por la tierra entre los pequeños productores de Chiapas. Las primeras cooperativas que se crearon tuvieron como modelo para ser imitado la experiencia en Oaxaca de la Unión de Comunidades Indígenas de la región del Istmo (UCIRI), apoyada por la Diócesis de Tehuantepec. El intenso desarrollo de cooperativas de pequeños productores de café en el estado de Chiapas, con una base social predominantemente indígena, lo llevó a ser también el principal productor de café orgánico del país. El cooperativismo cafetalero de Chiapas ha recibido la atención de distintos investigadores. Lo novedoso en este trabajo es que se ubica espacialmente y se cuantifica temporalmente la aparición de cooperativas cafetaleras en Chiapas, mostrando su evolución a lo largo del tiempo, para relacionarla con los cambios políticos, económicos y sociales que afectaron al sector agrario de México y específicamente al sector del café. Asimismo, aún con la limitación de la muy escasa documentación disponible sobre las cooperativas que dejan de estar operativas o se disuelven, se presenta una estimación de la mortalidad de las cooperativas, una cuestión de la que hasta ahora existía una nula aproximación cuantitativa. La investigación llevada a cabo demuestra que el desarrollo de cooperativas cafetaleras acabó cubriendo la totalidad de los territorios de Chiapas aptos para el cultivo del café, lo cual denota la grave falta de alternativas productivas para el campesinado chiapaneco.

En el crecimiento del fenómeno cooperativo ejercieron un papel central la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), que se convirtió en la mayor repre-

sentación independiente del poder de los pequeños productores de café, y la Coordinadora Estatal de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE), estructura en el estado de Chiapas de la CNOC. La labor de desarrollo y fortalecimiento de las cooperativas que ejercieron estas coordinadoras las ha llevado a ser menos imprescindibles. Especialmente la coordinadora de Chiapas perdió notablemente la capacidad aglutinadora que había tenido desde su fundación y hasta mediados de la primera década del siglo XXI, lo que también estuvo influido por el cambio en los equipos técnico y directivo que se produjo en la segunda mitad de dicha década.

El desarrollo del fenómeno cooperativo cafetalero en Chiapas, intensificado en el decenio de 1990, fue coetáneo con una aceleración de las condiciones adversas hacia los pequeños productores en el mercado internacional. Las particularidades del cultivo del café, junto con las innovaciones técnicas que permitieron utilizar menor cantidad de café para una unidad final de café puesto a disposición del consumidor final, redujeron la demanda de café no procesado en relación a las ventas totales de café del producto y provocaron en el largo plazo un continuo descenso de su precio internacional en términos reales. El cálculo llevado a cabo para el café colombiano permite constatar que, en términos constantes, el precio medio en el año 2019 equivalía a un 47% del precio en 1970.

En estas circunstancias, las empresas multinacionales ensancharon sus márgenes y pudieron apropiarse de un mayor porcentaje del precio final dentro de la cadena de valor, ya que los descensos de precios durante las crisis de sobreproducción no se trasladaban plenamente a los consumidores finales. El cálculo efectuado del diferencial entre los precios pagados a los productores en México y los precios de venta al consumidor final en sus tres principales mercados de exportación demuestra cómo la diferencia se exacerbó en los periodos de bajos precios que ocasionaba la sobreproducción, ya que las reducciones de precios no eran repercutidas a los consumidores o se repercutían tan solo parcialmente.

La liberalización del mercado del café comportó asimismo una mayor inestabilidad de los precios debida a la entrada de capitales especulativos en la negociación del café en las Bolsas de Valores. La alta volatilidad de los precios del café comportó importantes dificultades a las unidades campesinas para planificar su actividad productiva y su presupuesto familiar. La tendencia de los precios analizada en este trabajo, claramente descendente a largo plazo en términos reales, y la cada vez menor participación de los países exportadores y sus productores en las ventas globales de la industria del café, tuvieron unos efectos muy importantes en numerosas regiones cafetaleras. Especialmente durante los periodos de descensos de los precios nominales se acentuaron los índices de pobreza, que desembocaron en intensos procesos migratorios. En las regiones cafetaleras de México se desencadenaron intensos flujos migratorios a partir de las fuertes crisis de precios del café que se dieron desde inicios de los años 1990. Aunque Chiapas se incorporó algo más tarde al proceso migratorio en relación a otros estados de México, hemos visto que a partir de la segunda mitad de la década de 1990 y principios del siglo XXI la expulsión de población rural adquirió un gran vigor.

Frente al cúmulo de dificultades que se desencadenó por la desregulación de los mercados, el Comercio Justo apareció como una vía para garantizar una mayor estabilidad en los precios y que éstos pudieran cubrir los costes de una producción sostenible y una remuneración digna para los productores. Para encontrar los orígenes del Comercio Justo hay que remontarse al periodo inmediatamente posterior a la Segunda Guerra Mundial, cuando en los países industrializados habían surgido iniciativas solidarias destinadas a ayudar a colectivos desfavorecidos comprando sus productos, sobre todo artesanías, a un precio superior al de mercado. La exhaustiva revisión de casos llevada a cabo posibilita concluir que eran iniciativas dispersas y poco coordinadas, sin una visión común sobre cómo funcionar. A partir de los años 1960 se cohesionaron ideológicamente a través de la solidaridad con las luchas anticolonialistas y el marco teórico de las teorías de la dependencia y el subdesarrollo. Los conflictos bélicos en Centroamérica a partir de los años 1980, principalmente el de Nicaragua, estuvieron en el origen de numerosas iniciativas de comercio equitativo, en la mayoría de casos desarrolladas a partir de la importación y venta de café de organizaciones de pequeños productores.

A finales de los años 1980, frente a todas las disfuncionalidades que generaban los mercados liberalizados, en los cuales los pequeños productores eran el eslabón más débil de la cadena, las organizaciones europeas importadoras de productos de Comercio Justo, que hasta entonces habían funcionado de forma descoordinada, se empezaron a articular en redes, al mismo tiempo que el eje se desplazaba de las artesanías a la alimentación, y especialmente al café. Los testimonios de la época hablan del deseo de buscar soluciones a la pobreza que generaran empleo y sus efectos tuvieran más continuidad en el tiempo que la cooperación oficial al desarrollo. Se idearon sellos que garantizaban a los consumidores que los productos habían sido producidos en condiciones dignas y que los productores habían recibido por ellos un precio justo. Lo que hasta entonces se había denominado “Comercio Equitativo” o “Comercio Alternativo” pasó a llamarse “Comercio Justo”. Primero se introdujeron los productos de Comercio Justo y orgánicos en los canales de comercialización mainstream, gracias a los sellos de garantía que permitían a los consumidores identificarlos como diferentes a los productos convencionales. Posteriormente se fueron articulando organizaciones supranacionales que unificaron la imagen de marca y definieron con mayor precisión los estándares que debían cumplir los productos para poder ser certificados, la más importante de las cuales fue “Fairtrade Labelling Organizations International” (FLO), posteriormente llamada “Fairtrade International”.

Como hemos visto, muchas de las cooperativas productoras de café creadas en Chiapas obtuvieron la doble certificación de Comercio Justo y orgánica y consiguieron ir renovándolas, requisito indispensable para exportar y vender su café en nichos de mercado más rentables. Igualmente pudieron tener relaciones estables y duraderas con sus clientes de países occidentales y hacer crecer su base social. Tuvieron como un eje central de su estrategia el producir café orgánico y de alta calidad. No se habían estudiado con suficiente detalle las

múltiples interrelaciones de asistencia y apoyo que se tejieron entre innumerables cooperativas de Chiapas para soslayar las dificultades que encontraban al tener que afrontar la venta en mercados exteriores y la obtención de las certificaciones de Comercio Justo y orgánica.

Muchas otras cooperativas siguieron una trayectoria al margen de las certificaciones. Para el caso de Chiapas no existía una casuística suficientemente amplia que mostrara las diferentes formas de aproximación de las cooperativas a la cuestión de las certificaciones, y el rechazo hacia ellas en no pocos casos. La literatura sobre cooperativas de café y Comercio Justo ha tendido a centrarse en las que siguieron el camino de vender el café a las importadoras de Comercio Justo de Europa y Norteamérica a través de la certificación de Fairtrade International. Este trabajo también abunda en ello, por su relevancia en el proceso que se explica, pero también presta atención a las que tuvieron una trayectoria menos brillante y a las que adoptaron estrategias comerciales al margen de las certificaciones. Se ha visto que un caso relevante fue el de las cooperativas zapatistas que vendieron su café a la red europea solidaria con el movimiento zapatista y cómo consiguieron mantenerse más apegadas a los ideales que habían inspirado el nacimiento del Comercio Justo.

La búsqueda de alternativas al sello hegemónico del Comercio Justo, entre las cuales adquirió una creciente importancia la venta en el mercado nacional, se enmarcó en toda una serie de disfunciones que presentó la actuación de Fairtrade International, como la excesiva centralización, la insuficiente actualización de los precios de referencia del café, el coste de la certificación y la burocracia asociada a ella, así como en profundos debates sobre algunas de sus decisiones, como la admisión de productos cultivados en plantaciones con trabajo asalariado y la entrada de las multinacionales en la comercialización de los productos de Comercio Justo. Particularmente la aceptación de algunos productos procedentes de plantaciones latifundistas con trabajo asalariado, como las bananas o el té, estaba en abierta contradicción con los principios constituyentes del Comercio Justo, ya que eran agentes económicos que excluían del mercado a los pequeños productores y no se trataba de productores organizados horizontal y democráticamente. La distancia que se estaba produciendo entre el funcionamiento de Fairtrade International y el espíritu fundacional del Comercio Justo también tuvo consecuencias entre las organizaciones importadoras europeas que habían impulsado el desarrollo del Comercio Justo. Hemos presentado casos de algunas que dejaron de certificar sus productos, también el café, mediante el sello de Fairtrade International.

Los modestos aumentos de precios que Fairtrade International aplicó entre 1988 y 2011, y los doce años transcurridos entre la subida de los precios mínimos del café que tuvo lugar en el año 2011 y la que se produjo en el año 2023, comportaron un acusado deterioro de poder adquisitivo para los pequeños productores certificados bajo el sello Fairtrade International. La valoración realizada muestra que, en el año 2020, el precio mínimo del café equivalía, en términos reales, al 74% del precio de 1988. Asimismo, los diferentes ejemplos de cadena de valor presentados ofrecen unos resultados menos favorables para los pequeños productores

y sus organizaciones bajo la certificación de Fairtrade International que bajo experiencias alternativas de comercio equitativo.

Los testimonios recopilados en este trabajo muestran que uno de los factores que influyeron en la decisión de optar o no por las certificaciones fue el del tamaño de las organizaciones cooperativas, ya que su coste las hace más convenientes cuanto mayor sea la escala. Sin embargo, los datos disponibles tampoco permiten determinar una nítida relación causal entre el tamaño de las organizaciones y la existencia en ellas o no de los sellos certificadores, ya que existen cooperativas que no se han certificado con un mayor número de socios que otras que sí lo han hecho.

Ante el número cada vez mayor de organizaciones que abandonaron el sello hegemónico del Comercio Justo, o que rechazaron adherirse a cualquiera de los sellos de Comercio Justo y/o a la certificación ecológica, se hace necesario un análisis más detallado. En este trabajo no se ha podido profundizar más en los ingresos y los costes que comportaban ambas certificaciones para las cooperativas, en qué grado el sobreprecio recibido estaba compensando el trabajo y costes adicionales inherentes a las certificaciones y el esfuerzo logístico que comporta la exportación. En la medida en que en México siga creciendo el consumo de café autóctono y de calidad, al ser un mercado cuyos consumidores no otorgan una gran importancia a dichas certificaciones, será una cuestión que no dejará de estar presente. Igualmente, en futuras investigaciones será conveniente evaluar si el sobreprecio que reciben las organizaciones por el café orgánico y de Comercio Justo está valorando suficientemente las externalidades sociales y ambientales que generan las cooperativas cafetaleras, dadas las evidencias sobre los servicios ambientales que presta la producción orgánica de café Arábica bajo sombra y el freno al abandono del medio rural que está permitiendo la labor de las cooperativas cafetaleras.

Una cuestión central en el funcionamiento de las cooperativas fue el modelo de gobernanza más o menos eficaz que consiguieron implantar y el acierto con el que definieron el engranaje, siempre complejo, entre el equipo técnico, el equipo directivo y la base social. La multitud de casos de los que se han obtenido datos pone de manifiesto un panorama muy heterogéneo, que permite constatar que el criterio más o menos acertado con que se determinó el modelo de gobernanza ejerció una gran influencia en la trayectoria de las cooperativas, en su perdurabilidad y en la inserción en el mercado internacional. Hemos podido observar que un funcionamiento más democrático condujo a un mayor control de la actividad de los equipos directivos y técnicos, lo que a su vez dotó de mayor estabilidad a las organizaciones y les permitió funcionar con menos episodios de crisis.

Los datos muestran que un porcentaje relevante de las cooperativas que se crearon se han mantenido en el tiempo. La recopilación del año de constitución de multitud de cooperativas demuestra que un gran número de ellas ya tiene en la actualidad una trayectoria de tres o incluso cuatro décadas, lo que denota una importante capacidad de adaptación ante las

circunstancias cambiantes, la implantación de rigurosos métodos de gestión productiva, comercial y administrativa, y la existencia de un sector relevante de los campesinos de Chiapas que se aferran al café como la vía para seguir siendo campesinos. Además, los proyectos de toda índole que llevan a cabo una parte de las cooperativas, de forma destacada los proyectos destinados a las mujeres, las convierten en un agente de desarrollo rural que ameritaría un mayor apoyo por parte de los gobiernos.

Un importante problema adicional que han estado enfrentando las organizaciones es el del menor apego de los productores hacia las organizaciones, que tienen crecientes dificultades para fidelizar a sus socios, ya que éstos exhiben una actitud más especulativa en función de dónde esperan recibir más beneficios, no sólo en forma de mayores precios por el café, sino de apoyos para mejorar la infraestructura u otro tipo de proyectos de desarrollo. Sería pertinente analizar si algunos elementos de la estrategia y funcionamiento de las organizaciones están contribuyendo a este distanciamiento o a la falta de identificación de una parte de los pequeños productores, o si están influyendo factores que van más allá de las organizaciones.

Las disfunciones internas que han sufrido las cooperativas cafetaleras de Chiapas y que condujeron a la desaparición de algunas de ellas, no son las únicas dificultades que han tenido que enfrentar. Su composición social es eminentemente indígena, y las formas de vida y de producción de sus socios, en las que tienen mucho peso el funcionamiento asambleario y el acuerdo comunitario, tienen un mal encaje en el proyecto de país que prima en México desde hace muchas décadas, a medida que quedaron subvertidos los valores de la Revolución Mexicana de 1910. Décadas de luchas y movilizaciones campesinas, y de negociaciones entre los movimientos campesinos y los diferentes gobiernos no han conseguido apaciguar el agro mexicano, fuente inagotable de conflictos por causa de un estado que no desea ceder a todas sus demandas pero al que tampoco le conviene alejarse excesivamente del campesinado.

El Comercio Justo, que apareció como una tabla de salvación ante la inestabilidad de los precios del único cultivo que les proporcionaba ingresos monetarios relevantes a los campesinos de muchos estados del centro y el sur del país, ha tomado una deriva, especialmente en este siglo XXI, que le ha vaciado de contenido transformador. En la principal organización certificadora, Fairtrade International, el personal con conocimientos sobre el terreno de los países productores, y sobre la problemática rural de los países del Sur, fue paulatinamente substituido por ejecutivos procedentes de grandes empresas, con la misión prioritaria de hacer crecer las ventas. Pero incluso ese objetivo ha sido alcanzado sólo de forma parcial, lo que ha generado un amplísimo debate académico sobre hacia dónde debería encaminarse el Comercio Justo. La amplia perspectiva temporal utilizada en este trabajo hace patente el crecimiento cuantitativo del Comercio Justo, pero al mismo tiempo posibilita observar que, por lo que respecta a la cuota de mercado, el Comercio Justo no ha llegado a alcanzar la penetración comercial que previeron las personas que idearon y fundaron los sellos certificadores como mecanismo para dar el salto a la gran distribución. En algunos países se dio la

excepción de algún producto, lo cual no fue inocuo en relación a la coherencia ideológica del movimiento, ya que se trataba de productos de plantaciones con una intensa penetración en la gran distribución. En futuras investigaciones, sería pertinente analizar si el deterioro en el poder adquisitivo de amplios sectores sociales está frenando la expansión del Comercio Justo en los países que tradicionalmente fueron sus principales mercados, o si es la pérdida de fuerza de los movimientos sociales y la menor prevalencia de valores como el de la solidaridad lo que ha frenado su expansión y su presencia social, pese a su mayor comercialización en los circuitos de consumo masivo.

La comercialización del café orgánico y de Comercio Justo, cada vez más concentrada en la gran distribución, y la prioridad que se dio al aumento de las ventas, propiciaron la entrada de actores ajenos a los valores fundacionales del Comercio Justo y generaron la contradicción de que los principios rectores se aplicaban rigurosamente al principio de la cadena de valor, excepto para el caso de las plantaciones, y de forma mucho más laxa al final de la misma. Se desactivó el componente activista que había caracterizado hasta entonces al movimiento y se debilitó la aplicación efectiva de los principios del Comercio Justo. La consecuencia es que el Comercio Justo viene arrastrando un dilema entre cambiar el sistema económico hegemónico y conseguir mayores cuotas de mercado, aunque en las últimas décadas se ha primado claramente el crecimiento comercial. Como los ingresos de las organizaciones nacionales del principal sello de Comercio Justo, Fairtrade International, estaban en función del volumen de ventas con ese sello que tuviera lugar en sus respectivos países, se creó un conflicto ético entre las ganancias que obtenía de las ventas de los productos certificados, por un lado, y los valores que dicha certificación afirmaba salvaguardar. Todo ello ha hecho que Fairtrade International, en mayor medida que el resto de sellos de Comercio Justo, esté continuamente en el centro de debates y polémicas y que haya recibido numerosas críticas no solamente desde las organizaciones de pequeños productores, sino también desde el ámbito académico.

Mientras tanto, los pequeños productores de Chiapas que no han emigrado hacia el norte de México o hacia Estados Unidos siguen exhibiendo una firme voluntad de continuar apegados a su tierra y su cultura, y continúan teniendo en el café la principal herramienta para poder seguir siendo campesinos. ¿Podrán tener éxito en su empeño? ¿Serán las cooperativas cafetaleras de Chiapas un modelo a seguir para la viabilidad de una agricultura de base orgánica más sostenible basado en la pequeña explotación familiar? Las dificultades a las que se enfrentan no son menores. El impresionante aumento en Chiapas, en los últimos años, del crimen organizado y del narcotráfico, así como los innumerables conflictos nunca resueltos sobre la delimitación de la propiedad de las tierras, no facilitan la labor de las cooperativas, auguran un futuro inmediato muy conflictivo para el estado más meridional de México y elevan el riesgo de descomposición social. Entre el deseo de los campesinos de seguir siéndolo y las numerosas dificultades que se les presentan en el camino se continuará dirimiendo el futuro de las cooperativas de pequeños productores de café.

REFERENCIAS:

- AGUILAR, Andro (2020): “Café mexicano: un gobierno, dos visiones”, *Pie de Página*, 3 de octubre. Disponible en: <https://piedepagina.mx/cafe-mexicano-un-gobierno-dos-visiones/> (consultada el 02/03/2021)
- AGUILAR PINTO, Emma del Carmen (2005): *De Despachos y Agricultores Orgánicos en la microrregión cafetalera selva-norte (2003-2004)*, Tesis de Maestría presentada en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).
- AGUILAR REYNA, Jorge A. y Edgardo O. Mota Martínez (2001): “Exportación de Café Orgánico por los Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla, Chiapas, México”. En VVAA, *Acceso de Campesinos Pobres a Mercados Dinámicos, Conferencia Electrónica*, PROMER, pp. 9-15.
- AGUIRRE SAHARREA, Francisco (1999): “Características políticas de la cafeticultura mexicana”, *Revista Vinculando*. Disponible en: <https://vinculando.org/mercado/cafe/cara-cpolmx.html#vcite> (consultado el 18/06/2023)
- (2001): “Canadá: análisis de la demanda de café en Canadá”, *Revista Vinculando*. Disponible en: https://vinculando.org/mercado/canada/analisis_demanda_cafe_canada.html (consultada el 25/04/2021)
- (2005): “El Café en México”, *Revista Vinculando*. Disponible en: https://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/cafe_mexico.html#vcite (consultada el 25/04/2021)
- AKIYAMA, Takamasa (2001): “Coffee Market Liberalization since 1990”. En Takamasa Akiyama, John Baffes, Donald F. Larson y Panos Varangis (eds.), *Commodity Market Reforms: Lessons of Two Decades*, Washington, DC, The World Bank, pp. 83-120.
- AKIYAMA, Takamasa y Panayotis N. Varangis (1989): *Impact of the International Coffee Agreement's Export Quota System on the World's Coffee Market*, Washington, DC, Policy, Planning and Research Working Paper No. 148, International Commodity Markets Division, International Economics Department, The World Bank.
- (1990): “The Impact of the International Coffee Agreement on Producing Countries”, *The World Bank Economic Review*, Vol. 4, No. 2, pp. 157-173.
- ALLDRED, Sarah (2020): “A Fairtrade story: Celebrating the history of Traidcraft”, *Co-operative News*, 2 de septiembre. Disponible en: <https://www.thenews.coop/149987/topic/history/a-fairtrade-story-celebrating-the-history-of-traidcraft/> (consultada el 16/09/2022)
- ALMANZA ALCALDE, Horacio (2002): *Transnational Social Movements, Solidarity Values and the Grassroots: The Fair Trade Movement, Mexican Coffee Producers and a European NGO Coalition*, Mimeo, Brighton, Universidad de Sussex.
- (2005): “UCIRI: Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo”, *Revista Vinculando*. Disponible en: https://vinculando.org/comerciojusto/mst_comercio_justo/uciri.html (consultado el 20/09/2022)
- ALTIERI, Miguel Ángel (2008): “El papel estratégico de la Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA) frente a los desafíos y oportunidades para una agricultura sustentable en la América Latina y el Caribe del siglo XXI”, *Agroecología*, Vol. 3, pp. 87-95.

- ALTIERI, Miguel A. y Víctor M. Toledo Manzur (2011): “The agroecological revolution of Latin America: rescuing nature, securing food sovereignty and empowering peasants”, *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 38, No. 3, pp. 587-612.
- ALVAREZ MORENO, Lorena Jeanne (2019): *Jcanan Nantic Lum K'in al / Cuidadores y cuidadoras de la madre tierra: un proyecto epistémico y político de educación agroecológica para el Lekil Kuxlejal*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad Iberoamericana – Ciudad de México.
- ANDERSON, Matthew (2013): “Fair Trade: partners in development? A reassessment of trading partnership within the Fair Trade model”. En Brigitte Granville y Janet Dine (eds.), *The Processes and Practices of Fair Trade: Trust, Ethics and Governance*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 79-95.
- APOYOS Y SERVICIOS A LA COMERCIALIZACION AGROPECUARIA (ASERCA) (1997): “El café en México: doscientos años de su producción”, *Claridades Agropecuarias*, No. 52, pp. 3-22, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR).
- AQUINO MORESCHI, Alejandra (2011): “Entre el “sueño zapatista” y el “sueño americano”. La migración a Estados Unidos en una comunidad en resistencia”. En Bruno Baronnet, Mariana Mora Bayo y Richard Stahler-Sholk (coords.), *Luchas “muy otras”: Zapatismo y autonomía en las comunidades indígenas de Chiapas*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco / Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Tuxtla Gutiérrez y San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), pp. 447-488.
- ARANDA BEZAURY, Josefina (2008): “Mujeres con aroma de café”, *La Jornada del Campo*, No. 9, 12 de junio. Disponible en: <https://www.jornada.unam.mx/2008/06/12/mercados.html> (consultada el 6/10/2021)
- ARNOLD, Nadine, Elizabeth Anne Bennett, Manuel Blendin, Mathilde Brochard, Aurélie Carimentrand, Mantiaba Coulibaly, Florence De Ferran, Émile Durochat, Garance Gautrey, Dana Geffner, Camille Leyssene, Jonas Lorenz, Julie Maissonhaute, Olaf Paulsen, Justine Ripoll, Ninon Sirdey y Julie Stoll (2020): *International Guide to Fair Trade Labels*, Nogent-sur-Marne, Francia, Commerce Équitable France, Portland, Oregón, Fair World Project, París, FairNESS France, Berlín, Forum Fairer Handel.
- ARNOT, Chris, Peter C. Boxall y Sean B. Cash (2006): “Do Ethical Consumers Care About Price? A Revealed Preference Analysis of Fair Trade Coffee Purchases”, *Canadian Journal of Agriculture Economics*, Vol. 54, No. 4, pp. 555-565.
- ARRIGHI, Giovanni (2008): “Globalización y desarrollo desigual”, *Mundo Siglo XXI*, No. 13, pp. 5-18.
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CAFÉ (AMECAFE) (2012): *Plan Integral de Promoción del Café de México*.
- ASTIER CALDERÓN, Marta, Jorge Quetzal Argueta Prado, Quetzalcóatl Orozco Ramírez, María Virginia González Santiago, Jaime Morales Hernández, Peter R.W. Gerritsen, Miguel Ángel Escalona Aguilar, Francisco Javier Rosado May, Julio Sánchez Escudero, Tomás Martínez Saldaña, Cristóbal Daniel Sánchez Sánchez, René Arzuffi Barrera, Federico Castrejón Ayala, Helda Eleonora de Guadalupe Morales, María Lorena Soto-Pinto, Ramón Mariaca Méndez, Bruce Gordon Ferguson, Peter M. Rosset, Hugo Magdaleno Ramírez

- Tobías, Ramón Jarquín Gálvez, Fabián García Moya, Carlos González Esquivel y Mirna Ambrosio Montoya (2015): “Historia de la agroecología en México”, *Agroecología*, Vol. 10, No. 2, pp. 9-17.
- AUDEBRAND, Luc K. y Thierry C. Pauchant (2009): “Can the Fair Trade Movement Enrich Traditional Business Ethics? An Historical Study of Its Founders in Mexico”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 87, No. 3, pp. 343-353.
- AYALA DURÁN, Carlos y Guilherme F.W. Radomsky (2020): “Indicaciones Geográficas en Centroamérica; un crecimiento poco diversificado”, *RIVAR (Santiago)*, Vol. 7, No. 20, pp. 1-21.
- AYALA ORTIZ, Dante Ariel, Rita Schwentesi Rindermann y Manuel Ángel Gómez Cruz (2008): “La ecocondicionalidad como instrumento de política agrícola para el desarrollo sustentable en México”, *Gestión y Política Pública*, Vol. XVII, No. 2, pp. 315-353.
- BACON, Christopher M. (2005): “Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?”, *World Development*, Vol. 33, No. 3, pp. 497-511.
- (2010): “Who decides what is fair in fair trade? The agri-environmental governance of standards, access, and price”, *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 37, No. 1, pp. 111-147.
- BACON, Christopher M., Víctor Ernesto Méndez Gamero y Jonathan A. Fox (2008): “Cultivating Sustainable Coffee: Persistent Paradoxes”. En Christopher M. Bacon, Víctor Ernesto Méndez Gamero, Stephen R. Gliessmann, David Goodman y Jonathan A. Fox (eds.), *Confronting the Coffee Crisis: Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America*, Cambridge, Massachusetts y Londres, The MIT Press, pp. 337-372.
- BAHRA, Parminder (2009): “Tea workers still waiting to reap Fairtrade benefits”, *The Times*, 2 de enero. Disponible en: <https://www.thetimes.co.uk/article/tea-workers-still-waiting-to-reap-fairtrade-benefits-5pstzp6xgz5> (consultado el 06/11/2022)
- BAIR, Jennifer (2005): “Global Capitalism and Commodity Chains: Looking Back, Going Forward”, *Competition & Change*, Vol. 9, No. 2, pp. 153-180.
- BALLET, Jérôme y Aurélie Carimentrand (2010): “Fair Trade and the Depersonalization of Ethics”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 92, Supl. 2, pp. 317-330.
- BARBOSA, Lia Pinheiro (2015): *Educación, resistencia y movimientos sociales: la praxis educativo-política de los Sin Tierra y de los Zapatistas*, Ciudad de México, UNAM.
- BARGAWI, Hannah y Susan A. Newman (2009): “From Futures Markets to the Farm-gate: Assessing the Impact of the Financial Crisis along Coffee Chains”, Conferencia Anual celebrada en Coleraine, Irlanda, del 2 al 4 de septiembre del 2009.
- BARKIN RAPPAPORT, David P. (1978): *Desarrollo regional y reorganización campesina: La Chontalpa como reflejo del problema agropecuario mexicano*, Ciudad de México, Editorial Nueva Imagen.
- BARRERA GAYTÁN, Juan Francisco y Manuel Roberto Parra Vázquez (2000): “El café en Chiapas y la investigación en ECOSUR”, *Ecofronteras*, No. 12, pp. 3-6.

- BARRERA GAYTÁN, Juan Francisco, Manuel Roberto Parra Vázquez, Obeimar Balente Herrera Hernández, Ramón Jarquín Gálvez y Hermann A. Jürgen Pohlen (2004): *Plan Estatal de Manejo Agroecológico del Café en Chiapas: Guía hacia una cafecultura sustentable*, Tapachula, Chiapas, COMCAFE / ECOSUR.
- BARRIENTOS, Stephanie, Michael E. Conroy y Elaine Jones (2007): “Mainstreaming Fair Trade in Global Value Chains: Own Brand Sourcing of Fruit and Cocoa in U.K. Supermarkets”. En Laura T. Reynolds, Douglas L. Murray y John Wilkinson (eds.), *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 103-122.
- BARRIENTOS, Stephanie y Sally Smith (2007): “Northern social movements and Fair Trade”. En Laura T. Reynolds, Douglas L. Murray y John Wilkinson (eds.), *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 51-62.
- BARRY, Ibrahima (2017) : *Essais sur la certification des biens de confiance : une analyse théorique et empirique des marchés en asymétrie d’information*, Tesis Doctoral presentada en la Université Grenoble Alpes.
- BARTRA VERGÉS, Armando (2006): “Virtudes económicas, sociales y ambientales el café certificado: el caso de la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca”. En Beatriz Canabal Cristiani, Gabriela Contreras Pérez y Arturo León López (coords.), *Diversidad rural. Estrategias económicas y procesos culturales*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana- Unidad Xochimilco / Plaza y Valdés, pp. 153-202.
- (2008a): “Lo que hay detrás del café campesino”, *La Jornada del Campo*, No. 9, 12 de junio. Disponible en: <https://www.jornada.unam.mx/2008/06/12/mercados.html> (consultada el 6/10/2021)
- (2008b): “Cosecha Local, Aroma Global”, *La Jornada del Campo*, No. 9, 12 de junio. Disponible en: <https://www.jornada.unam.mx/2008/06/12/mercados.html> (consultada el 6/10/2021)
- (2009): “Hacia un Plan de Ayala para el siglo XXI”, *La Jornada del Campo*, No. 27, 12 de diciembre. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/12/12/cafetalero.html> (consultada el 3/10/2021)
- (2013): “De cómo las huertas se hicieron milpas”, *La Jornada del Campo*, No. 66. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2013/03/16/delcampo.html> (consultado el 28/9/2023)
- BARTRA VERGÉS, Armando, María del Rosario Cobo González y Cintia Lorena Paz Paredes Camacho (2011): *La hora del café: dos siglos a muchas voces*, Ciudad de México, Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).
- BATES, Robert H. (1997): *Open-Economy Politics: The Political Economy of the World Coffee Trade*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- BATES, Robert H. y Da-Hsiang Donald Lien (1985): “On the Operations of the International Coffee Agreement”, *International Organization*, Vol. 39, No. 3, pp. 553-559.
- BATTEN, Dallas S. y Michael T. Belongia (1986): “Monetary Policy, Real Exchange Rates, and U.S. Agricultural Exports”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 68, No. 2, pp. 422-427.

- BELLO Y FLORES, Walden (2004): *Desglobalización: Ideas para una Nueva Economía Mundial*, Barcelona, Icaria editorial / Intermón Oxfam.
- BENJAMIN, Thomas (1995 [1989]): *Chiapas: tierra rica, pueblo pobre. Historia política y social*, Ciudad de México, Grijalbo.
- BENNETT, Elizabeth Anne (2012): "Global Social Movements in Global Governance", *Globalizations*, Vol. 9, No. 6, pp. 799-813.
- (2013): "A short history of Fairtrade certification governance". En Brigitte Granville y Janet Dine (eds.), *The Processes and Practices of Fair Trade: Trust, Ethics and Governance*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 43-78.
- BERNSTEIN, Steven y Benjamin Cashore (2007): "Can non-state global governance be legitimate? An analytical framework", *Regulation and Governance*, Vol. 1, No. 4, pp. 347-371.
- BEZBOURAH, Prahbat Kemal (2012): *The Future of Futures Contracts in Tea: An Indian Scenario*, Colombo, Sri Lanka, Committee on Commodity Problems-FAO.
- BINFORD, Leigh (2002): "Remesas y subdesarrollo en México", *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, Vol. XXIII, No. 90, pp. 117-158.
- (2007): "Lo local y lo global en la migración internacional: una revisión de nuevos estudios en Puebla y Veracruz". En Rosío Córdova Plaza, Cristina Núñez Madrazo y David Alan Skeritt Gardner (eds.), *In God We Trust. Del campo mexicano al sueño americano*, Xalapa-Enríquez, Veracruz, Universidad Veracruzana, Ciudad de México, CONACYT/Plaza y Valdés, pp. 137-166.
- BISAILLON, Véronique, Corinne Gendron y Marie-France Turcotte (2005): *Fair trade and the solidarity economy: the challenges ahead*, Montreal, Alliance 21 / Université du Québec à Montréal (UQAM).
- BLOWFIELD, Michael, Stephanie Gallat, Annabelle Malins, Bill Maynard, Valerie Nelson y Dawn Robinson (1999): *Ethical Trade and Sustainable Rural Livelihoods*, Chatham, Kent, Reino Unido, Natural Resources Institute, University of Greenwich.
- BOEGE SCHMIDT, Eckart (2008): *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México. Hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agrobiodiversidad en los territorios indígenas*, Ciudad de México, INAH-CDI.
- BONANNO, Alessandro, William H. Friedland, Luis Llambí Insua, Terry K. Marsden, Manuel Belo Moreira y Robert Schaeffer (1994), "Global Post-Fordism and Concepts of the State", *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, Vol. 4, pp. 11-29.
- BORDO, Michael D. (1993): "The Bretton Woods International Monetary System: A Historical Overview". En Michael D. Bordo y Barry Eichengreen (eds.), *A Retrospective on the Bretton Woods System: Lessons for International Monetary Reform*, Chicago, University of Chicago Press, pp. 3-108.
- BOWEN, Bríd (2001): "Let's go Fair!". En Jean-Marie Krier (ed.), *Fair Trade Yearbook: Challenges of Fair Trade 2001-2003*, Gante, Bélgica, pp. 21-41.
- BOYER, Robert (2002): "From canonical Fordism to different modes of development". En

- Robert Boyer y Yves Saillard (eds.), *Regulation Theory: The State of the Art*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 231-237.
- BRANDT, Hartmut (1991): *The Formulation of a New International Coffee Agreement*, Berlin, German Development Institute (GDI).
- BRAUNHOLZ, Jan (2020): “Fluchtursache Nestlé”, *Multiwatch*, 24 de abril. Disponible en: https://multiwatch.ch/fluchtursache_nestle/ (consultado el 6/9/2022)
- BROWN, Keith (2015): “Consumer politics, political consumption and fair trade”. En Laura T. Raynolds y Elizabeth Anne Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*, Cheltenham, Gloucestershire, Reino Unido y Northampton, Massachusetts, Edward Elgar Publishing, pp. 157-173.
- BRYSK, Alison (2000): *From Tribal Village to Global Village: Indian Rights and International Relations in Latin America*, Stanford, CA, Stanford University Press.
- BURBACH, Roger (1994): “Roots of the Postmodern Rebellion in Chiapas”, *New Left Review*, No. 205, pp. 113-124.
- BUSCH, Lawrence (2007): “Performing the economy, performing science: from neoclassical to supply chain models in the agrifood sector”, *Economy and Society*, Vol. 36, No. 3, pp. 437-466.
- (2010): “Standards, Law, and Governance”, *Journal of Rural Social Sciences*, Vol. 25, No. 3, pp. 56-78.
- BUSCH, Lawrence y Carmen Bain (2004): “New! Improved? The Transformation of the Global Agrifood System”, *Rural Sociology*, Vol. 69, No. 3, pp. 321-346.
- CALDERÓN SALAZAR, Jorge Alfonso (1990): “Crisis y Reestructuración de la Economía Mexicana”. En Dieter Paas, Bernardino Mata García y Roberto Núñez (eds), *La cuestión económica en las organizaciones autogestivas*, Ciudad de México, Fundación Friedrich Naumann, pp. 27-45.
- CALVILLO UNNA, Alejandro (2008): “Nestlé, aroma de explotación”, *La Jornada del Campo*, No. 9, 12 de junio. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2008/06/12/mercados.html> (consultada el 6/10/2021)
- CAMAS REYES, Francisco Javier (2010): *Organizaciones de la sociedad civil en Tapachula, Chiapas, y su contribución al desarrollo regional. Análisis comparativo de las condiciones que determinan su mayor capacidad productiva*, Tesis Doctoral presentada en el Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México.
- CANET BRENES, Guillermo, Carlos Soto Viquez, Patricia Ocampo Thomason, Javier Rivera Ramírez, Alejandra Navarro Hurtado, Guadalupe M. Guatemala Morales y Socorro Villanueva Rodríguez (2016): *La situación y tendencias de la producción de café en América Latina y el Caribe*, San José, Costa Rica, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Guadalajara, Jalisco, Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco A.C. (CIATEJ).
- CANNING, Anna (2020): “Rainforest Alliance is Not Fair Trade”, Portland, OR, Fair World Project.

- CANO SANZ, Carlos Gustavo, César Vallejo Mejía, Edgar Caicedo García, Juan Sebastián Amador Torres y Evelyn Yohana Tique Calderón (2012): “El mercado mundial del café y su impacto en Colombia”, *Borradores de Economía*, No. 710, Bogotá, Colombia, Banco de la República, pp. 1-56.
- CANTOS FONT, Eduard (1998): *El porqué del comercio justo: Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas*, Barcelona, Icaria Editorial, Colección Antrazyt, 123.
- CAO, Belong, Shamila Jayasuriya y William Shambora (2010): “Holding a commodity futures index fund in a globally diversified portfolio: A placebo effect?”, *Economics Bulletin*, Vol. 30, No. 3, pp. 1842-1851.
- CAPECCHI, Vittorio y Andrea Gallina (2006): “Trayectorias tecnológicas creativas y redes largas”. En Andrea Gallina, Jorge Núñez Jover, Vittorio Capecchi y Luis Félix Montalvo Arriete (comps.), *Innovaciones creativas y desarrollo humano*, Montevideo, Ediciones Trilce, pp. 63-100.
- CARRARO, Federica, Rodrigo Fernández Miranda y José Verdú de la Orden (2006): *El rompecabezas de la equidad: Investigación y aportes críticos al movimiento del Comercio Justo*, Barcelona, Icaria.
- CASWELL, Julie A. y Eliza M. Mojduszka (1996): “Using Informational Labeling to Influence the Market for Quality in Food Products”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 78, No. 5, pp. 1248-1253.
- CAUDURO MADRID, Renata (2006): *La crisis internacional de los precios del café y sus repercusiones en los productores del municipio de Coatepec, Veracruz*, Ciudad de México, Tesis de Licenciatura presentada en la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Azcapotzalco.
- CAYÓN RUISÁNCHEZ, Elena, María del Mar García de los Salmones Sánchez y Andrea Pérez Ruiz (2016): “El perfil del consumidor de Comercio Justo”, *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, No. 23, pp. 75-95.
- CEDILLO CEDILLO, Adela (2012): “Análisis de la fundación del EZLN en Chiapas desde la perspectiva de la acción colectiva insurgente”, *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, Vol. 10, No. 2, pp. 15-34.
- CELIS CALLEJAS, Fernando (2005): “El Modelo de Comercialización y Consumo de Café en México”, *Revista Vinculando*. Disponible en: <http://vinculando.org/documentos/comercializacioncafemexico.html> (consultada el 10/01/2021)
- (2008): “Un futuro mejor para los cafetaleros”, *La Jornada del Campo*, No. 9, 12 de junio. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2008/06/12/hora.html> (consultada el 5/2/2021)
- (2009): “Las organizaciones de los cafetaleros”, *La Jornada del Campo*, No. 26, 14 de noviembre. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/11/14/cafetaleros.html> (consultada el 6/2/2018)
- (2010): “La producción de café y el presupuesto público de 2011”, *La Jornada del Campo*, No. 36, 18 de septiembre. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2010/09/18/fao.html> (consultada el 5/2/2021)

- (2013): “El TLCAN y la cafecultura mexicana”, *La Jornada del Campo*, No. 74, 16 de noviembre. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2013/11/16/cam-cafe.html>
- (2015): “La CNOC; una organización cafetalera independiente”, *La Jornada del Campo*, No. 95, 15 de agosto. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2015/08/15/cam-cnoc.html>
- (2019a): *Comentarios a las declaraciones de un directivo de la Nestlé*, Ciudad de México, Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), comunicado de 12 de febrero.
- (2019b): “Incertidumbre y molestia: la voz de los cafetaleros”, *La Jornada del Campo*, No. 142, 20 de julio. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2019/07/20/cam-voz.html> (consultada el 6/8/2019)
- (2019c): “Urge una mayor articulación institucional”, *Cafés de México*, No. 300, pp. 5-6.
- (2019d): “Incertidumbre con las políticas cafetaleras”, Ciudad de México, CNOC.
- CENTRO DE ESTUDIOS DE LAS FINANZAS PÚBLICAS (CEFP) (2001): *El mercado del café en México*, Ciudad de México, CEF.
- CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE Y LA SOBERANÍA ALIMENTARIA (CEDRSSA) (2014): *Producción y mercado de café en el mundo y en México*, CEDRSSA.
- CERVANTES TREJO, Edith (2022): “Reproducción de espacios biodiversificados y acción colectiva en la comunidad tsotsil, Altos de Chiapas, México”, *Eutopía*, No. 21, pp. 184-201.
- CHADI, Inés (2012): *Fair Trade institutionalization: Disembedding a social movement*, Lovaina, Tesis presentada en el marco del Máster en Ciencia Política de la Universidad Católica de Lovaina.
- CHAO, Pei (2008): “Exploring the nature of the relationships between service quality and customer loyalty: an attribute level analysis”, *The Service Industries Journal*, Vol. 28, No. 1, pp. 95-116.
- CHARVERIAT, Celine (2001): *Bitter Coffee: How the Poor are Paying the Slump in Coffee Prices*, Londres, Oxfam.
- CHÁVEZ BECKER, Carlos Gabriel y Alejandro Natal Martínez González (2012): “Desarrollo regional y acción de base: El caso de una organización indígena de productores de café en Oaxaca”, *Economía, Sociedad y Territorio*, Vol. XII, No. 40, pp. 597-618.
- CHÁVEZ BECKER, Carlos Gabriel y Silvia Nuria Jurado Celis (2015): “Comercio justo, producción cafetalera y sociedad civil en Centroamérica”, *Eutopía*, No. 7, pp. 27-37.
- CHÁVEZ LOMELÍ, Ana Margarita (2000): *Migración en el estado de Veracruz. 1996-2000*, Xalapa, Veracruz, Consejo Nacional de Población de Veracruz.
- CLAPP, Jennifer y Eric Helleiner (2012): “Troubled futures? The global food crisis and the politics of agricultural derivatives regulation”, *Review of International Political Economy*, Vol. 19, No. 2, pp. 181-207.

- CLARA RAHOLA, Joaquim (2017): “Características en el mercado de futuros de café”. Disponible en: <https://economia-empresa.blogs.uoc.edu/es/mercado-futuros-cafe/> (consultada el 7/1/2021)
- CLARK, Simon y Heather Walsh (2011): “Fair Trade Proving Anything But To Farmers in \$6 Billion Market”, Londres, Business & Human Rights Resource Centre.
- COBO GONZÁLEZ, María del Rosario y Cintia Lorena Paz Paredes Camacho (2009): *Milpas y cafetales en Los Altos de Chiapas*, Ciudad de México, SEMARNAT/CONABIO/Corredor Biológico Mesoamericano México - Global Environment Facility - Instituto de Estudios para el Desarrollo Rural Maya, Serie Acciones, No. 7.
- COLIN, France-Lise e Íñigo Aldekozea (2005): “Producción agroecológica en el sur de Costa Rica: la experiencia de AFAPROSUR”, *LEISA Revista de Agroecología*, Vol. 21, No. 2, pp. 5-8.
- COMISIÓN NACIONAL PARA EL CONOCIMIENTO Y USO DE LA BIODIVERSIDAD (CONABIO) (1998): *La diversidad biológica de México: Estudio de país, 1998*, Ciudad de México, CONABIO.
- (2013): *La biodiversidad en Chiapas: Estudio de Estado*, Ciudad de México, CONABIO, Tuxtla Gutiérrez, Gobierno del Estado de Chiapas.
- COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (CDI) (2010): *Indicadores sociodemográficos de la población total y la población indígena*, Ciudad de México, CDI. Disponible en: www.cdi.gob.mx/cedulas/index.html (consultada el 17/03/2018).
- (2012): *Instituto Nacional Indigenista-Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas 1948-2012*, Ciudad de México, CDI.
- COMITÉ ESTATAL DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y GEOGRÁFICA (CEIEG) (2012): *Geografía y Medio Ambiente*. Disponible en: http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/wp-content/uploads/downloads/productosdgei/CIGECH/CIGECH_GEOG_Y_MEDIO_AMB.pdf (consultada el 24/4/2018)
- CONROY, Michael E. (2007): *Branded! How the ‘Certification Revolution’ is Transforming Global Corporations*, Gabriela Island, British Columbia, Canadá, New Society Publishers.
- CONSTANCE, Douglas H. y William D. Heffernan (1991): “The Global Poultry Agro/Food Complex”, *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, Vol. I, pp. 126-142.
- (1994): “Las empresas transnacionales y la globalización del sistema alimentario”. En Alessandro Bonanno (ed.), *La Globalización del Sector Agrícola y Alimentario*, Madrid, Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Serie Estudios, pp. 105-144.
- COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO (CECJ) (2015): *El Comercio Justo en España 2014*, Madrid, CECJ.
- (2019): *El Comercio Justo en España 2018*, Madrid, CECJ.

- COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO (CECJ) y EMAÚS, Fundación Social (2008a): *El Comercio Justo como herramienta de cooperación al desarrollo*, Madrid y Donostia, CECJ, Donostia, EMAÚS, Fundación Social.
- (2008b): *El movimiento del Comercio Justo*, Madrid y Donostia, CECJ, Donostia, EMAÚS, Fundación Social.
- COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAFETALERAS (CNOC) (2020a): “Muchas preguntas de los productores sobre los bajos precios actuales del café y qué se haría si bajan más”, Ciudad de México, comunicado de 23 de julio de 2020.
- (2020b): “La creciente producción mundial de café robusta de bajo precio afectará la producción y consumo de café mexicano”, Ciudad de México, comunicado de 23 de noviembre de 2020.
- CÓRDOVA PLAZA, Rosío y Ana Isabel Fontecilla Carbonell (2008): “Lo que quedó tras la crisis del café: migración y manejo de recursos naturales en el centro de Veracruz”, *Ulúa*, Vol. 6, No.12, pp. 73-111.
- COSCIONE, Marco (2012a): “El comercio justo entre la cooptación y las luchas de los pequeños productores”, *Rebelión*. Disponible en: <https://rebelion.org/el-comercio-justo-entre-la-cooptacion-y-las-luchas-de-los-pequenos-productores/> (consultada el 26/1/2021)
- (2012b): *La CLAC y la defensa del pequeño productor*, Santo Domingo, República Dominicana, Editorial FUNGLODE (Fundación Global Democracia y Desarrollo).
- (2014): “Cambios históricos en la *governance* del sistema *Fairtrade*: los productores del Sur ganan voz y protagonismo”, *Otra Economía*, Vol. 8, No. 14, pp. 70-82.
- (2015): “América Latina y el sentido originario del comercio justo”, *Eutopía. Revista de Desarrollo Económico Territorial*, No. 7, pp. 11-26.
- (2016): “Comercio Justo Sur-Sur: Apuntes desde América Latina”. En VVAA, *El Comercio Justo: Una Mirada al Sur. Origen, redes e impactos*, Córdoba, Área de Cooperación y Solidaridad-Universidad de Córdoba, pp. 34-39.
- (2017): “La Unión Europea y el Comercio Justo: ¿qué rol para los productores?”, *De-coopChile*, 25 de julio. Disponible en: <https://www.decoopchile.cl/la-union-europea-y-el-comercio-justo-que-rol-para-los-productores/> (consultado el 17/11/2022)
- COURVILLE, Sasha (2008): “Organic and Social Certifications: Recent Developments from the Global Regulators”. En Christopher M. Bacon, Víctor Ernesto Méndez Gamero, Stephen R. Gliessmann, David Goodman y Jonathan A. Fox (eds.), *Confronting the Coffee Crisis: Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America*, Cambridge, Massachusetts y Londres, The MIT Press, pp. 289-310.
- COWE, Roger y Simon Williams (2000): *Who are ethical consumers?*, Ethical Consumerism Report, Manchester, Co-operative Bank.
- CRABTREE, John (2003): “Coffee Collapse is Leading to Global Drug Boom”, Oxford, Oxfam UK.
- CROWE, Trevor J. (1997): “Coffee Futures Price Behaviour and Fund Investment”, Londres, *ICO Coffee Newsletter*, No. 4, pp. 4-8.

- CRUZ HERNÁNDEZ, Isabel (2019): “La Nestlé y la ausencia de estrategias gubernamentales en el café”, *El Financiero*, 8 de enero. Disponible en: <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/isabel-cruz/la-nestle-y-la-ausencia-de-estrategias-gubernamentales-en-el-cafe> (consultada el 20/3/2019)
- CUADRAS ANGUITA, Susanna (2017): “El café en Costa Rica”, *Fórum Café*, No. 69, pp. 6-11.
- CUÉLLAR PADILLA, María del Carmen y Carola Reintjes (2009): *Los sellos y sistemas de garantía para el Comercio Justo: Compra responsable*, Barcelona, Icaria.
- DAL FIUME, Giorgio (2013): “El caso ‘Ctm altromercato’. Notas desde una parte del Comercio Justo italiano”. En Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), *El Comercio Justo en España 2012. Alianzas en movimiento*, Madrid, CECJ, pp. 62-69.
- DANKERS, Cora y Pascal Liu (2004): *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*, Roma, FAO, Documentos de la FAO sobre productos básicos y comercio.
- DAVIRON, Benoit (1993) : *Conflit et cooperation sur le marché international du café : une analyse de longue période*, Tesis Doctoral presentada en la École Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier.
- DAVIRON, Benoit y Stefano Ponte (2005): *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*, Londres y Nueva York, Zed Books / Wageningen, Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation.
- DAVIRON, Benoit y Isabelle Vagneron (2011): “From Commoditisation to De-commoditisation... and Back Again: Discussing the Role of Sustainability Standards for Agricultural Products”, *Development Policy Review*, Vol. 29, No. 1, pp. 91-113.
- DE GORTER, Harry y Johan F.M. Swinnen (2002): “Political economy of agricultural policy”, *Handbook of Agricultural Economics*, Vol. 2, Part B, pp. 1893-1943.
- DE JANVRY, Alain, Craig McIntosh y Elisabeth Sadoulet (2015): “Fair Trade and Free Entry: Can a Disequilibrium Market Serve as a Development Tool?”, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 97, No. 3, pp. 567-573.
- DELAPIERRE, Michel (1996) : «Les firmes multinationales : évolutions structurelles et stratégies face à la mondialisation», *Economie Rurale*, Vol. 231, No. 1, pp. 12-20.
- DENNY, Charlotte (2001): “Coffee cartel calls it quits”, *The Guardian*, 22 de octubre. Disponible en: <https://www.theguardian.com/business/2001/oct/22/3> (consultado el 28/01/2022)
- DE PELSMACKER, Patrick, Wim Janssens, Ellen Sterckx y Caroline Mielants (2006): “Fair-trade beliefs, attitudes and buying behaviour of Belgian consumers”, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 11, No. 2, pp. 125-138.
- DE RIVERO BARRETO, Oswaldo (2001): *The Myth of Development: The Non-Viable Economies of the 21st Century*, Londres y Nueva York, Zed Books.
- DE SCHUTTER, Olivier (2010): “Food Commodities Speculation and Food Price Crises: Regulation to Reduce the Risks of Price Volatility”, Briefing Note 02, Ginebra y Nueva York, Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights.

- (2011): *Agroecology and the right to food*, Report presented at the 16th Session of the United Nations Human Rights Council, Ginebra.
- DE SOUZA DIAS, Gustavo Henrique y Josefa Salete Barbosa Cavalcanti (2011): “Labor Mobility in the Field of Agriculture and Food Globalization”. En Alessandro Bonanno y Josefa Salete Barbosa Cavalcanti (eds.), *Globalization and the Time-Space Reorganization: Capital Mobility in Agriculture and Food in the Americas*, Research in Rural Sociology and Development, Vol. 17, Bingley, Reino Unido, Emerald Group Publishing Limited, pp. 83-108.
- DE VOS, Jan (2002): *Una tierra para sembrar sueños. Historia reciente de la Selva Lacandona, 1950-2000*, Ciudad de México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social / Fondo de Cultura Económica.
- DÍAZ CÁRDENAS, Salvador, Juan Ramón Pérez Pérez, Benigno Rodríguez Padrón, Ateógenes L. Licona Vargas y Esteban Escamilla Prado (1996): “Sistemas de policultivo: una alternativa a la crisis del café en Veracruz, México”. En Horacio Mackinlay y Eckart Boege Schmidt (coords. del volumen), *La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio. Vol. III. El acceso a los recursos naturales y el desarrollo sustentable*, Ciudad de México, Instituto Nacional de Antropología e Historia / Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco / Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales / Plaza y Valdés, pp. 307-322.
- DÍAZ CÁRDENAS, Salvador y José Domingo Robledo Martínez (coords.) (2005): *Plan Rector del Sistema Producto Café en México*, Ciudad de México, SAGARPA/Universidad Autónoma Chapingo-CENIDERCAFE/INCARural/REMEXCAFE.
- DÍAZ-SALADO ARRANZ, Lola (1997): “Comercio justo-Consumo responsable”, *Cuadernos África América Latina*, No. 26, pp. 141-148.
- DICKINSON, Rink (2011): “An Analysis of Fair Trade: Reflections from a Founder (Part III)”. Disponible en: <https://smallfarmersbigchange.coop/2011/10/25/an-analysis-of-fair-trade-reflections-from-a-founder-part-iii/> (consultado el 04/10/2022)
- DOGLIOTTI, Fabrizio, Jordi Gascón Gutiérrez y Xavier Montagut Guix (2010): *Comercio Justo desde la Soberanía Alimentaria: Herramientas para un análisis crítico*, Barcelona, Espacio por un Comercio Justo / Xarxa de Consum Solidari.
- DOMANSKI, Dietrich y Alexander Heath (2007): “Financial investors and commodity markets”, *BIS Quarterly Review* (March), pp. 53-67.
- DOMÉNECH LLORENTE, Javier (2004): “Plaguicidas: Sus efectos en la salud humana”, *Offarm*, Vol. 23, No. 7, pp. 108-114.
- DOMÍNGUEZ ORTEGA, Erisel (2008): *El Café de México en el Mundo*, Ciudad de México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey – Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública, Campus Ciudad de México.
- DOPPLER, Flurina y Alma Amalia González Cabañas (2006): “Comercio Justo: ventajas y sinsabores para los productores”, *Puente@Europa*, Año IV, No. 2, pp. 30-35.
- (2007): “El Comercio Justo: entre la institucionalización y la confianza”, *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, Vol. 38, No. 149, pp. 181-202.

- (2010): “Construcción de la confianza en la certificación del Comercio Justo”, *L’Ordinaire des Amériques*, No. 213, pp. 175-197.
- DOYLE, Emmet, Jonathan Hill y Ian Jack (2007): *Growth in Commodity Investment: Risks and Challenges for Commodity Market Participants*, Londres, FSA Markets Infrastructure Department- Financial Services Authority (FSA).
- DRAGUSANU, Raluca, Daniele Giovannucci y Nathan Nunn (2014): “The Economics of Fair Trade”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 28, No. 3, pp. 217-236.
- DRAGUSANU, Raluca, Eduardo Montero y Nathan Nunn (2018): “The Effects of Fair Trade Certification: Evidence from Coffee Producers in Costa Rica”, National Bureau of Economic Research Working Paper No. 24260, Cambridge, Massachusetts.
- DURAND ARP-NISEN, Jorge G. y Douglas S. Massey (2003) : *Clandestinos: Migración México-Estados Unidos en los albores del siglo XXI*, Zacatecas, Universidad Autónoma de Zacatecas, Ciudad de México, Miguel Ángel Porrúa.
- DURÁN OLGUÍN, Leonardo (2008): “ Cultivo orgánico y comercio justo: esperanza y realidad”, *La Jornada del Campo*, 12 de junio. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2008/06/12/hora.html> (consultada el 16/12/2020)
- DURIS, Daniel (2007): *Atlas on Regional Integration in West Africa*, Economy Series, Abuja, Nigeria, Economic Community of West Africa States (ECOWAS) / París, Sahel and West Africa Club (SWAC)-OCDE.
- EAKIN, Hallie, Catherine M. Tucker y Edwin J. Castellanos López (2006): “Responding to the coffee crisis: a pilot study of farmer’s adaptation in Mexico, Guatemala and Honduras”, *The Geographical Journal*, Vol. 172, No. 2, pp. 156-171.
- ECHAVARRÍA SOTO, Juan José, María del Pilar Esguerra Umaña, Daniela McAllister Harker y Carlos Felipe Robayo (2014): *Informe de la misión de estudios para la competitividad de la caficultura en Colombia*. Disponible en: <https://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Archivos/Resumen-Ejecutivo-version-definitiva/> (consultada el 23/06/2022)
- EDELMAN, Marc (2014): “Food sovereignty: forgotten genealogies and future regulatory challenges”, *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 41, No. 6, pp. 959-978.
- EDELMAN, Marc, Tony Weis, Amita Baviskar, Saturnino M. Borrás Jr, Eric Holt Giménez, Deniz Kandiyoti y Wendy Wolfort (2014): “Introduction: critical perspectives on food sovereignty”, *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 41, No. 6, pp. 911-931.
- ELDER, Sara D., Jane Lister y Peter Dauvergne (2014): “Big retail and sustainable coffee: A new development studies research agenda”, *Progress in Development Studies*, Vol. 14, No. 1, pp. 77-90.
- ENCISO L., Angélica (2021): “Aumenta la crisis para cafetaleros, denuncian”, *La Jornada*, 8 de marzo. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2021/03/08/politica/017n2pol> (consultado el 25/6/2023)
- ENLACE SUR-SUR EN MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO (1995): *Memoria del Segundo Encuentro Estatal de Campesino a Campesino de Productores Orgánicos*, Realizado del 8 al 11 de noviembre de 1995 en la ciudad y alrededores de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México, Enlace Sur-Sur en Medio Ambiente y Desarrollo.

- ESCAMILLA PRADO, Esteban, Octavio Ruiz Rosado, Gabriel Díaz Padilla, Cesáreo Landeros Sánchez, Diego Esteban Platas Rosado, Alfredo Zamarripa Colmenero y Víctor Arturo González Hernández (2005): “El agroecosistema café orgánico en México”, *Manejo Integrado de Plagas y Agroecología*, No. 76, pp. 5-16.
- ESCAMILLA PRADO, Esteban, Juan Ángel Tinoco Rueda, Hugo Alberto Pérez Villatoro, Ángel de Jesús Aguilar Calvo, Rufo Sánchez Hernández y Diana Ayala Montejó (2021): “Transformación socioecológica en el agroecosistema café afectado por roya en Chiapas, México”, *Revista Fitotecnia Mexicana*, Vol. 44, No. 4, pp. 643-653.
- ESGUERRA UMAÑA, María del Pilar y Daniela McAllister Harker (2013): *El mercado internacional del café verde, su evolución reciente y sus perspectivas, 2013-2020*, Misión de Estudios para la Competitividad de la Caficultura en Colombia, Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.
- ESTEVA FIGUEROA, Gustavo (1984 [1980]): *La batalla en el México rural*, Ciudad de México, Siglo Veintiuno Editores.
- ESTRADA SAAVEDRA, Marco A. (2006): “Entre utopía y realidad: historia de la Unión de Ejidos de la Selva”, *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, Vol. IV, No. 1, pp. 112-135.
- ETXEZARRETA ZUBIZARRETA, Miren (coord.) (2006): *La agricultura española en la era de la globalización*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL (2012): *Análisis del Mercado Nacional y Regional del Café en México*.
- (2017): *Análisis del Mercado de Consumo de Café en México 2016*.
- (2018): *Coffee in 2018: The New Era of Coffee Everywhere*.
- EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION (EFTA) (1995): *Fair Trade Yearbook 1995*, Maastricht, Países Bajos.
- FAFCHAMPS, Marcel y Ruth Vargas Hill (2008): “Price Transmission and Trader Entry in Domestic Commodity Markets”, *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 56, No. 4, pp. 729-766.
- FAIRCOMPANIES (2007): “Sobre la organización de comercio alternativo (ATO)”, Faircompanies. Disponible en: <https://faircompanies.com/articles/sobre-la-organizacion-de-comercio-alternativo-ato/> (consultado el 18/5/2022)
- FAIRTRADE CANADA (2020): *Annual Report 2019*, Ottawa, Canadá, Fairtrade Canada.
- FAIRTRADE FEDERATION (2002): “2002 report on Fair Trade trends in the US & Canada”, Washington, DC, Fair Trade Federation.
- FAIRTRADE FOUNDATION (s/f): *About Coffee*, Londres, Reino Unido. Disponible en: <https://www.fairtrade.org.uk/en/farmers-and-workers/coffee/about-coffee> (consultada el 14/6/2019).
- (2012): *Fairtrade and Coffee*, Commodity Briefing, Londres, Reino Unido, Fairtrade Foundation.

- FAIRTRADE INTERNATIONAL (2012): *For Producers, with Producers. Annual Report 2011-2012*, Bonn, Fairtrade International.
- (2013): *Unlocking the power. Annual Report 2012-2013*, Bonn, Fairtrade International.
- (2014): *Strong Producers, Strong Future. Annual Report 2013-2014*, Bonn, Fairtrade International.
- (2015): *Global Change, Local Leadership. Annual Report 2014-2015*, Bonn, Fairtrade International.
- (2016): *Driving sales, deepening impact. Annual Report 2015-2016*, Bonn, Fairtrade International.
- (2018): *Working Together for Fair and Sustainable Trade. Annual Report 2017-2018*, Bonn, Fairtrade International.
- (2019a): *Choosing a Fairer Future through Trade. Annual Report 2018-2019*, Bonn, Fairtrade International.
- (2019b): *Wake up: Six reasons to choose Fairtrade coffee*, Bonn, Fairtrade International.
- (2021): *The Future is Fair. Annual Report 2020-2021*, Bonn, Fairtrade International.
- (2022a): *Fairtrade minimum price and Fairtrade premium table*, Bonn, Fairtrade International.
- (2022b): *Building resilience in a changing world. Annual Report 2021-2022*, Bonn, Fairtrade International.
- FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL (FLO) (2004): *Shopping for a Better World. Annual Report 03/04*, Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International.
- (2006): *Building Trust. Annual Report 2005/06*, Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International.
- (2007): *Shaping Global Partnerships. Annual Report 2006/07*, Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International.
- (2008): *An Inspiration for Change. Annual Report 2007*, Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International.
- (2009): *Fairtrade Leading the Way. Annual Report 2008-09*, Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International.
- (2010): *Growing Stronger Together. Annual Report 2009-10*, Bonn, Fairtrade Labelling Organizations International.
- FAZIO VARELA, Carlos (1994): *Samuel Ruiz: El Caminante*, Ciudad de México, Espasa Calpe.
- FERRIS, Shaun, Peter Robbins y Vincent Fautrel (eds.) (2006): *Expert consultation on market information systems and agricultural commodities exchanges: strengthening market signals and institutions*, Wageningen, Países Bajos, Technical Centre for Agricultural and

Rural Cooperation (CTA).

FIGUEROA HERNÁNDEZ, Esther, Francisco Pérez Soto y Lucila Godínez Montoya (2015): *La Producción y el Consumo del Café*, Madrid, ECORFAN-Spain.

--- (2016a): “Importancia de la comercialización del café en México”. En Francisco Pérez Soto, Esther Figueroa Hernández y Lucila Godínez Montoya (dirs.), *Producción, Comercialización y Medio Ambiente*, Texcoco de Mora, Estado de México, Universidad Autónoma Chapingo, pp. 89-108.

--- (2016b): “El mercado de café en México”. En Francisco Pérez Soto, Esther Figueroa Hernández y Lucila Godínez Montoya (dirs.), *Producción, Comercialización y Medio Ambiente*, Texcoco de Mora, Estado de México, Universidad Autónoma Chapingo, pp. 33-50.

FITTER, Robert y Raphael Kaplinsky (2001): “Who Gains from Product Rents as the Coffee Market Becomes More Differentiated? A Value-chain Analysis”, *IDS Bulletin*, Vol. 32, No. 3, pp. 69-82.

FLORES DE LA VEGA, Margarita, Adrián Bratescu, José Octavio Martínez, Jorge A. Oviedo y Alicia Acosta (2002): *Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café*, Ciudad de México, Naciones Unidas-CEPAL, Serie Estudios y Perspectivas, No. 9.

FOLCH, Albert y Jordi Planas (2019): “Cooperation, Fair Trade, and the Development of Organic Coffee Growing in Chiapas (1980-2015)”, *Sustainability*, Vol. 11, No. 2, 357, DOI: [10.3390/su11020357](https://doi.org/10.3390/su11020357)

FOMENTO ECONÓMICO DE CHIAPAS, A.C. (FEC) (2018): *Regiones económicas de Chiapas. Vocaciones y propuestas de necesidades*, Tuxtla Gutiérrez, FEC.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO) (2002): *Autonomous development of indian communities in Mexico. Integrating cultural elements while practicing organic farming*, FAO.

FOX, Jonathan A. (1992): *The Politics of Food in Mexico: State Power and Social Mobilization*, Ithaca, NY, Cornell University Press.

FOX, Jonathan A. y Luis Hernández Navarro (1989): “Offsetting the ‘Iron Law of Oligarchy’: The Ebb and Flow of Leadership Accountability in a Regional Peasant Organization”, *Grassroots Development*, Vol. 13, No. 2, pp. 8-15.

FRENK, David y Wallace Turbeville (2011): *Commodity Index Traders and the Boom/Bust Cycle in Commodities Prices*, Washington, DC, Better Markets.

FRIDELL, Gavin (2006): “International Solidarity in the Era of Neo-liberalism: Fair Trade North in Comparative Perspective”, Paper presentado al Canadian Political Science Association (CPSA). Disponible en: <https://cpsa-acsp.ca/papers-2006/Fridell.pdf> (consultado el 7/1/2023)

--- (2007): *Fair Trade Coffee: The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*, Toronto, Buffalo y Londres, University of Toronto Press.

FRIEDMANN, Harriet (1991): “Changes in the International Division of Labor: Agri-food Complexes and Export Agriculture”. En William H. Friedland, Lawrence Busch, Frederick H. Buttel y Alan. P. Rudy (eds.), *Towards a New Political Economy of Agriculture*,

- Boulder, CO, Westview Press, pp. 65-93.
- (1994): "Shaky Foundations of the World Food Economy". En Philip McMichael (ed.), *The Global Restructuring of Agro-Food Systems*, Ithaca, New York y Londres, Cornell University Press, pp. 258-276.
- FRIEDMANN, Harriet y Philip McMichael (1989): "Agriculture and the state system: the rise and decline of national agricultures, 1870 to the present", *Sociologia Ruralis*, Vol. 29, No. 2, pp. 93-117.
- FROHMANN STEINBERG, Alicia (2017): *Estándares de sostenibilidad y participación de los productores*, Lima, CEPAL.
- GÁMEZ FLORES, Hugo y Ricardo Javier Juárez Cruz (2004): *Evaluación Alianza Contigo 2003. Informe de Evaluación Nacional: Programa Fondo de Estabilización, Fortalecimiento y Reordenamiento de la Cafeticultura 2002/2003*, Ciudad de México, SAGARPA y FAO.
- GARCÍA VETORAZZI, María Victoria (2020): "Redes religiosas transnacionales, teología de la liberación y pastoral indigenista en México y Guatemala, 1968-1975", *Península*, Vol. 15, No. 1, pp. 9-40.
- GARFIAS VELÁZQUEZ, Arturo (1998): *El Movimiento cafetalero de la CNOC y la movilización de recursos en la experiencia de la comercialización: El caso de los campesinos de la Sierra Madre de Motozintla*, Tesina presentada en la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa.
- GEORGE, Edward (2013): *Overview of global cocoa, coffee and sugar markets*, Ginebra, Ecobank.
- GEPA (2022): "Datos y Hechos. Año Comercial 2021", Wuppertal, GEPA.
- GEREFFI, Gary (1994): "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks". En Gary Gereffi y Miguel Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Connecticut y Londres, Praeger Publishers, pp. 95-122.
- (1999): "International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain", *Journal of International Economics*, Vol. 48, No.1, pp. 37-70.
- GEREFFI, Gary, Miguel Korzeniewicz y Roberto P. Korzeniewicz (1994): "Introduction: Global Commodity Chains". En Gary Gereffi y Miguel Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Connecticut y Londres, Praeger Publishers, pp. 1-14.
- GEREFFI, Gary, John Humphrey y Timothy Sturgeon (2005): "The governance of global value chains", *Review of International Political Economy*, Vol. 12, No. 1, pp. 78-104.
- GHOSH, Jayati, James Heintz y Robert Pollin (2012): "Speculation on Commodities Futures Markets and Destabilization of Global Food Prices: Exploring the Connections", *International Journal of Health Services*, Vol. 42, No. 3, pp. 465-483.
- GIACALONE, Davide, Toke Reinholt Fosgaard, Ida Steen y Morten Münchow (2016): "Quality does not sell itself: Divergence between "objective" product quality and pref-

erence for coffee in naïve consumers”, *British Food Journal*, Vol. 118, No. 10, pp. 2462-2474.

GIBBON, Peter (2001): “Upgrading Primary Production: A Global Commodity Chain Approach”, *World Development*, Vol. 29, No. 2, pp. 345-363.

GIBBON, Peter, Jennifer Bair y Stefano Ponte (2008): “Governing Global Value Chains: An Introduction”, *Economy and Society*, Vol. 37, no. 3, pp. 315-338.

GILBERT, Christopher L. (1989): “The Impact of Exchange Rates and Developing Country Debt on Commodity Prices”, *The Economic Journal*, Vol. 99, No. 397, pp. 773-784.

--- (1996): “International Commodity Agreements: An Obituary Notice”, *World Development*, Vol. 24, No. 1, pp. 1-19.

--- (1998): “What kind of economic clauses could generally be acceptable in a new international coffee agreement?”, Londres, *ICO Coffee Newsletter*, No. 7, pp. 3-7.

--- (2006): “Value Chain Analysis and Market Power in Commodity Processing with Application to the Cocoa and Coffee Sectors”, Proceedings of the FAO Workshop on Governance, Coordination and Distribution along Commodity Value Chains, Roma, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), pp. 267-297.

--- (2010): “Commodity speculation and commodity investment”. En George Rapsomanikis y Alexander Sarris (eds.), *Commodity Market Review, 2009-2010*, Roma, FAO, pp. 25-46.

GILBERT, Christopher L. y Celso Brunetti (1998): *Speculation, hedging and volatility in the coffee market, 1993-1996*, Londres, Department of Economics-Queen Mary and Westfield College, University of London.

GIOVANNUCCI, Daniele (2010): “World Coffee Conference – New Twists at a Global Meeting of Coffee and Government Leaders”, *Coffee Review*. Disponible en: <https://www.coffeereview.com/world-coffee-conference-new-twists-at-a-global-meeting-of-coffee-and-government-leaders/> (consultada el 17/06/2022)

GIOVANNUCCI, Daniele y Freek Jan Koekoek (2003): *The State of Sustainable Coffee: A Study of Twelve Major Markets*, Manizales, Caldas, Colombia, CENICAFE.

GIOVANNUCCI, Daniele y Stefano Ponte (2005): “Standards as new form of social contract? Sustainability initiatives in the coffee industry”, *Food Policy*, Vol. 30, No. 3, pp. 284-301.

GIOVANNUCCI, Daniele y Ricardo Juárez Cruz (2006): *Análisis Prospectivo de Política Cafetalera*, Proyecto Evaluación Alianza para el Campo 2005, Ciudad de México, SAGARPA / FAO.

GLIESSMAN, Stephen R. (2002): *Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible*, Turrialba, Costa Rica, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE).

GLIESSMAN, Stephen R., Roberto García Espinosa y Moisés Amador Alarcón (1981): “The Ecological Basis for the Application of Traditional Agricultural Technology in the Management of tropical Agro-Ecosystems”, *Agro-Ecosystems*, Vol. 7, No. 3, pp. 173-185.

GOGOI, Pallavi (2008): “Is Fair Trade Becoming ‘Fair Trade Lite’?”, *Business Week*, 18 de

junio. Disponible en: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2008-06-18/is-fair-trade-becoming-fair-trade-lite-businessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice> (consultado el 8/11/2022)

GOMES, Rosemary (2007): “Relaciones Norte-Sur y Sur-Sur en el comercio justo: Retos y perspectivas”. En Nedda Angulo y Massiel Fernández (comps.), *Afirmando prácticas democráticas y estrategias solidarias para un desarrollo sustentable, Memoria del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo – RIPESS Región Latinoamérica*, Lima, Perú, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESPE) y Ciudad de la Habana, Cuba, Universidad de la Habana pp. 101-104.

GÓMEZ CRUZ, Manuel Ángel, Rita Schwentesius Rindermann, Javier Ortigoza Rufino y Laura Gómez Tovar (2010a): “Situación y desafíos del sector orgánico de México”, *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, Vol. 1, No. 4, pp. 593-608.

GÓMEZ CRUZ, Manuel Ángel, Rita Schwentesius Rindermann, Javier Ortigoza Rufino, Laura Gómez Tovar, Vladimir May Tzun, Ulises Iván López Reyes, Jorge Alberto Arreola Quevedo y Gerardo Noriega Altamirano (2010b): *Agricultura, Apicultura y Ganadería Orgánicas en México- 2009. Estado actual, retos y tendencias*, Chapingo, Estado de México, UACH / CONACYT.

GÓMEZ OLIVER, Luis (1978): “Crisis agrícola, crisis de los campesinos”, *Comercio Exterior*, Vol. 28, No. 6, pp. 714-727.

GÓMEZ POSADA, Susana (2018): “Países consumidores de café ¿Dónde se bebe más café?”, *Qué Café*. Disponible en: <https://quecafe.info/paises-consumidores-de-cafe-top-10/> (consultada el 16/01/2021)

GÓMEZ TOVAR, Laura, Manuel Ángel Gómez Cruz y Rita Schwentesius Rindermann (1999): *Desafíos de la Agricultura Orgánica en México. Comercialización y certificación*, Chapingo, Estado de México, Universidad Autónoma Chapingo-Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM), Ciudad de México, Mundi-Prensa México.

GONZÁLEZ CABAÑAS, Alma Amalia (2002): *Evaluation of the current and potential poverty alleviation benefits of participation in the Fair Trade Market: The case of Unión La Selva, Chiapas, México*, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Unión de Sociedades de la Selva, Federación de Sociedades de Solidaridad Social. Informe elaborado para el Fair Trade Research Group, Colorado State University.

--- (2003): *Ética y exclusión: las reglas del juego del mercado solidario de café*, Tesis presentada para optar al grado de Doctorado en: Ecología y Desarrollo Sustentable, Orientación en Población, Ambiente y Desarrollo Rural, El Colegio de la Frontera Sur; Estudios sobre América Latina, Orientación en Desarrollo Rural, Université de Toulouse Le Mirail.

GONZÁLEZ CABAÑAS, Alma Amalia, Thierry Linck y Reyna Moguel Viveros (2003): “El comercio de valores éticos: Las reglas del juego del café solidario”, *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, No. 75, pp. 31-45.

GONZÁLEZ CABAÑAS, Alma Amalia y Ronald B. Nigh Nielsen (2005a): “Smallholder participation and certification of organic farm products in Mexico”, *Journal of Rural Studies*, No. 21, pp. 449-460.

- (2005b): “¿Quién dice qué es orgánico? La certificación y la participación de los pequeños propietarios en el mercado global”, *Gaceta Ecológica*, No. 77, pp. 19-33.
- GONZÁLEZ ESTEBAN, Ángel Luis (2014): “Nuevos paradigmas agrarios: una aproximación a los fundamentos teóricos de la <<soberanía alimentaria>>”, *Historia Agraria*, No. 64, pp. 131-159.
- GOODMAN, David (2008): “The International Coffee Crisis: A Review of the Issues”. En Christopher M. Bacon, V. Ernesto Méndez Gamero, Stephen R. Gliessmann, David Goodman y Jonathan A. Fox (eds.), *Confronting the Coffee Crisis: Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America*, Cambridge, Massachusetts y Londres, The MIT Press, pp. 3-25.
- GORDILLO DE ANDA, Gustavo (1992): *Más allá de Zapata. Por una reforma campesina*, Ciudad de México, Cal y Arena.
- GRESSER, Charis y Sophia Tickell (2002): *Mugged: Poverty in your coffee cup*, Londres, Oxfam International.
- GRODNIK, Ann y Michael E. Conroy (2007): “Fair Trade coffee in the United States: Why companies join the movement”. En Laura T. Reynolds, Douglas L. Murray y John Wilkinson (eds.), *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 83-102.
- GUADAGNI, Alieto Aldo y Jorge Kaufmann (2004): “International Trade and Global Poverty”, *CEPAL Review*, No. 84, pp. 83-97.
- GUERRA GALINDO, Gustavo Adolfo, Leoncio Reyes Barradas y Juan Ruiz Ramírez (2012): “Mercado del Café en México”, *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, No. 163:3.
- GUTIÉRREZ NARVÁEZ, Raúl (2011): “Dos proyectos de sociedad en Los Altos de Chiapas. Escuelas secundarias oficial y autónoma entre los tsotsiles de San Andrés”. En Bruno Baronnet, Mariana Mora Bayo y Richard Stahler-Sholk (coords.), *Luchas “muy otras”: Zapatismo y autonomía en las comunidades indígenas de Chiapas*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco / Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Tuxtla Gutiérrez y San Cristóbal de las Casas, Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), pp. 237-266.
- HAINMUELLER, Jens, Michael J. Hiscox y Sandra Sequeira (2015): “Consumer Demand for Fair Trade: Evidence from a Multistore Field Experiment”, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 97, No. 2, pp. 242-256.
- HALLAM, David (2004): “El descenso de los precios de los productos básicos y la respuesta de la industria: algunas enseñanzas derivadas de la crisis internacional del café”. En *Situación de los mercados de productos básicos 2003-2004*, Roma, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
- HARVEY, Neil F. (1992): “La Unión de Uniones de Chiapas y los retos políticos del desarrollo de base”. En Julio C. Moguel Viveros, Carlota Botey Estapé y Luis Hernández Navarro (coords.), *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*, Ciudad de México, Siglo XXI Editores-CEHAM, pp. 219-232.
- (2000): *La rebelión en Chiapas. La lucha por la tierra y la democracia*, Ciudad de Méxi-

co, Ediciones Era, Colección Problemas de México.

HATANAKA, Maki, Carmen Bain y Lawrence Busch (2005): "Third-party certification in the global agrifood system", *Food Policy*, Vol. 30, No. 3, pp. 354-369.

HEIJBROEK, A.M.A. y M.J. Schoemaker (1993): *The World Coffee Market*, Agribusiness Research, Utrecht, Países Bajos, Rabobank Nederland.

HEIS, Alexandra (2015): "The Alternative Agriculture Network Isan and Its struggle for Food Sovereignty – a Food Regime Perspective of Agricultural Relations of Production in Northeast Thailand", *ASEAS-Austrian Journal of South-East Asian Studies*, Vol. 8, No. 1, pp. 67-86.

HENDERSON, Thomas Paul (2019): "La roya y el futuro del café en Chiapas", *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 81, No. 2, pp. 389-416, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM.

HERNÁNDEZ CASTILLO, Rosalva Aída (1997): "Nuevos espacios organizativos y nuevos discursos culturales en el sureste mexicano: el catolicismo agroecológico entre los mames de Chiapas", *Journal of Latin American Anthropology*, Vol. 2, No. 2, pp. 76-105.

HERNÁNDEZ FUJIGAKI, Arturo (2010): "Consumo de café en México y el papel de las cafeterías", *Revista Vinculando*. Disponible en: http://vinculando.org/empresas/consumo_de_cafe_en_mexico_importancia_de_las_cafeterias.html (consultada el 11/2/2021)

HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Gerardo (2014): "Diversificación cafetalera: resiliencia ecológica y económica", *Leisa Revista de Agroecología*, Vol. 30, No. 2, pp. 11-12.

HERNÁNDEZ MORENO, María del Carmen y Angélica Villaseñor Medina (2014), "La calidad en el sistema agroalimentario globalizado", *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 76, No. 4, pp. 557-582.

HERNÁNDEZ NAVARRO, Luis (1990): "Las convulsiones rurales", *El Cotidiano*, No. 34, pp. 13-21, UAM Azcapotzalco.

--- (1991): "Nadando con tiburones: la experiencia de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras", *Cuadernos Agrarios Nueva Época*, No. 1, pp. 52-75.

--- (1992a): "La UNORCA: doce tesis sobre el nuevo liderazgo campesino en México". En Julio C. Moguel Viveros, Carlota Botey Estapé y Luis Hernández Navarro (coords.), *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*, Ciudad de México, Siglo XXI Editores-CEHAM, pp. 55-77.

--- (1992b): "Cafetaleros: del adelgazamiento estatal a la guerra del mercado". En Julio C. Moguel Viveros, Carlota Botey Estapé y Luis Hernández Navarro (coords.), *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*, Ciudad de México, Siglo XXI Editores-CEHAM, pp. 78-97.

--- (2000): "La vida en un sorbo", *La Jornada*, 29 de febrero. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2000/02/29/navarro.html> (consultada el 1/12/2020)

--- (2002a): "Nestlé y la Secretaría de Economía (trasnacional)", *La Jornada*, 18 de junio. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2002/06/18/015a1pol.php?origen=opinion.html> (consultada el 19/1/2021)

- (2002b): “Centroamérica y el Caribe”. En Víctor Pérezgrovas Garza, Edith Cervantes Trejo, John Burstein, Laura Carlsen y Luis Hernández Navarro (comps.), *El café en México, Centroamérica y el Caribe. Una salida sustentable a la crisis*, Tuxtla Gutiérrez, Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (COOPCAFE), Ciudad de México, Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), pp. 10-26.
- (2004): “Morir un Poco: Migración y Café en México y Centroamérica”, Silver City, New Mexico, Interhemispheric Resource Center.
- (2016): “CNI, volar todos juntos”, *La Jornada*, 1 de noviembre. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2016/11/01/opinion/016a1pol> (consultado el 5/6/2023)
- (2022): “Café, el leñador y el oso”, *La Jornada*, 19 de julio. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2022/07/19/opinion/014a2pol> (consultada el 21/07/2022)
- HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, María Isabel y Martha Elena Nava Tablada (2016): *Cafeticultura y uso sustentable de los recursos naturales: el caso del Sitio Ramsar “Cascadas de Texolo y su entorno” en Veracruz, México*, Xalapa, Veracruz, El Colegio de Veracruz, Ciudad de México, Juan Pablos Editor.
- HERRERA TAPIA, Francisco y Bruno Henri Lutz Bachère (2008): “Instituciones y procesos políticos en el desarrollo rural: El caso del Programa Alianza para el Campo en México”, *Gaceta Laboral*, Vol. 14, No. 1, pp. 102-129.
- HICKS, Paul (2018): “The Scandal of the C-Price”, *Daily Coffee News*. Disponible en: <https://dailycoffeenews.com/2018/09/13/the-scandal-of-the-c-price/> (consultada el 22/3/2021)
- HOFFMAN, Odile (1994): “El andar investigando... historial de un proyecto de investigación sobre cambio sociocultural y crisis cafetalera”, Organización Social y Representación del Espacio. Seminario Internacional de Investigación CIESAS-ORSTOM, Xalapa, Veracruz, 26-28 de septiembre de 1994.
- HOLT GIMÉNEZ, Eric (2002): “Measuring farmer’s agroecological resistance after Hurricane Mitch in Nicaragua: a case study in participatory, sustainable land management impact monitoring”, *Agriculture, Ecosystems and Environment*, Vol. 93, No. 1-3, pp. 87-105.
- (2009) : “Crisis alimentarias, movimiento alimentario y cambio de régimen”, *Ecología Política*, No. 38, pp. 73-79.
- HOLT GIMÉNEZ, Eric y Miguel Ángel Altieri (2013) : “Agroecología, soberanía alimentaria y la nueva revolución verde”, *Agroecología*, Vol. 8, No. 2, pp. 65-72.
- HOLZMAN, Caren (2015): *Multi-stakeholder engagement in agribusiness sectors: Oxfam’s experiences, progress to date and reflections on the future*, Oxfam Novib Discussion Paper, La Haya, Oxfam Novib.
- HOPKINS, Terence K. y Immanuel Wallerstein (1986): “Commodity Chains in the World-Economy Prior to 1800”, *Review (Fernand Braudel Center)*, Vol. 10, No. 1, pp. 157-170.
- (1994): “Commodity Chains: Construct and Research”. En Gary Gereffi y Miguel Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Connecticut y Londres, Praeger Publishers, pp. 17-20.

- HOWARD, Philip H. y Daniel Jaffee (2013): “Tensions Between Firm Size and Sustainability Goals: Fair Trade Coffee in the United States”, *Sustainability*, Vol. 5, No. 1, pp. 72-89.
- HUDSON, Ian, Mark Hudson y Mara Fridell (2013): *Fair Trade, Sustainability, and Social Change*, Basingstoke, Hampshire, Reino Unido, Palgrave Macmillan.
- HUDSON, Ian y Mark Hudson (2015): “Una crítica vacilante ¿cómo el potencial del Comercio Justo disminuye con el ‘éxito’?”, *Eutopía*, No. 7, pp. 131-145.
- HUYBRECHTS, Benjamin (2012): *Fair Trade Organizations and Social Enterprise: Social Innovation through Hybrid Organization Models*, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido y Nueva York, Routledge.
- INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA (ICAFE) (2016): *Informe sobre la Actividad Cafetalera de Costa Rica*, Heredia, Costa Rica.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI) (s/f a) : *Series históricas. Conjunto de datos. Población total y de 5 años y más según características demográficas y sociales*. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?proy=sh_pty5ds (consultada el 15/01/2021)
- (s/f b) : *Referencias geográficas y extensión territorial de México*. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/inegi/SPC/doc/internet/1-GeografiaDeMexico/MAN_REFGEOG_EXTTERR_VS_ENERO_30_2088.pdf (consultada el 24/3/2018)
- (1997): *El Café en el Estado de Oaxaca*, Aguascalientes, Estado de Aguascalientes, INEGI.
- (2009): *Censo Agropecuario 2007, IX Censo Ejidal*, Aguascalientes, Estado de Aguascalientes, INEGI. Disponible en: www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/agro/ca2007/Resultados_Agricola/default.aspx (consultado el 25 de junio de 2019)
- (2013): *Perfil sociodemográfico: Estados Unidos Mexicanos. Censo de Población y Vivienda 2010*, Aguascalientes, México, INEGI. Disponible en: www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2010/Default.aspx
- (2015): *Resultados definitivos de la Encuesta Intercensal 2015*. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/intercensal/2015/doc/especiales2015_12_3.pdf (consultada el 15/01/2021)
- (2020): *Censo de Población y Vivienda 2020*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/> (consultada el 20/10/2021)
- INSTITUTO NACIONAL DE LENGUAS INDÍGENAS (INALI) (2008): *Catálogo de las Lenguas Indígenas Nacionales: Variantes Lingüísticas de México con sus autodenominaciones y referencias geoestadísticas*, Ciudad de México, INALI.
- INTERMON OXFAM (2002): *Crisis del Café: pobreza para 25 millones de familias*, Departamento de Estudios de Intermón Oxfam, Madrid, Intermón Oxfam.
- INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (ICO) (2003a): *Ideas and initiatives raised at the ICO/World Bank high-level Round-Table on 19 May 2003, in search of solutions to the coffee crisis*, Londres, ICO.
- (2003b): *Impact of the coffee crisis on poverty in producing countries*, Cartagena, Colom-

bia, ICO.

--- (2004): *Price-elasticity of demand and coffee consumption in importing countries*, Londres, ICO.

--- (2005a): *Anuario de la OIC 2004/05*, Londres, ICO.

--- (2005b): *La volatilidad de los precios del café*, Salvador de Bahía, Brasil, ICO.

--- (2011) : *Relation entre les prix du café sur les marchés physiques et à terme*, Londres, ICO.

--- (2012): *Trends in coffee consumption in selected importing countries*, Londres, ICO.

--- (2013a): *La Organización Internacional del Café de 1963 a 2013: 50 años sirviendo a la comunidad cafetera mundial*, Londres, ICO.

--- (2013b): *World Trade of Soluble Coffee*, Londres, ICO.

--- (2018): *Anuario 2017/18*, Londres, ICO.

--- (2019a): *Coffee Development Report 2019. Growing for Prosperity-Economic viability as the catalyst for a sustainable coffee sector*, Londres, ICO.

--- (2019b): *Futures markets: the role of non-commercial traders*, Londres, ICO.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE (ITC) (s/f): *World Coffee Trade-World Coffee Exports: Basic Figures*, Ginebra, Suiza, International Trade Centre.

--- (2011a): *The Coffee Exporter's Guide*, Ginebra, Suiza, International Trade Centre.

--- (2011b): *Trends in the Trade of Certified Coffees*, Ginebra, Suiza, International Trade Centre.

INTERNATIONAL WORK GROUP FOR INDIGENOUS AFFAIRS (IWGIA) (1996): *Yearbook: annual report of the International Work Group on Indigenous Affairs*, Copenhagen, Dinamarca. IWGIA.

JAFFEE, Daniel (2012): "Weak Coffee: Certification and Co-Optation in the Fair Trade Movement", *Social Problems*, Vol. 59, No. 1, pp. 94-116.

--- (2014 [2007]): *Brewing Justice: Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*, Berkeley, California, University of California Press.

JAFFEE, Daniel y Philip H. Howard (2010): "Corporate Cooptation of Organic and Fair Trade Standards", *Agriculture and Human Values*, Vol. 27, No. 4, pp. 387-399.

--- (2016): "Who's the fairest of them all? The fractured landscape of U.S. fair trade certification", *Agriculture and Human Values*, Vol. 33, No. 4, pp. 813-826.

JAFFEE, Daniel, Jack R. Kloppenburg, Jr. y Mario B. Monroy (2004): "Bringing the 'Moral Charge' Home: Fair Trade within the North and within the South", *Rural Sociology*, Vol. 69, No. 2, pp. 169-196.

JAMES, Deborah (2000): "Justice and Java: Coffee in a Fair Trade Market", *NACLA Report on the Americas*, Vol. 34, No. 2, pp. 11-14.

- JANSEN, Kees y Sietze Vellema (eds.) (2004): *Agribusiness and Society: Corporate responses to environmentalism, market opportunities and public regulation*, Londres y Nueva York, Zed Books.
- JARAMILLO VILLANUEVA, José Luis y Erika Benítez García (2016): “Transmisión de precios en el mercado mexicano e internacional de café (*Coffea arabica* L.): un análisis de cointegración”, *Agrociencia*, Vol. 50, No. 7, pp. 931-944.
- JARQUÍN GÁLVEZ, Ramón (2000): “Cafeticultores y proyectos de investigación”, *Ecofronteras*, No. 12, p. 7.
- JOHNSON, Harry G. (1976): “World inflation, the developing countries, and <<an integrated programme for commodities>>”, *PSL Quarterly Review*, Vol. 29, No. 119, pp. 309-335.
- JOHNSON, Pierre William (2003): “Global Fair Trade, an alternative to the liberal market”, Work Group on a Solidarity Socio-Economy – Alliance 21. Disponible en: https://base.socioeco.org/docs/doc-443_en.pdf (consultada el 29/11/2021)
- (2006): *Situación Actual de los Mercados Justos en Guatemala*, Ciudad de Guatemala, Oficina PNUD Guatemala.
- JORDAN, Mary (2004): “The Cappuccino Effect”, *The Washington Post*, 17 de octubre. Disponible en: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2004/10/17/the-cappuccino-effect/ec407d9c-575a-44a4-8fb0-170a28589d68/> (consultado el 24/03/2022)
- JUÁREZ VARELA, José Eudoxio (2005): “De la lucha por la tierra a la organización empresarial: Café La Selva”, *Leisa Revista de Agroecología*, Vol. 21, No. 2, pp. 16-17.
- JURADO CELIS, Silvia Nuria (2015): *Mercado internacional y pequeños productores. La UCIRI en los avatares del comercio justo*, Tesis de Doctorado en Desarrollo Rural, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco.
- JURADO CELIS, Silvia Nuria y Armando Bartra Vergés (2012): “Cómo sobrevivir al mercado sin dejar de ser campesino. El caso de los pequeños productores de café en México”, *Veredas. Revista del pensamiento sociológico*, Año 13, Número especial, pp. 181-191.
- KALDOR, Nicholas (1964): “Los tipos de cambio duales y el desarrollo económico”, *Boletín Económico de América Latina*, Vol. IX, No.1, pp. 214-223.
- (1976): “Inflation and Recession in the World Economy”, *The Economic Journal*, Vol. 86, No. 344, pp. 703-714.
- (1983): “The Role of Commodity Prices in Economic Recovery”, *Lloyds Bank Review*, No. 149, pp. 21-34.
- KAPLINSKY, Raphael (2006): “How can agricultural commodity producers appropriate a greater share of value chain incomes”. En Alexander Sarris y David Hallam (eds.), *Agricultural Commodity Markets and Trade: New Approaches to Analyzing Market Structure and Instability*, Roma, FAO, Cheltenham, Gloucestershire, Reino Unido y Northampton, Massachusetts, Edward Elgar Publishing, pp. 356-379.
- KAPLINSKY, Raphael y Robert Fitter (2004): “Technology and globalisation: who gains when commodities are de-commodified?”, *International Journal of Technology and Globalisation*, Vol. 1, No. 1, pp. 5-28.

- KEYNES, John Maynard (1938): "The Policy of Government Storage of Food-Stuffs and Raw Materials", *The Economic Journal*, Vol. 48, No. 191, pp. 449-460.
- KILIAN, Bernard, Connie Jones, Lawrence Pratt y Andrés Villalobos (2006): "Is sustainable agriculture a viable strategy to improve farm income in Central America? A case study on coffee", *Journal of Business Research*, Vol. 59, No. 3, pp. 322-330.
- KIM, Gwang-Suk, Grace Y. Lee y Kiwan Park (2010): "A Cross-National Investigation on How Ethical Consumers Build Loyalty Toward Fair Trade Brands", *Journal of Business Ethics*, Vol. 96, No. 4, pp. 589-611.
- KNIGHT, Peter T. (1966): "The Critical Coffee Sector in Brazil: Potential Earnings from Diversification", Washington, Agency for International Development.
- KOCKEN, Marlike (2013): *EFTA. Joining Fair Trade Forces*, Schin op Geul, Países Bajos, European Fair Trade Association.
- KRAVIS, Irving B. (1968): "International Commodity Agreements to Promote Aid and Efficiency: The Case of Coffee", *The Canadian Journal of Economics / Revue Canadienne d'Economique*, Vol. 1, No. 2, pp. 295-317.
- KREMEN, Claire, Alastair Iles y Christopher M. Bacon (2012): "Diversified Farming Systems: An agroecological, systems-based alternative to modern industrial agriculture", *Ecology and Society*, Vol. 17, No. 4, art. 44, pp. 288-306.
- KRIVONOS, Ekaterina (2004): *The Impact of Coffee Market Reform on Producer Prices and Price Transmission*, World Bank Policy Research Working Paper 3358, Washington, DC, The World Bank.
- KRUIJT, Dirk (2020): "Dictadura salazarista, descolonización y solidaridad holandesa. El caso del Angola Comité y el CIDAC", *Secuencia*, No. 108, e1833. DOI: [10.18234/secuencia.v0i108.1833](https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i108.1833)
- LAPPÉ, Frances Moore y Anna Lappé (2002): *Hope's Edge: The Next Diet for a Small Planet*, Nueva York, NY, Jeremy P. Tarcher / Putnam.
- LARA RODRÍGUEZ, Ángel Luis (2014): "Del televidente al teleactante: Carácter productivo y explotación de los públicos mediáticos", *Sociología del Trabajo*, Nueva Época, No. 81, pp. 90-111.
- LATIN AMERICA DIGITAL BEAT (LADB) (1996): "Poor Weather, Retention Scheme Allows Modest Recovery in Coffee Prices", University of New Mexico Digital Repository. Disponible en: <https://digitalrepository.unm.edu/notisur/12122> (consultada el 27/01/2022)
- (2004): "Agriculture Groups Offer Plans to Address Crisis Among Coffee Growers", Albuquerque, NM, University of New Mexico Digital Repository. Disponible en: <https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5795&context=sourcemex> (consultado el 25/6/2023)
- LAVILLE, Jean-Louis (2003): "A New European Socioeconomic Perspective", *Review of Social Economy*, Vol. LXI, No. 3, pp. 389-405.
- LE BOT, Ybon y Subcomandante Marcos (1997) : *El sueño zapatista*, Barcelona, Editorial Anagrama.

- LEGORRETA DÍAZ, M. del Carmen (2015 [1998]): *Religión, política y guerrilla en Las Cañadas de la Selva Lacandona*, Ciudad de México, UNAM-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Colección Alternativas.
- (2016): *Desafíos de la emancipación indígena. Organización señorial y modernización en Ocosingo, Chiapas, (1930-1994)*, Ciudad de México, UNAM-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Colección Alternativas.
- LEIBOVICH, José (1989): “La inestabilidad de los precios internacionales del café y el mercado de futuros”, *Ensayos sobre Economía Cafetera*, Año 2, No. 4, pp. 53-64.
- LEÓN LÓPEZ, Arturo y Margarita Flores de la Vega (1991): *Desarrollo Rural, un proceso en permanente construcción*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- LERNOUD, Julia, Jason Potts, Gregory Sampson, Salvador V. Garibay, Matthew Lynch, Vivek Voora, Helga Willer y Joseph Wozniack (2017): *The State of Sustainable Markets 2017: Statistics and Emerging Trends*, Ginebra, Suiza, International Trade Centre (ITC).
- LERNOUD, Julia, Jason Potts, Gregory Sampson, Bernhard Schlatter, Gabriel Huppe, Vivek Voora, Helga Willer, Joseph Wozniak y Duc Dang (2018): *The State of Sustainable Markets 2018: Statistics and Emerging Trends*, Ginebra, Suiza, International Trade Centre (ITC).
- LEVI, Margaret y April Linton (2003): “Fair Trade: A Cup at a Time?”, *Politics&Society*, Vol. 31, No. 3, pp. 407-432.
- LEVY, David, Juliane Reinecke y Stephan Manning (2015): “The Political Dynamics of Sustainable Coffee: Contested Value Regimes and the Transformation of Sustainability”, *Journal of Management Studies*, Vol. 53, No. 3, pp. 364-401.
- LEWIN, Bryan, Daniele Giovannucci y Panos Varangis (2004): “Coffee Markets: New Paradigms in Global Supply and Demand”, *Agriculture and Rural Development Discussion Paper 3*, Washington, DC, The International Bank for Reconstruction and Development.
- LINCK, Thierry (1999): “Prefacio”. En Marie Christine Renard Hubert, *Los intersticios de la globalización: un label “Max Havelaar” para los pequeños productores de café*, Ciudad de México, Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos (CEMCA).
- LINDSEY, Brink (2003): *Grounds for Complaint? Understanding the “Coffee Crisis”*, Trade Briefing Paper No. 16, Washington, DC, Cato Institute’s Center for Trade Policy Studies.
- LINTON, April (2012): *Fair Trade from the Ground Up: New Markets for Social Justice*, Seattle, Washington, University of Washington Press.
- LOCKIE, Stewart y Michael Goodman (2006): “Neoliberalism and the Problem of Space: Competing Rationalities of Governance in Fair Trade and Mainstream Agri-Environmental Networks”. En Terry Marsden y Jonathan Murdoch (eds.), *Between the Local and the Global (Research in Rural Sociology and Development, Vol. 12)*, Bingley, Reino Unido, Emerald Group Publishing Limited, pp. 95-117.
- LOMBARDI, Marco J. y Francesco Ravazzolo (2016): “On the correlation between commodity and equity returns: Implications for portfolio allocation”, *Journal of Commodity Markets*, Vol. 2, No. 1, pp. 45-57.

- LÓPEZ JULIÁN, Ovidio (2003): “Comercio Justo, ¡no ayuda!”, *Revista Vinculando*. Disponible en: https://vinculando.org/comerciojusto/cj_noayuda.html (consultada el 17/11/2021)
- LÓPEZ MANZO, Diana (2019): “Nestlé instalaría planta de café en Veracruz con engaños: Vanderhoff”, *La Jornada*, 17 de marzo. Disponible en: https://www.jornada.com.mx/2019/03/17/sociedad/029n1soc?partner=rss&fbclid=IwAR3VOM3efHzYA-vyQ-gc-BXtjf5YddnmGBGvEShSgbJs4h8UISh_8iNRy1Io# (consultada el 10/4/2019)
- LÓPEZ PACHECO, Elvia (2017): “Pioneros en la exportación de café orgánico bajo un modelo de Comercio Justo. Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)”. En VVAA, *Innovar para competir. 40 casos de éxito*, Ciudad de México, SAGARPA / IICA / COFUPRO, pp. 39-42.
- LÓPEZ PORRAS, Karina (2014): *El mercado mundial del café tostado*, San José, Costa Rica, Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).
- LOW, William y Eileen Davenport (2005): “The ethics of marketing fair trade in the mainstream”, *International Marketing Review*, Vol. 22, No. 5, pp. 494-511.
- LUIS BASSA, Carolina (2011): *Modelos para el análisis de atributos contemplados por los clientes en una estrategia de Marketing Relacional*, Tesis Doctoral presentada en la Universitat de Barcelona.
- MARCH, Elizabeth (2007): “Making the Origin Count: Two Coffees”, *WIPO Magazine*, Vol. 5.
- MARCUZZO, Maria Cristina (2013): “Keynes y los mercados de materias primas: de la especulación a la regulación”, *Ciclos en la historia, la economía y la sociedad*, Vol. 21, No. 42.
- MARISCAL, Ángeles (2011): “El café orgánico de Chiapas crece a ‘contracorriente’ y sin incentivos”, *Expansión / CNN México*, 25 de enero. Disponible en: <http://expansion.mx/nacional/2011/01/25/el-cafe-organico-de-chiapas-crece-a-contracorriente-y-sin-incentivos> (consultado el 11/5/2019)
- MARLIN, Christian (1993) : *Les stratégies des grands torréfacteurs et importateurs sur le marché international du café. Quel espace pour les organisations de producteurs ?*, Montpellier, Solagral, Montreuil, Max Havelaar France.
- MÁRQUEZ ROSANO, Conrado (1988): *La producción agrícola de la Unión de Uniones Ejidales y Sociedades Campesinas de Producción de Chiapas*, Tesis Profesional presentada en la Universidad Autónoma Chapingo.
- MARSDEN, Terry (1992): “Exploring a Rural Sociology for the Fordist Transition: Incorporating Social Relations into Economic Restructuring”, *Sociologia Ruralis*, Vol. 32, Nos. 2-3, pp. 209-230.
- MARTÍNEZ DAMIÁN, Miguel Ángel y Edmar Salinas Callejas (2004): “La elasticidad precio del café mexicano: un modelo para una canasta de bienes, 1976-2000”, *Análisis Económico*, Vol. 19, No. 42, pp. 299-318.
- MARTÍNEZ MORALES, Aurora Cristina (1996): *El Proceso Cafetalero Mexicano*, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Económicas.

- (2007): “Actividad cafetalera: crisis, contexto y productores”. En Alba González Jácome, Silvia del Amo Rodríguez y Francisco D. Gurri García (coords.), *Los nuevos caminos de la agricultura: procesos de conversión y perspectivas*, Ciudad de México, Universidad Iberoamericana / Plaza y Valdés Editores, pp. 373-388.
- MARTÍNEZ-OROZCO LLORENTE, Santiago (2000): *Comerç Just, Consum Responsable*, Barcelona, Intermón.
- MARTÍNEZ QUEZADA, Álvaro y María Perla Vargas Vencis (2009): *Cafeticultores indígenas y mercados alternativos: Organización Tzeltal de Productores de San Juan Cancuc (OTPC)*, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Unidad de Vinculación Docente, Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH).
- MARTÍNEZ TORRES, María Elena (2002): *Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of The Tzotzilotic Tzobolotic Coffee Coop, Chiapas, Mexico*, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Desarrollo Alternativo e Investigación, A.C. Informe elaborado para el Fair Trade Research Group, Colorado State University.
- (2006): *Organic coffee: sustainable development by Mayan farmers*, Athens, Ohio, Center for International Studies/Ohio University, Latin America Series No. 45.
- MAURICE, Noemie Eliana y Junior Davis (2011): *Unraveling the Underlying Causes of Price Volatility in World Coffee and Cocoa Commodity Markets*, Working Paper Series on Commodities and Development, Ginebra, UNCTAD-Special Unit on Commodities.
- MAX HAVELAAR-STIFTUNG (2010): “The Max Havelaar Foundation (Switzerland)”, Zúrich, Max Havelaar-Stiftung.
- MAZARIEGOS SÁNCHEZ, Adriana (2006): La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), Oaxaca: El proceso de certificación en la producción de café, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa.
- McALLISTER, Sean (2004): “Who is the fairest of them all?”, *The Guardian*, 24 de noviembre. Disponible en: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2004/nov/24/foodand-drink.shopping1> (consultado el 11/06/2023)
- McCLUNG DE TAPIA, Emily (1990): “A perspective of Mexican Ethnobotany”, *Journal of Ethnobiology*, Vol. 10, No. 2, pp. 141-147.
- McMICHAEL, Philip (2000): “The power of food”, *Agriculture and Human Values*, Vol. 17, No. 1, pp. 21-33.
- MEJÍA SÁENZ, Katia (2017): *Comercio Justo ¿Alternativa de crecimiento para el pequeño productor emprendedor agrícola? Revisión y análisis de algunas experiencias latinoamericanas. El caso del café y el cacao*, Informe Final de Investigación, Lima, Universidad Ricardo Palma.
- MÉNDEZ GAMERO, Víctor Ernesto, Christopher M. Bacon, Meryl Olson, Seth Petchers, Doribel Herrador Valencia, Ana Cecilia Carranza Choto, Laura Trujillo Ortega, Carlos Gastón Reinaldo Guadarrama Zugasti, Antonio Córdón y Ángel Mendoza Díaz (2010): “Effects of Fair Trade and Organic Certifications on Small-scale Coffee Farmers Households in Central America and Mexico”, *Renewable Agriculture and Food Systems*, Vol. 25, No. 3, pp. 236-251.

- MENDOZA VIDAURRE, René (2002): *La paradoja del café: el gran negocio mundial y la peor crisis campesina. Un estudio comparativo de la producción de las cadenas del café en Nicaragua y en Reino Unido*, Managua, Nicaragua, Instituto de Investigación y Desarrollo Nitlapan-Universidad Centroamericana (UCA).
- MERLÍN-URIBE, Yair, Fabien Charbonnier, Armando Contreras-Hernández, Obeimar Balente Herrera Hernández y Lorena Soto-Pinto (2018): “Tipología de estrategias campesinas en la caficultura orgánica de la Sierra Madre de Chiapas”, *Ecosistemas y Recursos Agropecuarios*, Vol. 5, No. 15, pp. 411-423.
- MESTRIES BENQUET, Francis (1990): “Testimonios del Congreso Indígena de San Cristóbal de las Casas. Octubre de 1974”. En Julio C. Moguel Viveros (comp.), *Historia de la cuestión agraria mexicana: los tiempos de la crisis*, Vol. 9, pt. 2, Ciudad de México, Siglo XXI / Centro de Estudios Históricos del Agrarismo en México, pp. 473-489.
- (2003): “Crisis cafetalera y migración internacional en Veracruz”, *Migraciones Internacionales*, Vol. 2, No. 2, pp. 121-148.
- MICHELETTI, Michele (2003): *Political Virtue and Shopping: Individuals, consumerism, and collective action*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- MILI, Samira (2017): *La satisfacción del consumidor de café de Comercio Justo a partir del valor percibido y su contribución en la lealtad del cliente*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad de Vigo.
- MILLER, Marjorie (2001): “Low Prices Don’t Drip Down to Coffee Drinkers”, *Los Angeles Times*, 19 de mayo. Disponible en: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2001-may-19-mn-65402-story.html> (consultado el 28/01/2022)
- MOGUEL VIVEROS, Julio C. (1992a): “Crisis del capital y reorganización productiva en el medio rural (notas para la discusión sobre los pros, contras y asegunes de la <<apropiación del proceso productivo>>)”. En Julio C. Moguel Viveros, Carlota Botey Estapé y Luis Hernández Navarro (coords.), *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*, Ciudad de México, Siglo XXI Editores-CEHAM, pp. 15-24.
- (1992b): “La lucha por la apropiación de la vida social en la economía cafetalera: la experiencia de la CNOC. 1990-1991”. En Julio C. Moguel Viveros, Carlota Botey Estapé y Luis Hernández Navarro (coords.), *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*, Ciudad de México, Siglo XXI Editores-CEHAM, pp. 98-118.
- MOGUEL VIVEROS, Patricia y Víctor M. Toledo Manzur (1999): “Biodiversity Conservation in Traditional Coffee Systems of Mexico”, *Conservation Biology*, Vol. 13, No. 1, pp. 11-21.
- (2004): “Conservar produciendo: biodiversidad, café orgánico y jardines productivos”, *Biodiversitas*, No. 55, pp. 1-7.
- MOHAN, Sushil (2009): “Fair Trade and Corporate Social Responsibility”, *Economic Affairs*, Vol. 9, No. 4, pp. 22-28.
- MOLINA, Itzel (2022): “Productores veracruzanos rechazan planta de Nestlé, ¿cuáles son los motivos?”, *Diario de Xalapa*, 16 de julio. Disponible en: https://www.diariodexalapa.com.mx/local/por-que-los-productores-veracruzanos-rechazan-la-planta-de-nestle-8600341.html?fbclid=IwAR2pwLEFudx_aKYJGAZO7T0CQK9MBbpYB3jXKqgDvaigoqy68Z-

- MONSIVÁIS ACEVES, Carlos (2010): “Defensa del campo”, *La Jornada del Campo*, No. 34, 17 de julio. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2010/07/17/defensa.html> (consultado el 17/06/2023)
- MONTAGUT GUIX, Xavier (1997): “Comercio justo, consumo responsable. Posibilidades y límites”, *Cuadernos África América Latina*, No. 26, pp. 149-168.
- (2004): “El derecho a producir”, *Pueblos. Revista de Información y Debate*, No. 13, Especial Dossier Soberanía Alimentaria, pp. 31-33.
- MONTAGUT GUIX, Xavier y Fabrizio Dogliotti (2006): *Alimentos Globalizados: Soberanía Alimentaria y Comercio Justo*, Barcelona, Icaria editorial.
- MONTAGUT GUIX, Xavier y Esther Vivas Esteve (coords.) (2006): *¿Adónde va el comercio justo? Modelos y experiencias*, Barcelona, Icaria.
- MONTELLANO GARCÍA, Angélica (2015): *La trayectoria de la CIOAC en Chiapas: de la organización autónoma a la política institucional (1970-2006)*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco.
- MONTERO MORA, Andrea M. (2018): *Café, Revolución Verde, regulación y liberalización del mercado: Costa Rica (1950-2017)*, Tesis Doctoral presentada en la Universitat de Barcelona.
- (2022): *Café. Revolución Verde, regulación y liberalización del mercado. Costa Rica (1950-2017)*, Zaragoza, Pressas de la Universidad de Zaragoza.
- MONTERO MORA, Andrea M., Marc Badia Miró y Enric Tello Aragay (2021): “Geographic expansion and intensification of coffee-growing in Costa Rica during the Green Revolution (1950-1989): Drivers and outcomes”, *Historia Agraria*, No. 83, pp. 129-164.
- MOORE, Geoff (2004): “The Fair Trade Movement: Parameters, Issues and Future Research”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 53, No. 1-2, pp. 73-86.
- MORA VEGA, Roy, Fernando Sáenz Segura y Jean-François Le Coq (2012) : *Génesis, evolución y funcionamiento de una certificación socio-ambiental en Costa Rica : El caso de Rainforest Alliance Certified (RAC)*, Montpellier, Institut de Recherche pour le développement / Centre de coopération internationale et recherche agronomique pour le développement, Ambière, CEMAGREF.
- MORALES, Helda Eleonora de Guadalupe, Ivette Perfecto y Bruce Gordon Ferguson (2001): “Traditional fertilization and its effect on corn insect populations in the Guatemalan highlands”, *Agriculture, Ecosystems and Environment*, Vol. 84, No. 2, pp. 145-155.
- MORALES ANTONIO, Jacob (2016): “Propusieron un plan contra la roya y no les hicieron caso, denuncian caficultores”, *El Sur*, 4 de febrero. Disponible en: <http://suracapulco.mx/2/propusieron-un-plan-contr-la-roya-y-no-les-hicieron-caso-denuncian-caficultores/> (consultado el 12/3/2019)
- MORALES BERMÚDEZ, Jesús (2018): *El Congreso Indígena de Chiapas: un testimonio*, Tuxtla Gutiérrez, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH), San Cristóbal de las Casas, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica (CESMECA).

- MORALES DÍAZ, Andrés T. (2007): “Trato leonino de cinco empresas a productores Veracruzanos de café”, *La Jornada*, 15 de enero. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2007/01/15/index.php?section=estados&article=038n1est> (consultado el 9/3/2019)
- MORALES DÍAZ, Andrés T. y Javier Salinas Cesáreo (2010): “Acusan al gobierno de bajar la calidad del café mexicano”, *La Jornada*, 30 de marzo. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2010/03/30/estados/025n1est> (consultada el 27/2/2021)
- MORALES ELIZALDE, Mardonio (1972): “Opresiones tz’eltales denunciadas al Gobierno del Estado (Denuncia tzeltal)”, *Estudios Indígenas*, Vol. I, No. 2, pp. 65-79.
- MORAN, Nicole y Kelsey Syvrud (2018): “Agricultural”. En Harold Kent Baker, Greg Filbeck y Jeffrey H. Harris (eds.), *Commodities: Markets, Performance and Strategies*, New York, NY, Oxford University Press, pp. 127-154.
- MORISSET, Jacques (1997): *Unfair Trade? Empirical Evidence in World Commodity Markets Over the Past 25 Years*, Policy Research Working Paper 1815, Washington DC, World Bank.
- (1998): “Unfair Trade? The Increasing Gap between World and Domestic Prices in Commodity Markets during the Past 25 Years”, *The World Bank Economic Review*, Vol. 12, No. 3, pp. 503-523.
- MOVIMIENTO CAMPESINO INDÍGENA MAYA (MCIM) (2001): “Nestlé y la SECOFI provocan pérdidas y quebrantos a indígenas campesinos cafetaleros por más de 100 millones de dólares”, *LaNeta en Chiapas*, 7 de febrero. Disponible en: chiapas.laneta.org/urgencia/010207nestle.htm (consultada el 11/12/2017)
- MOYNIHAN, Brendan (2011): *Financial Origami: How the Wall Street Model Broke*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons.
- MÚGICA FLORES, Juan (2018): “Retazos de historia del diaconado Iberoamericano: El diaconado indígena en la diócesis de San Cristóbal de las casas, México”, *Servir en las periferias*. Disponible en: <https://serviren.info/retazos-de-historia-del-diaconado-iberoamericano-el-diaconado-indigena-en-la-diocesis-de-san-cristobal-de-las-casas-mexico> (consultado el 13/7/2023)
- MUKHERJEE, Kedar Nath (2011): “Commodity Investments: Opportunities for Indian Institutional Investors”, Pune, Mahārāshtra, India, National Institute of Bank Management (NIBM).
- MUÑOZ RODRÍGUEZ, Manrubbio, Dolores Gómez Pérez, Vinicio Horacio Santoyo Cortés y Raúl Rosales Lechuga (2019): *Los negocios del café ¿Cómo innovar en el contexto de la paradoja del café, en pro de una red de valor más inclusiva y accesible?*, Chapingo, Estado de México, Universidad Autónoma Chapingo-CIESTAAM.
- MURRAY, Douglas L., Laura T. Raynolds y Peter Leigh Taylor (2003): *One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade in Latin America*, Fort Collins, Colorado, Fair Trade Research Group, Colorado State University.
- MURRAY, Douglas L. y Laura T. Raynolds (2007): “Globalization and its antinomies: Negotiating a Fair Trade Movement”. En Laura T. Raynolds, Douglas L. Murray y John Wilkinson (eds.), *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 3-14.

- MUTERSBAUGH, Tad (2002): "The Number is the Beast: A Political Economy of Organic-Coffee Certification and Producer Unionism", *Environment and Planning A*, Vol. 34, No. 7, pp. 1165-1184.
- MWANDHA, James, John Nicholls y Malcom Sargent (1985): *Coffee: The International Commodity Agreements*, Aldershot, Reino Unido, Gower Publishing Company.
- NACIONES UNIDAS (1987): *Nuestro futuro común*, Nueva York, NY, Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Naciones Unidas.
- NÁJAR, Alberto (2002): "La Costa y la Sierra se vacían. Chiapas: migrar a puños", *Masiosare*, 30 de junio. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2002/06/30/mas-chiapas.html> (consultada el 6/10/2021)
- NEILSON, Jeff y Bill Pritchard (2009): *Value Chain Struggles: Institutions and Governance in the Plantation Districts of South India*, Malden, Massachusetts y Oxford, Wiley-Blackwell.
- NESTLÉ (2010): *Plan Nescafé*. Disponible en: <https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/library/events/2010-nescafe-plan-global-launch/facts-and-figures-nescafe-plan-sp.pdf> (consultada el 10/3/2021)
- (2022): *Annual Review 2021*, Cham y Vevey, Suiza, Nestlé S.A.
- NEUMAN, William (2011): "A Question of Fairness", *The New York Times*, 23 de noviembre. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2011/11/24/business/as-fair-trade-movement-grows-a-dispute-over-its-direction.html> (consultado el 01/12/2022)
- NEVINS, Joseph (2007): "Dying for a Cup of Coffee? Migrant Deaths in the US-Mexico Border Region in a Neoliberal Age", *Geopolitics*, Vol. 12, No. 2, pp. 228-247.
- NEWMAN, Susan A. (2009a): *The New Price Makers: An Investigation into the Impact of Financial Investment on Coffee Price Behaviour*, NCCR Trade Working Paper No. 2009/7.
- (2009b): "Financialization and Changes in the Social Relations along Commodity Chains: The Case of Coffee", *Review of Radical Political Economics*, Vol. 41, No. 4, pp. 539-559.
- NICHOLLS, Alex J. (2004): "Fair trade new product development", *The Service Industries Journal*, Vol. 24, No. 2, pp. 102-117.
- NICHOLLS, Alex J. y Charlotte Opal (2005): *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Londres, Reino Unido, Sage.
- NIGH NIELSEN, Ronald B. (1992): "La agricultura orgánica y el nuevo movimiento campesino en México", *Antropológicas*, Nueva Época, No. 3, pp. 39-50.
- (1997): "Organic Agriculture and Globalization: A Maya Associative Corporation in Chiapas, Mexico", *Human Organization*, Vol. 36, No. 4, pp. 427-436.
- (coord.) (2001): *Tzeltales y tzotziles de Chiapas*, Proyecto Perfiles Indígenas de México, Oaxaca de Juárez, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)-Pacífico Sur.
- (2002a): "Acción Colectiva, capital social y recursos naturales: las organizaciones agro-

ecológicas en Chiapas”. En Gabriela Vargas Cetina (coord.), *De lo privado a lo público: Organizaciones en Chiapas*, Ciudad de México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) / Miguel Ángel Porrúa, pp. 73-110.

--- (2002b): *Poverty Allleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: Comments on The Implications of the Mexico Reports*, Fort Collins, CO, USA. Informe elaborado para el Fair Trade Research Group, Colorado State University.

NIGH NIELSEN, Ronald B. y Alma Amalia González Cabañas (2015): “Reflexive Consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico and France: Constructing Food Sovereignty Through Alternative Food Networks”, *Agroecology and Sustainable Food Systems*, Vol. 39, No. 3, pp. 317-341.

NOLASCO ARMAS, María Margarita (1985): *Café y sociedad en México*, Ciudad de México, Centro de Ecodesarrollo.

OCAMPO GAVIRIA, José Antonio y Rosario Córdoba Garcés (1990): “La coyuntura cafetera internacional en perspectiva”, *Coyuntura Económica*, Vol. 20, No. 1, pp. 87-104.

OEHMICHEN BAZÁN, María Cristina del Pilar (1998): “El indigenismo y el modelo gubernamental de la política social neoliberal”, *Cuadernos Agrarios Nueva Época*, No. 16, pp. 47-63.

ORGANIC CONSUMERS ASSOCIATION (2011): *Earth to TransFair: Fair Trade Is a Movement Not a Brand!: Coalition Forms to Stop Rebranding of TransFair as Fair Trade USA*, Minneapolis, Minnesota, Organic Consumers Association.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) (1994): *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (TRIPS)*. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf (consultado el 18/03/2022)

ORNELAS DELGADO, Jaime (2000). “La ciudad bajo el neoliberalismo”, *Papeles de Población*, Vol. 6, No. 23, pp. 45-69.

OSMAN, Joe (2020): *Traidcraft: Inspiring a Fair Trade Revolution*, Oxford, Reino Unido, Lion Hudson IP Limited.

OSORIO LONDOÑO, Néstor (2002): *The Global Coffee Crisis: A Threat to Sustainable Development*, Londres, ICO.

OXFAM AMERICA (2005): *The Coffee Crisis Continues: Situation Assessment and Policy Recommendations for Reducing Poverty in the Coffee Sector*, Boston, MA, Oxfam America.

OXFAM INTERMON (2018): *Cadena de Valores. Comercio Justo: la historia que querrás comprar*, Oxfam Intermón.

PAAVOLA, Jouni (2001): “Towards Sustainable Consumption: Economics and Ethical Concerns for the Environment in Consumer Choices”, *Review of Social Economy*, Vol. 59, No. 2, pp. 227-248.

PALASKAS, Theodosios y Panos Varangis (1989): *Primary Commodity Prices and Macroeconomic Variables: A Long-run Relationship*, Washington, DC, World Bank Policy,

- PALAZUELOS MANSO, Enrique y Germán Granda Alva (1985): *El mercado del café: situación mundial e importancia en el comercio de España con América Latina*, Madrid, Secretaría Técnica del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- PANHUYSEN, Sjoerd y Joost Pierrot (2014): *Coffee Barometer 2014*, La Haya, Países Bajos, Hivos-Oxfam Novib, Amsterdam, National Committee of The Netherlands (IUCN), Utrecht, Solidaridad, Gland, Suiza, World Wide Fund for Nature (WWF).
- (2018): *Coffee Barometer 2018*, Arlington, Virginia, Conservation International, Mount Gretna, Lebanon, Pensilvania, Committee on Sustainability Assessment (COSA), La Haya, Países Bajos, Hivos, Gante, Bélgica, Oxfam Wereldwinkels, Utrecht, Solidaridad.
- PARÉ OUELLET, Luisa (1990): “¿Adelgazamiento del INMECAFE o de los pequeños productores de café?”, *Sociológica*, Año 5, No. 13.
- (1994): “Algunas reflexiones metodológicas sobre el análisis de los movimientos sociales en el campo”, *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 56, No. 2, pp. 15-24.
- PARVATHI, Priyanka y Hermann Waibel (2018): “An Overview of Organic Agriculture and Fair Trade Systems”. En Priyanka Parvathi, Ulrike Grote y Hermann Waibel (eds.), *Fair Trade and Organic Agriculture: A Winning Combination?*, Wallingford, Oxfordshire, Reino Unido y Boston, MA, CABI, pp. 1-7.
- PATEL, Raj (2009): “What does food sovereignty look like”, *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 36, No. 3, pp. 663-706.
- PAY, Ellen (2009): *The Market for Organic and Fair-Trade Coffee*, Roma, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
- PAZ PAREDES CAMACHO, Cintia Lorena (2019): “La 4T y los cafeticultores: duplicidades, contradicciones, ambigüedades...”, *La Jornada del Campo*, 16 de noviembre. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2019/11/16/delcampo/articulos/4t-y-cafeticultores.html> (consultada el 14/3/2021)
- PEDINI, Sérgio, Fabio Maria Santucci y Ana Lúcia Silvestre (2017): “Fair Trade Minimum Price: A Comparative Analysis for the Arabica Coffee Market”, *British Journal of Economics, Management & Trade*, Vol. 17, No. 1, pp. 1-15.
- PELUPESSY, Wim (2001): “El enfoque de la cadena global de mercancías como herramienta analítica en las economías en vías de desarrollo”, *Economía y Sociedad*, Vol. 6, No. 15, pp. 111-120.
- (2007): “The world behind the world coffee market”, *Études rurales*, Vol. 2, No. 180, pp. 187-212.
- PELUPESSY, Wim y Rafael Díaz Porras (2012): “Mejora de la posición del café de baja altitud en América Central”. En Mario Samper Kutschbach y Steven C. Topik (eds.), *Crisis y transformaciones del mundo del café: Dinámicas locales y estrategias nacionales en un periodo de adversidad e incertidumbre*, Bogotá, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, pp. 195-224.
- PENDERGRAST, Mark (1999): *Uncommon grounds: The History of Coffee and How It*

Transformed Our World, Nueva York, Basic Books.

- PEREA TRUEBA, Ernesto (2020): “Aumento de importación de café robusta brasileño presiona precio de aromático en México”, *Imagen Agropecuaria*, 14 de octubre. Disponible en: <https://imagenagropecuaria.com/2020/aumento-de-importacion-de-cafe-robusta-brasileno-presiona-precio-de-aromatico-en-mexico/> (consultada el 11/3/2021)
- PÉREZ AKAKI, Pablo (2007): “Las transformaciones institucionales en la producción y comercialización internacional de café en el siglo XX e inicios del XXI”, *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, Vol. 38, No. 150, pp. 107-132.
- (2009): “Los espacios de producción de café sustentable en México en los inicios del siglo XXI”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, Vol. 4, No. 7, pp. 116-156.
- PEREZGROVAS GARZA, Víctor (s/f): “La producción y comercialización de café en México, ¿opción viable para los pequeños productores?”. Disponible en: <http://www.rmalc.org/historico/documentos/grovas.pdf> (consultada el 1/4/2018)
- (1998): *Evaluación de la sustentabilidad del sistema de producción de café orgánico en la Unión de Ejidos Majomut, en la Región de Los Altos de Chiapas*, Tesis de Maestría en Ciencias presentada en la Universidad Autónoma Chapingo.
- PEREZGROVAS GARZA, Víctor, Edith Cervantes Trejo y John Burstein (2001): *Case Study of the Coffee Sector in Mexico*, Oxford, Oxfam.
- PEREZGROVAS GARZA, Víctor y Fernando Celis Callejas (2002): *La crisis del café. Causas, consecuencias y estrategias*, Conferencia electrónica del Grupo Chorlaví efectuada entre los días 15 de abril y 3 de mayo.
- PEREZGROVAS GARZA, Víctor y Edith Cervantes Trejo (2002): *Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of Unión Majomut, Chiapas, México*, Informe elaborado para el Fair Trade Research Group, Colorado State University.
- PÉREZ MONTEROSAS, Mario (2003): “Las redes sociales de la migración emergente de Veracruz a los Estados Unidos”, *Migraciones Internacionales*, Vol. 2, No. 1, pp. 136-160.
- PÉREZ PÉREZ, Eliezer Fernando y Daniel Villafuerte Solís (2018): “Efectos del mercado desregulado sobre los campesinos productores de café de Los Altos de Chiapas: el caso de UCIPA”, *Revista LiminaR. Estudios Sociales y Humanidades*, Vol. XVI, No. 1, pp. 134-149.
- PÉREZ RAMÍREZ, Fredy Ocaris (2006): “Modelación de la volatilidad y pronóstico del precio del café”, *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, Vol. 5, No. 9, pp. 45-58.
- PÉREZ URIBE, Matilde (2008): “Llama al diálogo Unión de Ejidos de la Selva ante boicot de la otra campaña”, *La Jornada*, 28 de febrero. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2008/02/28/index.php?section=politica&article=017n1pol> (consultado el 13/9/2017)
- PERFECTO, Ivette, Robert A. Rice, Russell Greenberg y Martha E. Van der Voort (1996): “Shade coffee: a disappearing refuge for biodiversity”, *BioScience*, Vol. 46, No. 8, pp. 598-608.
- PETCHERS, Seth y Shayna Harris (2008): “The Roots of the Coffee Crisis”. En Christopher M. Bacon, Víctor Ernesto Méndez Gamero, Stephen R. Gliessmann, David Goodman

- y Jonathan A. Fox (eds.), *Confronting the Coffee Crisis: Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America*, Cambridge, Massachusetts y Londres, The MIT Press, pp. 43-66.
- PICKARD, Miguel (2005): “Entre fuegos cruzados: Los migrantes mesoamericanos en su travesía hacia el norte”, Silver City, NM, International Relations Center-Americas Program.
- PIERROT, Joost, Daniele Giovannucci y Alexander Kasterine (2011): *Trends in the Trade of Certified Coffees*, Ginebra, International Trade Centre (ITC).
- PIPITONE, Ugo (2009): “Tres (breves) historias agrarias. Oaxaca, Kerala, Sicilia”, *Nueva Sociedad*, No. 223, pp. 56-75.
- POITRAS, Geoffrey (2009): “From Antwerp to Chicago: the history of exchange traded derivative security contracts”, *Revue d'Histoire des Sciences Humaines*, No. 20, pp. 11-50.
- POLANYI, Karl (1992 [1944]): *La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica.
- PONTE, Stefano (2001a): “Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges?”, CDR Working Paper No. 01.5, Copenhagen, Dinamarca. Centre for Development Research.
- (2001b): “Behind the Coffee Crisis”, *Economic and Political Weekly*, Vol. 36, No. 46/47, pp. 4410-4417.
- (2002a): “The ‘Latte Revolution’? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain”, *World Development*, Vol. 30, No. 7, pp. 1099-1122.
- (2002b): “Brewing a Bitter Cup? Deregulation, Quality and the Re-organization of Coffee Marketing in East Africa”, *Journal of Agrarian Change*, Vol. 2, No. 2, pp. 248-272.
- (2004): *Standards and Sustainability in the Coffee Sector. A Global Value Chain Approach*, Winnipeg, Manitoba, Canada, Institute for Sustainable Development.
- POPPER, Nathaniel (2013): “Buying the N.Y.S.E., in One Shot”, *The New York Times*, 19 de enero. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2013/01/20/business/jeffrey-sprechers-improbable-path-to-buying-the-nyse.html?pagewanted=all> (consultada el 20/1/2021)
- PORTILLO PASQUAL DEL RIQUELME, Luis (1993): “El Convenio Internacional del Café y la crisis del mercado”, *Comercio Exterior*, Vol. 43, No. 4, pp. 378-391.
- PRAUN, Alexandra, Claudia Irene Calderón, Claudia Jerónimo, Jaime Reyna, Iván Santos, Raquel León, Rose Hogan y José Pablo Prado Córdova (2017): “Algunas evidencias de la perspectiva agroecológica como base para unos medios de vida resilientes en la sociedad campesina del occidente de Guatemala”, Coloquio Internacional Elikadura 21, *El futuro de la alimentación y retos de la agricultura para el siglo XXI: Debates sobre quién, cómo y con qué implicaciones sociales, económicas y ecológicas alimentará el mundo*, Vitoria-Gasteiz, 24-26 de abril.
- PREBISCH LINARES, Raúl Federico (1986): “Notas sobre el intercambio desde el punto de vista periférico”, *Revista de la CEPAL*, No. 28, pp. 195-206.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD) (1998):

Informe sobre Desarrollo Humano 1998, Nueva York, PNUD.

--- (2012): *Café La Selva, México*, Serie Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial, Nueva York, NY, PNUD.

PRUIJN VAN ENGELLEN, Jerónimo (2008): “Trasnacionales ante el mercadeo alternativo”, *La Jornada del Campo*, No. 9, 12 de junio. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2008/06/12/mercados.html> (consultada el 5/10/2021)

PURVIS, Andrew (2006): “Is global business hijacking the Fairtrade bandwagon?”, *The Observer*, 29 de enero. Disponible en: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2006/jan/29/foodanddrink.fairtrade> (consultado el 18/11/2022)

QUADRI DE LA TORRE, Gabriel Ricardo (1990): “Una breve crónica del ecologismo en México”, *Ciencias*, número especial 4, pp. 56-64.

QUINTERO RIZZUTO, María Liliana y Maritza Rosales (2014): “El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad”, *Visión Gerencial*, No. 2, pp. 291-307.

QUIROGA CARAPIA, Adriana Alicia (2021): *Empresa social de cafés especiales en Chiapas, México: claves para comprender su desempeño*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad Nacional Autónoma de México.

RAIKES, Philip, Michael Friis Jensen y Stefano Ponte (2000): “Global commodity chain analysis and the French filière approach: comparison and critique”, *Economy and Society*, Vol. 29, No. 3, pp. 390-417.

RANSOM, David (2001): *The No-Nonsense Guide to Fair Trade*, Oxford, New Internationalist Publications Ltd.

--- (2005): “Fair trade for sale”, *New internationalist*, No. 377, pp. 34-35.

RAPPO MIGUEZ, Susana (2017): “¿Por qué se perdió la autosuficiencia en materia cafetalera?”, *La Jornada de Oriente*, 11 de agosto. Disponible en: <https://www.lajornadadeoriente.com.mx/puebla/se-perdio-la-autosuficiencia-materia-cafetatera/>

RAYNOLDS, Laura T. (2000): “Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements”, *Agriculture and Human Values*, Vol. 17, No. 3, pp. 297-309.

--- (2002): “Consumer/Producer Links in Fair Trade Coffee Networks”, *Sociologia Ruralis*, Vol. 42, No. 4, pp. 404-424.

--- (2017): “Fairtrade labour certification: the contested incorporation of plantations and workers”, *Third World Quarterly*, Vol. 38, No. 7, pp. 1473-1492.

RAYNOLDS, Laura T. y Douglas L. Murray (2007): “Fair Trade: contemporary challenges and future prospects”. En Laura T. Raynolds, Douglas L. Murray y John Wilkinson (eds.), *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 223-234.

RAYNOLDS, Laura T. y Elizabeth Anne Bennett (2015): “Introduction to research on fair trade”. En Laura T. Raynolds y Elizabeth Anne Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*, Cheltenham, Gloucestershire, Reino Unido y Northampton, Massachusetts, Edward Elgar Publishing, pp. 3-23.

- REDFERN, Andy y Paul Snedker (2002): *Creating Market Opportunities for Small Enterprises: Experiences of the Fair Trade Movement*, SEED Working Paper No. 30, Ginebra, International Labour Office.
- REED, Darryl (2009): "What do Corporations have to do with Fair Trade? Positive and Normative Analysis from a Value Chain Perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. 86, No. supl. 1, pp. 3-26.
- (2012): "Fairtrade International (FLO)". En Darryl Reed, Peter Utting y Ananya Mukerjee Reed (eds.), *Business Regulation and Non-state Actors: Whose Standards? Whose Development?*, Oxford, Routledge, pp. 300-314.
- REINA, Mauricio, Gabriel Silva Luján, Luis Fernando Samper Gartner y María del Pilar Fernández (2007): *Juan Valdez. La estrategia detrás de la marca*, Bogotá, Ediciones B – Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- RENARD HUBERT, Marie-Christine (1999): *Los intersticios de la globalización: un label "Max Havelaar" para los pequeños productores de café*, Ciudad de México, Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos (CEMCA).
- (2005): "Quality certification, regulation and power in fair trade", *Journal of Rural Studies*, Vol. 21, No. 4, pp. 419-431.
- (2010a): "In the Name of Conservation: CAFÉ Practices and Fair Trade in Mexico", *Journal of Business Ethics*, Vol. 92, No. supl. 2, pp. 287-299.
- (2010b): "The Mexican Coffee Crisis", *Latin American Perspectives*, Issue 171, Vol. 37, No. 2, pp. 21-33.
- (2012): "Veinte años de crisis del café en México". En Mario Samper Kutschbach y Steven C. Topik (eds.), *Crisis y transformaciones del mundo del café: Dinámicas locales y estrategias nacionales en un periodo de adversidad e incertidumbre*, Bogotá, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, pp. 173-194.
- (2022): "Values and the making of standards in 'sustainable' coffee networks: The case of 4C and Nestlé in Mexico", *International Sociology*, Vol. 37, No. 6, pp. 758-776.
- RENARD HUBERT, Marie Christine y Allison Marie Loconto (2013): "Competing Logics in the Further Standardization of Fair Trade: ISEAL and the Símbolo de Pequeños Productores", *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, Vol. 20, No. 1, pp. 51-68.
- RENARD HUBERT, Marie-Christine y Rosa María Larroa Torres (2017): "Política pública y sustentabilidad de los territorios cafetaleros en tiempos de roya: Chiapas y Veracruz", *Estudios Latinoamericanos*, Nueva Época, No. 40, pp. 95-113.
- RENCKENS, Stefan (2020): *Private Governance and Public Authority: Regulating Sustainability in a Global Economy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- RICE, Paul D. y Jennifer McLean (1999): *Sustainable Coffee at the Crossroads*, A White Paper Prepared for the Consumer's Choice Council, Washington, DC, The Consumer's Choice Council.
- RICE, Robert A. (2001): "Noble goals and challenging terrain: organic and fair trade coffee

movements in the global marketplace”, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, Vol. 14, No. 1, pp. 39-66.

RÍOS FIGUEROA, Julio (2002): *Siglo XX: muerte y resurrección de la Iglesia Católica en Chiapas. Dos estudios históricos*, San Cristóbal de las Casas, Programa de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Mesoamérica y el Sureste-UNAM.

ROBLES BERLANGA, Héctor Manuel (2011): “Los Productores de Café en México: Problemática y Ejercicio del Presupuesto”, *Mexican Rural Development Research Reports*, Reporte 14, Woodrow Wilson International Center for Scholars.

ROBLES BERLANGA, M. del Rosario (1988): “El campo y el pacto”, *El Cotidiano*, Vol. 4, No. 23, pp. 65-72.

RODRÍGUEZ DE VERA MOULIAÁ, Miguel (2015): *El Comercio Justo: Análisis de un movimiento social dividido en el siglo XXI*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad Pública de Navarra.

RODRÍGUEZ MORENO, José Ramón (2014): “¿Es posible desarrollarse en torno al café orgánico? Las perspectivas de un negocio local-global en comunidades mayas”, *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, No. 19, pp. 217-241.

ROHWETTER, Markus (2014): “Märchen zum Kaffee”, *Die Zeit*, No. 34, 14 de agosto. Disponible en : <https://www.zeit.de/2014/34/fairtrade-produkte-konventionelle-zutaten> (consultada el 7/9/2021)

ROJAS RABIELA, Teresa (1994): *Agricultura Indígena: Pasado y Presente*, Ciudad de México, Ediciones La Casa Chata.

ROSSET, Peter M. (2006): *Food is Different: Why We Must Get the WTO Out of Agriculture*, Londres y Nueva York, Zed Books.

ROSSET, Peter M., Lia Pinheiro Barbosa, Valentín Val Rodríguez y Nils McCune (2021): “Pensamiento Latinoamericano Agroecológico: the emergence of a critical Latin American agroecology?”, *Agroecology and Sustainable Food Systems*, Vol. 45, No. 1, pp. 42-64.

ROOZEN, Nico y Frans van der Hoff Boersma (2002) : *L’aventure du commerce équitable : Une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, París, Jean-Claude Lattès.

ROVIRA SANCHO, Guiomar (1994) : ¡Zapata Vive! La rebelión indígena de Chiapas contada por sus protagonistas, Barcelona, Virus Editorial.

RUBIO VEGA, Blanca Aurora (2014) : *El dominio del hambre. Crisis de hegemonía y alimentos*, Texcoco de Mora, Estado de México, Universidad Autónoma Chapingo / Zacatecas, Colegio de Postgraduados, Universidad Autónoma de Zacatecas / Ciudad de México, Juan Pablos Editor.

RUDIÑO LUGO, Lourdes Edith (2010): “Los cafetaleros, en las garras de Nestlé y AMSA”, *La Jornada del Campo*, 13 de marzo. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2010/03/13/oferta.html> (consultada el 5/10/2021)

RUIZ GARCÍA, Samuel (1993): *En esta hora de gracia*, Carta Pastoral, San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

- RUIZ GARCÍA, Samuel y Javier Vargas Mendoza (1972): “Pasión y resurrección del indio”, *México Indígena*, Vol. II, No. 1, pp. 35-48.
- SACCO DOS ANJOS, Flávio, Walter Belik y Nádia Velleda Caldas (2011): “La caficultura en Brasil. Evolución, situación actual y nuevos retos cara al futuro”, *Mundo Agrario*, Vol. 12, No. 23.
- SALINAS CALLEJAS, Edmar (2004): “El impacto de la onda cíclica de los precios del café en los productores de México”, *Análisis Económico*, Vol. XIX, No. 40, pp. 269-291.
- SÁMANO RENTERÍA, Miguel Ángel (2013): “La agroecología como una alternativa de seguridad alimentaria para las comunidades indígenas”, *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, Vol. 4, No. 8, pp. 1251-1266.
- SAMPER GARTNER, Luis Fernando, Daniele Giovannucci y Luciana Marques Vieira (2017): *The powerful role of intangibles in the coffee value chain*, Economic Research Working Paper No. 39, Ginebra, Suiza, World Intellectual Property Organization.
- SAMPER KUTSCHBACH, Mario (2012): “La respuesta de Costa Rica a la crisis cafetera”. En Mario Samper Kutschbach y Steven C. Topik (eds.), *Crisis y transformaciones del mundo del café: Dinámicas locales y estrategias nacionales en un periodo de adversidad e incertidumbre*, Bogotá, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, pp. 263-298.
- SÁNCHEZ ALBARRÁN, Armando (2014): “Movimiento campesino transnacional. El caso de la vía campesina – México”. En Bruno Lutz Bachère y Carlos Chávez Becker (coords.): *Acción colectiva y organizaciones rurales en México*, Ciudad de México, Ediciones del Lirio, pp. 353-405.
- SÁNCHEZ FRANCO, Irene (2019): “La encarnación del Evangelio en la Diócesis de San Cristóbal de las Casas, Chiapas”, *Boletín Antropológico*, Vol. 37, No. 98, pp. 537-563.
- SÁNCHEZ JUÁREZ, Gladys Karina (2007): *K'omon J'amtel. Intelectuales indígenas como protagonistas de un proceso de autogestión*, Tesis de Maestría presentada en la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco.
- (2015): *Los pequeños cafeticultores de Chiapas. Organización y resistencia frente al mercado*, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, CESMECA-UNICACH, Colección Thesis.
- (2023): “Los campesinos en la producción alimentaria y las políticas del campo en México en el sexenio 2018-2024”, *ReLaER. Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, Vol. 8, No. 15. Disponible en: <https://ojs.ceil-conicet.gov.ar/index.php/revistaalasru/article/view/1172> (consultado el 4/12/2023)
- SÁNCHEZ REYES, Georgina Alethia (2021): *Mirando el paisaje desde la historia socioambiental. Reconfiguraciones territoriales en Las Cañadas de la Selva Lacandona, Ocosingo, Chiapas (1994-2018)*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad Autónoma Chapingo.
- SANTOS CALDERÓN, Juan Manuel (2001): “Es preciso defender la vocación agrícola”, *Ensayos de Economía Cafetera*, Nos. 16-17, pp. 47-52.
- SANTOYO CORTÉS, Vinicio Horacio, Salvador Díaz Cárdenas, Benigno Rodríguez Padrón, Juan Ramón Pérez Pérez et al. (1994): *Sistema agroindustrial café en México: diagnósti-*

co, problemática y alternativas, Texcoco de Mora, Estado de México, CIESTAAM-Universidad Autónoma Chapingo, Ciudad de México, SAGAR/INCA-Rural.

SARUKHÁN KERMEZ, José Aristeo, Jorge Soberón Mainero y Jorge Larson Guerra (1996): “Biological conservation in a high beta-diversity country”. En Francesco Di Castri y Talal Younès (eds.), *Biodiversity, Science and Development: Towards a New Partnership*, Wallingford, Oxfordshire, CAB International, pp. 246-263.

SCHUSSLER, Lennart (2009): “Protecting ‘Single-Origin Coffee’ within the Global Coffee Market: The Role of Geographical Indications and Trademarks”, *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 10, No. 1, pp. 149-185.

SCHWARZ, Bill (2000): “Actually existing postcolonialism”, *Radical Philosophy*, No. 104, pp. 16-24.

SCOTT, Steffanie, Peter Vandergeest y Mary Young (2009): “Certification Standards and the Governance of Green Foods in Southeast Asia”. En Jennifer Clapp y Doris Fuchs (eds.), *Corporate power in global agrifood governance*, Cambridge, MAT, MIT Press., pp. 61-92.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGARPA) (2005): *Plan Rector del Sistema Producto Café en México*, Ciudad de México, SAGARPA.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGARPA) y ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA (FAO) (2015): *Evaluación Nacional de Resultados 2013. Componente Fomento Productivo del Café*, Ciudad de México, SAGARPA / FAO.

SENILLOSA, Ignacio de (1997): “El paper de les ONG al Nord”. En Intermón, *Conferència Sud-Nord. Junts per a l'erradicació de la pobresa*, Barcelona, Intermón, pp. 63-80.

SEPPÄNEN, Laura y Juha Helenius (2004): “Do Inspection practices in organic agriculture serve organic values? A case study from Finland”, *Agriculture and Human Values*, Vol. 21, No. 1, pp. 1-13.

SERRA GRAU, Josep (2017) : *Rebeldes transnacionales: la Red Zapatista Catalana*, Tesis Doctoral presentada en la Universitat de Lleida.

SETEM (1999 [1997]): *Café amargo: Por un comercio Norte-Sur más justo*, Barcelona, Icaria editorial.

SETTE, José Dauster (2010): *Panorama del mercado mundial del café*, LXXIV Asamblea Anual Asociación Nacional de Exportadores de Café, 4 y 5 de noviembre, Cartagena de Indias, Colombia.

SCHALLBERGER, Philipp (2023): “Kaffee-Zertifizierungen. Zwischen Anspruch und Realität”. Disponible en: <https://www.kaffeemacher.ch/blog/kaffee-zertifizierungen/> (consultado el 20/11/2023)

SHEPHERD, Ben (2004): “Market Power in International Commodity Processing Chains: Preliminary Results from the Coffee Markets”, París, Groupe d'Economie Mondiale (GEM)-Institut d'Etudes Politiques de Paris.

- SHRECK, Aimee (2005): "Resistance, redistribution, and power in the Fair Trade banana initiative", *Agriculture and Human Values*, Vol. 22, No. 1, pp. 17-29.
- SILVEIRA, Rodrigo Lanna Franco da, Fabio L. Mattos y Maria Sylvia Macchione Saes (2017): "The Reaction of Coffee Futures Price Volatility to Crop Reports", *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 53, No. 10, pp. 2361-2376.
- SÍMBOLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES (SPP) (2016): "Lista de Organizaciones de Pequeños Productores", Ciudad de México, Símbolo de Pequeños Productores.
- (2023): "Nuevos precios sustentables mínimos para café SPP", Ciudad de México, Símbolo de Pequeños Productores Global, A.C.
- SISTEMA DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA DE CONSULTA (SIACON-NG) (s/f): *Módulo Agrícola Estatal del SIACON-NG*, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP).
- SISTEMA PRODUCTO CAFÉ DE CHIAPAS (2005): *Plan Rector del Sistema Producto Café Chiapaneco*, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, Comité Sistema Producto Café de Chiapas.
- SMITH, Oliver (2017): "Mapped: The countries that drink the most coffee", *The Telegraph*, 1 de octubre. Disponible en: <https://www.telegraph.co.uk/travel/maps-and-graphics/countries-that-drink-the-most-coffee/> (consultada el 16/1/2021)
- SOLIDARIDAD (2019): "Solidaridad 50 Years: Old Roots and New Routes", Utrecht, Solidaridad.
- SOLIDARIDAD PARA EL DESARROLLO Y LA PAZ (SODEPAZ) (2004): "Café: una crisis que dura quince años", Madrid, SODEPAZ.
- SOSA HERNÁNDEZ, Raymundo (2006): "Las negociaciones multilaterales y la equidad de género en el sector agropecuario en México: el café, un caso específico", *Economía y Sociedad*, Vol. XI, No. 17, pp. 95-113.
- SOSA MALDONADO, Lucino, Esteban Escamilla Prado y Salvador Díaz Cárdenas (1999): "Café orgánico: producción y certificación en México", *El Jarocho Verde*, No. 11, pp. 13-25.
- SOTO-PINTO, María Lorena, Ivette Perfecto, Juan Castillo Hernández y Javier Caballero Nieto (2000): "Shade effect on coffee production at the northern Tzeltal zone of the state of Chiapas, Mexico", *Agriculture, Ecosystems and Environment*, Vol. 80, No. 1-2, pp. 61-69.
- STAHLER-SHOLK, Richard (2011): "Autonomía y economía política de resistencia en Las Cañadas de Ocosingo". En Bruno Baronnet, Mariana Mora Bayo y Richard Stahler-Sholk (coords.), *Luchas "muy otras": Zapatismo y autonomía en las comunidades indígenas de Chiapas*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco / Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Tuxtla Gutiérrez y San Cristóbal de las Casas, Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), pp. 409-446.
- STAVENHAGEN GRUENBAUM, Rodolfo, Fernando Paz Sánchez, Cuauthémoc Cárdenas Solórzano y Arturo Bonilla Sánchez (1973 [1968]): *Neolatifundismo y explotación: de Emiliano Zapata a Anderson Clayton & Co.*, Ciudad de México, Editorial Nuestro Tiem-

po.

- STURGEON, Timothy J. (2011): “De cadenas de mercancías (commodities) a cadenas de valor: construcciones teóricas en una época de globalización”, *Eutopía. Revista de Desarrollo Económico Territorial*, No. 2, pp. 11-38.
- SUÁREZ, Gerardo (2020): “En la cadena productiva del café, la ganancia es para intermediarios, no para productores: Unión San Fernando”, Consejo Civil Mexicano para la Silvicultura Sostenible. Disponible en: <https://www.ccmss.org.mx/en-la-cadena-productiva-del-cafe-la-ganancia-es-para-intermediarios-no-para-productores-union-san-fernando/> (consultada el 17/1/2021)
- SUÁREZ CARRERA, Mario Alberto (2014): “¿Autogestión dentro de la autonomía? La experiencia de la cooperativa de cafeticultores indígenas zapatistas Yochin Tayel Kinal”, *EntreDiversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, Vol. 1, No. 3, pp. 187-216.
- SYLOS LABINI, Paolo (1982a): “Rigid Prices, Flexible Prices and Inflation”, *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, Vol. 35, No. 140, pp. 37-68.
- (1982b): “On the Instability of Raw Material Prices and the Problem of Gold”. En Alberto Quadrio Curzio (ed.), *The Gold Problem. Economic Perspectives*, Oxford, Oxford University Press, pp. 163-170.
- TALBOT, John M. (1996): “Regulating the Coffee Commodity Chain: Internationalization and the Coffee Cartel”, *Berkeley Journal of Sociology*, Vol. 40, pp. 113-149.
- (1997a): “Where Does Your Coffee Dollar Go?: The Division of Income and Surplus along the Coffee Commodity Chain”, *Studies in Comparative International Development*, Vol. 32, No. 1, pp. 56-91.
- (1997b): “The Struggle for Control of a Commodity Chain: Instant Coffee from Latin America”, *Latin American Research Review*, Vol. 32, No. 2, pp. 117-135.
- (2002): “Information, Finance and the New International Inequality: The Case of Coffee”, *Journal of World-Systems Research*, Vol. 8, No. 2, pp. 214-250.
- (2004): *Grounds for Agreement: The Political Economy of the Coffee Commodity Chain*, Lanham, MD, Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- TAYLOR, Peter Leigh (2005): “In the Market But Not of It: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Based Social Change”, *World Development*, Vol. 33, No. 1, pp. 129-147.
- TAYLOR, Peter Leigh, Douglas L. Murray y Laura T. Raynolds (2005): “Keeping trade fair: Governance challenges in the fair trade coffee initiative”, *Sustainable Development*, Vol. 13, No. 3, pp. 199-208.
- TELLO ARAGAY, Enric (1989): “Demandas ecosocialistas”, *Mientras Tanto*, No. 39, pp. 37-56.
- TEPOX VIVAR, Ángeles (2019): *La justicia del Comercio Justo en los andares de las organizaciones cafeticultoras de Los Altos de Chiapas*, Tesis Doctoral presentada en la Universidad Autónoma de Chiapas.
- TEPOX VIVAR, Ángeles y Alma Amalia González Cabañas (2021): “Una nueva apuesta

- de los cafeticultores chiapanecos. La estrategia del Símbolo de Pequeños Productores”, *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, Vol. XIX, No. 1, pp. 195-208.
- THE WORLD BANK (2015): *Risk and Finance in the Coffee Sector: A Compendium of Case Studies Related to Improving Risk Management and Access to Finance in the Coffee Sector*, Washington, DC, World Bank Group.
- THI NHUNG, Nguyễn, Nguyen Nhu Ngan, Tran Thi Hong y Nguyen Dinh Cuong (2020): “Hedging with commodity futures: evidence from the coffee market in Vietnam”, *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 17, No. 4, pp. 61-75.
- TILLY, Charles (2004): *Social Movements, 1768-2004*, Boulder, CO y Londres, Paradigm Publishers.
- TOLEDO MANZUR, Víctor M. (1990): “The ecological rationality of peasant production”. En Miguel Ángel Altieri y Susanna B. Hecht (eds.), *Agroecology and Small Farm Development*, Boca Ratón, FL, CRC Press, pp. 51-58.
- (1992): “Toda la utopía: el nuevo movimiento ecológico de los indígenas (y campesinos) de México”. En Julio C. Moguel Viveros, Carlota Botey Estapé y Luis Hernández Navarro (coords.), *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*, Ciudad de México, Siglo XXI Editores-CEHAM, pp. 33-51.
- (2003): “Los pueblos indígenas, actores estratégicos para el corredor biológico mesoamericano”, *Biodiversitas*, No. 47, pp. 8-15.
- (2012): “La Agroecología en Latinoamérica: tres revoluciones, una misma transformación”, *Agroecología*, No. 6, pp. 37-46.
- TOLEDO MANZUR, Víctor M., Eckart Boege Schmidt y Narciso Barrera-Bassols (2010): “The Biocultural Heritage of Mexico: An Overview”, *Landscape*, Vol. II, No. 6, pp. 7-13.
- TOLEDO MANZUR, Víctor M. and Benjamín F. Ortiz-Espejel (2014): *México, regiones que caminan hacia la sustentabilidad. Una geopolítica de las resistencias bioculturales*, Universidad Iberoamericana de Puebla.
- TOLEDO MANZUR, Víctor M. y Narciso Barrera-Bassols (2008): *La Memoria Biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*, Barcelona, Icaria.
- (2017): “Political Agroecology in Mexico: a Path toward Sustainability”, *Sustainability*, Vol. 9, No. 2, 268, DOI: [10.3390/su9020268](https://doi.org/10.3390/su9020268)
- TOLEDO TELLO, Sonia (2019): *Espacios sociales en una región agraria del norte de Chiapas (siglos XIX-XXI)*, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur (CIMSUR).
- TOPIK, Steven C., Mario Samper Kutschbach y John M. Talbot (2012): “Introducción”. En Mario Samper Kutschbach y Steven C. Topik (eds.), *Crisis y transformaciones del mundo del café: Dinámicas locales y estrategias nacionales en un periodo de adversidad e incertidumbre*, Bogotá, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, pp. 9-36.
- TRUJILLO BÁEZ, Norma (2020): “Sader beneficia a Nestlé al importar café robusta; “Se ve interés de CNA”: CNOC”, *La Jornada Veracruz*, 30 de octubre. Disponible en: <http://www.>

jornadaveracruz.com.mx/Post.aspx?id=201030_095402_269 (consultada el 18/1/2021)

TRUJILLO BAUTISTA, Jorge Martín (2015): “El ejido, símbolo de la Revolución Mexicana”, *Estudios Agrarios*, No. 58, pp. 125-151.

TUCKER, Albert (2006): “Fair Enough?”, *New Internationalist*, No. 395, pp. 7-9.

UNITED NATIONS (2000): *Unlimited responsibility of the Union of Indian Communities of the Isthmus Region*, Success stories, Vol. 4.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD) (1995): *Recent trends on the world coffee market*, Ginebra, UNCTAD.

--- (2005): *Overview of the World's Commodity Exchanges*, Ginebra, UNCTAD.

--- (2009a): *Overview of the World's Commodity Exchanges-2007*, Nueva York y Ginebra, UNCTAD.

--- (2009b): *Development Impacts of Commodity Exchanges in Emerging Markets*, Report of the UNCTAD Study Group on Emerging Commodity Exchanges, Nueva York y Ginebra, UNCTAD.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD) y Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2017): *Commodity Markets, Economic Growth and Development*, Commodities and Development Report 2017, Nueva York, Naciones Unidas, Ginebra, FAO.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP) (2012): *Café la Selva, Mexico*, Equator Initiative Case Studies Series, Nueva York, NY, Naciones Unidas.

UUSITALO, Outi y Reetta Oksanen (2004): “Ethical Consumerism: A view from Finland” *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 28, No. 3, pp. 214-221.

VALDIVIA CÁSERES, Salatiel (2010): *Impacto de PRODECOOP R.L. en el Desarrollo Humano de Asociados (as) a sus Cooperativas de base en la Región I, Las Segovias, Nicaragua, 2009*, Tesis de Maestría en Desarrollo Rural Territorial Sustentable presentada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Facultad Regional Multidisciplinar Matagalpa.

VALIANTE, Diego y Christian Egenhofer (2013): *Price Formation in Commodities Markets: Financialisation and Beyond*, Bruselas, CEPS-ECMI Task Force Report, Centre for European Policy Studies-European Capital Markets Institute.

VALKILA, Joni y Anja Nygren (2009): “Impacts of fair trade certification on coffee farmers, cooperatives and laborers in Nicaragua”, *Agriculture and Human Values*, Vol. 27, No. 3, pp. 321-333.

VAN DAM, Peter (2016): “Moralizing Postcolonial Consumer Society: Fair Trade in the Netherlands, 1964-1997”, *International review of social history*, Vol. 61, No. 2, pp. 223-250.

VAN DER HOFF BOERSMA, Franciscus Petrus (1992): *Organizar la esperanza. Teología india rural*, Tesis Doctoral presentada en la Facultad de Teología de la Universidad Católica de Nimega.

- (2002): *Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: Comments on The Implications of the Mexico Reports*, Fort Collins, CO, USA. Informe elaborado para el Fair Trade Research Group, Colorado State University.
- VANDERMEER, John, Ivette Perfecto y Stacy M. Philpott (2010): "Ecological Complexity and Pest Control in Organic Coffee Production: Uncovering an Autonomous Ecosystem Service", *BioScience*, Vol. 60, No. 7, pp. 527-537.
- VAN DER PLOEG, Jan Douwe (2008): *The New Peasantries: Struggles for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization*, Londres y Sterling, VA, Earthscan.
- VAN DIJK, J.B., D.H.M. van Doesburg, A.M.A. Heijbroek, M.R.I.A. Wazir y G.S.M. de Wolff (1998): *The World Coffee Market: Market Study*, Utrecht, Países Bajos, Rabobank International.
- VARANGIS, Panos, Paul Siegel, Daniele Giovannucci y Bryan Lewin (2003): *Dealing with the Coffee Crisis in Central America: Impacts and Strategies*, World Bank Policy Research Working Paper 2993, Washington, DC, World Bank.
- VARGAS CETINA, Gabriela (2005): "Anthropology and Cooperatives: From the Community Paradigm to the Ephemeral Association in Chiapas, Mexico", *Critique of Anthropology*, Vol. 25, No. 3, pp. 229-251.
- VARGAS VENCIS, María Perla (2006): *Capital social rural. Experiencias de organizaciones productoras de café orgánico en Chiapas*, Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Especialidad en Estudios Rurales, presentada en el Centro de Estudios Rurales de El Colegio de Michoacán.
- (2007): "Mujeres cafetaleras y producción de café orgánico en Chiapas", *El Cotidiano*, Vol. 22, No. 142, pp. 74-83.
- VERDIER STOTT, Juliette (2009): "Labels, Lies and the Law: Opportunities and Challenges in Mainstreaming Fair Trade", *Law, Social Justice & Global Development Journal*, No. 1. Disponible en: https://warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/lgd/2009_1/verdier-stott/ (consultado el 18/2/2023)
- VERGARA-CAMUS, Leandro (2011): "Globalización, tierra, resistencia y autonomía: el EZLN y el MST", *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 73, No. 3, pp. 387-414.
- VIALES HURTADO, Ronny J. y Andrea M. Montero Mora (2015): "La construcción de la calidad del café y del banano en Costa Rica. Una perspectiva histórica (1890-1950)", *Historia Agraria*, No. 66, pp. 147-176.
- VILLAFUERTE SOLÍS, Daniel (2015): "Crisis rural, pobreza y hambre en Chiapas", *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, Vol. XIII, No. 1, pp. 13-28.
- VILLAFUERTE SOLÍS, Daniel *et al.* (2002): *La tierra en Chiapas. Viejos problemas nuevos*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica.
- VILLAFUERTE SOLÍS, Daniel y María del Carmen García Aguilar (2014): "Tres ciclos migratorios en Chiapas: interno, regional e internacional", *Migración y Desarrollo*, Vol. 12, No. 22, pp. 3-37.
- VILLEGAS LOEZA, Diana (2019): "Efectos de la liberalización de la economía en la ca-

ficultura: Estudio de caso en la Sierra Norte de Puebla, México”, *Política y Cultura*, No. 52, pp. 39-60.

VIVAS ESTEVE, Esther (2008): “Comercio justo y soberanía alimentaria”, *Revista Vinculando*. Disponible en: https://vinculando.org/comerciojusto/comercio_justo_y_soberania_alimentaria.html#vcite (consultado el 14/11/2022)

VOGT, Gunter (2007): “The Origins of Organic Farming”. In William Lockeretz (Ed.), *Organic Farming: An International History*, Oxfordshire, United Kingdom, Cambridge, MA, USA, CAB International, pp. 9-29.

VOORA, Vivek, Steffany Bermúdez Palacios, Cristina Larrea Villacián y Sofía Alicia Baliño (2019): *Global Market Report: Coffee*, Winnipeg, Manitoba, Canadá, International Institute for Sustainable Development.

WAGNER, Wolfgang (2006): “Consumo responsable. Lo invisible y oculto sí importa”. En VVAA, *Reflexiones sobre educación ambiental II. Artículos publicados en la Carpeta Informativa del CENEAM 2000-2006*, Madrid, Organismo Autónomo de Parques Nacionales – Ministerio de Medio Ambiente, pp. 259-264.

WARIDEL, Laure (2001): *Un café por la causa: Hacia un comercio justo*, Montreal, Quebec, Équiterre, Ciudad de México, Acción Cultural Madre Tierra A.C.

--- (2002): *Coffee with pleasure: just Java and World Trade*, Montreal, Nueva York y Londres, Black Rose Books.

WARIDEL, Laure y Sara Teitelbaum (2002): *Fair Trade report: contributing to equitable commerce in Holland, Belgium, Switzerland, and France*, Montreal, Quebec, Équiterre.

WATTS, Michael J. y David Goodman (1997): “Agrarian questions: Global appetite, local metabolism: nature, culture, and industry in *fin-de-siècle* agro-food systems”. En David Goodman y Michael J. Watts (eds.), *Globalising Food: Agrarian Questions and Global Restructuring*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 1-23.

WHATMORE, Sarah (1994): “Global Agro-food Complexes and the Refashioning of Rural Europe”. En Ash Amin y Nigel Thrift (eds.), *Globalization, Institutions, and Regional Development in Europe*, Oxford, Oxford University Press, pp. 46-67.

WILLER, Helga y Julia Lernoud (eds.) (2016): *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2016*, Frick, Suiza, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)-Bonn, Alemania, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)-Organics International.

--- (2019): *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2019*, Frick, Suiza, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)-Bonn, Alemania, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)-Organics International.

WILLER, Helga, Gregory Sampson, Vivek Voora, Duc Dang y Julia Lernoud (2019): *The State of Sustainable Markets 2019-Statistics and Emerging Trends*, Ginebra, International Trade Centre (ITC).

WILLER, Helga, Jan Trávníček, Claudia Meier y Bernhard Schlatter (eds.) (2022): *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2022*, Frick, Suiza, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)-Bonn, Alemania, International Federation of Organic

Agriculture Movements (IFOAM)-Organics International.

WINDFUHR, Michael y Jennie Jonsén (2005): *Food Sovereignty: towards democracy in localized food systems*, Bourton-on-Dusmore, Rugby, Warwickshire, Reino Unido, ITDG Publishing-FoodFirst Information and Action Network (FIAN).

WINKELER, Lodewijk (2018): “Más allá del concilio. El catolicismo holandés, un laboratorio de renovación eclesial (1960-1975)”, *Anuario de Historia de la Iglesia*, Vol. 27, pp. 45-64.

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION (WFTO) (2017): *10 Principles of Fair Trade*, Resolution Document 2 | 2, Culemborg, Países Bajos.

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION (WFTO) y FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL (FLO) (2009): *A Charter of Fair Trade Principles*. Disponible en: <https://docplayer.net/1676026-A-charter-of-fair-trade-principles.html> (consultada el 12/01/2022)

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION (WFTO) y FAIRTRADE INTERNATIONAL (FI) (2018): *The International Fair Trade Charter*. Disponible en: <https://www.fair-trade.website/the-charter-1> (consultada el 12/01/2022)

XARXA DE CONSUM SOLIDARI (2015): *Consumo Crítico desde la Soberanía Alimentaria. Estrategia en Educación para el Desarrollo 2015-2019*, Documento estratégico aprobado en Asamblea General de socios y socias el 3 de febrero de 2015, Barcelona.

YÉPEZ PACHECO, Cristina, Juan W. Estrada-Berg Wolf, Víctor Perezgrovas Garza y Miguel Ángel Musálem Santiago (2006): “Evaluación de la sustentabilidad de cafetales orgánicos mediante el balance de nutrimentos, en la Unión Majomut, Chiapas, México”, *Revista Chapingo Serie Ciencias Forestales y del Ambiente*, Vol. 12, No. 2, pp. 87-91, Universidad Autónoma de Chapingo.

ZAMORA LOMELÍ, Carla Beatriz (2003): *Xnix Cajbe (Flor de Café). El proceso organizativo de Las Abejas y Maya Vinic, y su impacto en el espacio social regional en Los Altos de Chiapas*, Tesis de Maestría en Estudios Regionales presentada en el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

ZAMUDIO, Isabel (2018): “Cafeteros de Veracruz se resisten a llegada de Nestlé”, *Milenio*, 18 de diciembre. Disponible en: <https://www.milenio.com/estados/cafeteros-de-veracruz-rechazan-planta-de-nestle> (consultada el 23/1/2021)

ANEXO 1 CRONOLOGÍA DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ A TRAVÉS DEL COMERCIO JUSTO, 1985-2017¹

- 1985** Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) obtiene el permiso de exportación de café. En los dos años siguientes exporta por primera vez a Países Bajos y Alemania.
- 1987** 11 organizaciones europeas de Comercio Justo constituyen la European Association of Fair Trade (EFTA).
- 1988** Se presenta en Países Bajos el primer café certificado con el sello Max Havelaar. Entre 1989 y 1996 se crean iniciativas similares a Max Havelaar en: Bélgica, Suiza, Reino Unido, Irlanda, Francia, Alemania, Austria, Japón, Luxemburgo, Italia, Dinamarca y Suecia.
- 1989** Organizaciones de Comercio Justo crean la coordinadora International Federation of Alternative Trade (IFAT).
- 1994** Se crea la Network of European Worldshops (NEWS!), red europea de tiendas solidarias.
- 1996** Cooperativas de pequeños productores formalizan la Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo (CLA).
- 1997** Culmina la convergencia iniciada en 1994 entre organismos certificadores: se crea Fairtrade Labelling Organization International (FLO).
- 2000** Starbucks entra en el Comercio Justo: se modifica la normativa de admisión de empresas en FLO. La empresa anuncia la venta de café de Comercio Justo en todas sus tiendas de USA.
- 2001** FLO incorpora los estándares de trabajo asalariado para algunos cultivos: flores, plátanos, té, frutas frescas y verduras.
- 2002** FLO lanza el Fairtrade Certification Mark, que unifica los diferentes logos en uno solo.
- 2003** FLO separa la parte de su actividad que certifica a los productores: se crea FLO-Cert.
- 2004** Se constituye la red continental Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC).
Se inaugura en Bruselas la oficina de la Fair Trade Advocacy Office, iniciativa coordinada de IFAT, EFTA, NEWS! Y FLO.

¹ Fuente: elaboración propia a partir de https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf (consultado el 20/12/2020)

- 2006** La CLAC lanza el Símbolo de Pequeños Productores (SPP), primer sello de propiedad exclusiva de los productores.
CLAC crea FUNDEPPO (Fundación de Pequeños Productores Organizados) como sucursal de la CLAC en México.
IMO Control, agencia suiza certificadora de productos orgánicos, crea el sello de Comercio Justo Fair for Life.
- 2007** Las 3 redes continentales de productores consiguen ser miembros de pleno derecho de FLO y derecho de voto en sus asambleas.
FLO eleva los precios mínimos del café por vez primera desde 1996.
632 organizaciones de productores certificadas por FLO en 59 países del Sur.
- 2008** IFAT cambia su nombre por World Fair Trade Organization (WFTO).
FLO vuelve a elevar los precios mínimos del café.
- 2010** TransFair USA cambia su nombre por el de Fair Trade USA (FTUSA).
CLAC transfiere el sello SPP a la estructura legal de FUNDEPPO.
- 2011** Fairtrade Labelling Organization International (FLO) cambia su nombre por el de Fairtrade International (FI).
Fair Trade USA (FTUSA) renuncia a su membresía en FI.
FLO actualiza los precios mínimos del café.
- 2012** FTUSA lanza su propia certificación, Fair Trade for All, que permite la certificación de café y cacao provenientes de plantaciones.
Fairtrade America inicia su actividad como una iniciativa estadounidense de FI.
United Students for Fair Trade y Fair Trade Project denuncian públicamente el nuevo programa de certificación de FTUSA.
- 2013** Las organizaciones de productores consiguen un 50% de representación en la Asamblea General de FI.
La WFTO reconoce los sellos Naturland Fair, Fair for Life, Ecocert-Fair Trade y SPP.
Se crea Fairtrade Ibérica en Portugal. Fairtrade International tiene iniciativas nacionales en 21 países de Europa, Estados Unidos, Asia y Oceanía.
- 2014** Se inicia la separación legal de FUNDEPPO de la CLAC. El sello SPP se transfiere en su totalidad a FUNDEPPO.
- 2017** En la VI Asamblea General de SPP se aprueba por unanimidad la “Declaración y Llamado Urgentes por el Rescate del Comercio Justo”.
Se fusionan los sellos Fair for Life y Ecocert-Fair Trade.
Las ventas certificadas por FI en el Reino Unido superan los 2.000 millones de euros.

ANEXO 2 PRINCIPIOS RECTORES DEL COMERCIO JUSTO²

WFTO establece 10 Principios que las Organizaciones de Comercio Justo deben seguir en su trabajo diario y de los que deben llevar a cabo el monitoreo para asegurarse que estos principios son promovidos.

Principio Uno: Creación de Oportunidades para Productores con Desventajas Económicas

La reducción de la pobreza a través del comercio es una parte fundamental de los objetivos de la organización. La organización apoya a los pequeños productores marginados, sean negocios familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Busca abrir paso para ellos desde la inseguridad económica y la pobreza a la autosuficiencia económica y la propiedad. La organización tiene un plan de acción para llevarlo a cabo.

Principio Dos: Transparencia y Responsabilidad (Rendición de Cuentas)

La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus actores y respeta la sensibilidad y confidencialidad de las informaciones comerciales proporcionadas. La organización busca maneras apropiadas y participativas para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones. Se asegura de que informaciones relevantes sean proporcionadas a todos sus socios comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos en todos los niveles de la cadena de suministro.

Principio Tres: Prácticas Comerciales Justas

La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximiza las ganancias a expensas de ellos. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos de manera oportuna. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y según la calidad y las especificaciones deseadas.

Los compradores de Comercio Justo, reconociendo las desventajas financieras que enfrentan los Productores y Proveedores de productos de Comercio Justo, aseguran que los pedidos se paguen al recibir los documentos o de común acuerdo. Para los productos de Artesanías de Comercio Justo, se realiza un prepagó libre de intereses de al menos 50%, según solicitado. Para los productos Alimenticios de Comercio Justo, se realiza un prepagó de al menos el 50% a un interés razonable, si así se solicita. Las tasas de interés que pagan los proveedores no deben ser más altas que el costo de los préstamos que los compradores adquieren de terceros. No se requiere cobro de interés.

Cuando los proveedores de Comercio Justo del Sur reciben un pago anticipado de los compradores, se aseguran de que este pago se transfiera a los productores o agricultores que fabrican o cosechan sus productos de Comercio Justo.

2 Fuente: elaboración propia a partir de https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf (consultado el 20/12/2020)

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar pedidos. Cuando los pedidos se cancelan sin culpa de los productores o proveedores, se garantiza una compensación adecuada por el trabajo ya realizado. Los proveedores y productores consultan a los compradores si hay un problema con la entrega, y aseguran que se proporcione una compensación cuando las cantidades entregadas y las calidades no coinciden con las facturadas.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus socios comerciales. Las partes involucradas en una relación comercial buscan aumentar el volumen del comercio entre ellos y el valor y la diversidad de su oferta de productos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores a fin de aumentar sus ingresos. La organización trabaja en cooperación con otras organizaciones de comercio justo en el país y evita la competencia desleal.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como se refleja en sus diseños artesanales, productos alimenticios y otros servicios relacionados.

Principio Cuatro: Pago Justo

Un pago justo es el que se ha negociado y acordado mutuamente a través de un diálogo continuo y participación, que proporciona un salario justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado, teniendo en cuenta el principio de igualdad de pago por el mismo trabajo para mujeres y hombres. El objetivo es siempre el pago de un salario digno local. El pago justo se compone de precios justos, salarios justos y salarios dignos.

Precios Justos

Un precio justo se negocia libremente a través del diálogo entre el comprador y el vendedor y se basa en la fijación transparente de precios. Incluye un salario justo y una ganancia justa. Los precios justos representan una parte equitativa del precio final para cada jugador en la cadena de suministro.

Salarios justos

Un salario justo es un salario equitativo, libremente negociado y mutuamente acordado, y supone el pago de al menos un salario digno local.

Salario Digno Local

Un salario digno local es la remuneración recibida por una semana laboral estándar (no más de 48 horas) por un Trabajador en un lugar determinado, suficiente para permitirse un nivel de vida decente para el Trabajador y su familia. Los elementos de un nivel de vida decente incluyen alimentos, agua, vivienda, educación, atención médica, transporte, vestimenta y otras necesidades esenciales, incluida la provisión de eventos inesperados.

Principio Cinco: Garantizar que no haya trabajo infantil o trabajo forzoso

La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a las leyes nacionales/locales sobre el empleo de niños. La organización se asegura de que no haya trabajo forzoso en el lugar de trabajo y/o con sus miembros o trabajadores domiciliarios.

Las Organizaciones que compren productos de Comercio Justo de los grupos de productores, sea directamente o a través de intermediarios, se asegura de que no se utilice el trabajo forzoso en la producción y que el productor cumpla con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y las leyes nacionales/locales sobre el empleo de niños. Cualquier involucramiento de niños en la producción de productos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de una artesanía o arte tradicional) siempre es informado y monitoreado y no afecta negativamente en el bienestar, la seguridad, los requerimientos educativos y las necesidades de juego de los niños.

Principio Seis: Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a capacitación, promoción, despido o jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical o política, estatus HIV/Sida o edad.

La organización cuenta con una política clara y un plan para promover la igualdad de género que garantice que tanto las mujeres como los hombres tengan la capacidad de acceder a los recursos que ellos necesitan para ser productivos y también la capacidad de intervenir en la política en general y en el entorno reglamentario e institucional que da forma a sus medios de vidas y a sus vidas.

Las Constituciones de la Organización y los Estatutos permiten y posibilitan a las mujeres volverse miembros activos de la organización en sus propios derechos (donde la organización está basada en la membresía), y ocupar cargos de liderazgo en la estructura de gobernanza independientemente a la condición de mujeres con relación a la posesión de activos como tierra y propiedades. Cuando las mujeres son empleadas dentro de la organización, aún si es en una situación de empleo informal, ellas reciben igual pago por igual trabajo. La organización reconoce todos los derechos de trabajo de las mujeres y está comprometida en garantizar que las mujeres reciban completamente los beneficios estatutarios de trabajo. La organización tiene en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad para las mujeres embarazadas y madres en etapa de lactancia.

La organización respeta el derecho de todos los empleados de formar y unirse a sindicatos de su elección y negociar colectivamente. Donde los derechos de los sindicatos y la negociación colectiva son restringidos por ley y/o entorno político, la organización permitirá medidas de asociación y negociación libre e independiente para los empleados. La organización se asegura de que los representantes de los empleados no sean sujetos de discriminación en el lugar de trabajo.

Principio Siete: Garantizar las Buenas Condiciones Laborales

La organización proporciona un ambiente de trabajo saludable y seguro para los empleados y/o los miembros. Cumple, como mínimo, con las leyes locales y nacionales y las Convenciones de la OIT sobre salud y seguridad.

Las condiciones y horas de trabajo para los empleados y/o miembros (y cualquier trabajador a domicilio) cumple con las condiciones establecidas por las leyes locales y nacionales y por las convenciones de la OIT.

Las Organizaciones de Comercio Justo están en conocimiento de las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores de quienes ellos compran. Buscan, en forma perma-

nente, crear conciencia sobre los temas de salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad en los grupos de productores.

Principio Ocho: Proporcionar el Desarrollo de Capacidades

La organización busca aumentar los impactos positivos del desarrollo para los pequeños productores marginados, a través del Comercio Justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o sus miembros. Las organizaciones trabajan directamente con los pequeños productores en el desarrollo de actividades específicas para ayudar a los productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados de Comercio Justo locales/regionales/internacionales y los mercados convencionales, según proceda. Las Organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el Sur asisten a estas organizaciones a desarrollar sus capacidades para apoyar a los grupos de productores marginados con quienes ellos trabajan.

Principio Nueve: La Promoción del Comercio Justo

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercial mundial a través del Comercio Justo. Aboga por los objetivos y las actividades de Comercio Justo de acuerdo al alcance de la organización. La organización proporciona a sus clientes información sobre sí mismo, los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o miembros que hacen o cosechan los productos. Siempre son utilizadas técnicas de marketing y publicidad honestas.

Principio Diez: Respeto por el Medioambiente

Las Organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas adquiridas de fuentes gestionadas en forma sostenible en sus áreas de distribución, comprando localmente cuando sea posible. Usan tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y siempre que sea posible usan tecnologías de energía renovable para minimizar las emisiones de gas de efecto invernadero. Buscan minimizar el impacto de sus flujos de residuos en el medioambiente. Los Productores de productos agrícolas de Comercio Justo minimizan su impacto ambiental, mediante el uso de métodos de producción usando pesticidas orgánicos o métodos de producción con bajo uso de pesticidas siempre que sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos hechos de materias primas que son originarias de fuentes que se manejan en forma sostenible, y tienen el menor impacto global en el medioambiente

Todas las organizaciones usan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la mayor medida que sea posible.

ANEXO 3 ESTÁNDARES DE FAIRTRADE INTERNATIONAL³

LOS OBJETIVOS CLAVE DE LOS ESTÁNDARES FAIRTRADE SON:

- Garantizar que los productores reciban precios que cubran sus costes medios de producción sostenible
- Proporcionar una Prima Fairtrade adicional que pueda invertirse en proyectos que mejoren el desarrollo social, económico y medioambiental.
- Permitir la prefinanciación a los productores que lo requieran.
- Facilitar las asociaciones comerciales a largo plazo y permitir un mayor control de los productores sobre el proceso comercial.
- Establecer criterios básicos y de desarrollo claros para garantizar que las condiciones de producción y comercio de todos los productos certificados Fairtrade sean social y económicamente justas, así como ambientalmente responsables

Criterios básicos y criterios de desarrollo

Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade distinguen entre los criterios básicos, que los productores deben cumplir para obtener la certificación, y los criterios de desarrollo, que alientan a los productores a mejorar continuamente e invertir en el desarrollo de sus organizaciones y sus trabajadores. Los criterios de desarrollo se conciben para el grupo objetivo de Fairtrade: productores y trabajadores desfavorecidos. Fomentan el desarrollo sostenible, social, económico y ambiental de los productores y sus organizaciones.

PRINCIPIOS COMUNES

Los siguientes principios comunes se consideran en todos los Estándares Fairtrade y son aplicables a los pequeños productores y trabajadores y a sus organizaciones.

Social

La organización productora debe establecerse de forma transparente para sus miembros y no debe discriminar a ningún miembro o grupo social en particular. Los Estándares Fairtrade prohíben el trabajo infantil y el trabajo forzoso, promueven la igualdad de género y exigen a las empresas que operen con prácticas laborales no discriminatorias, tasas de pago iguales o superiores a los salarios mínimos legales o regionales, libertad de asociación y derechos de negociación colectiva para la fuerza laboral, garantías para la seguridad y salud de los trabajadores e instalaciones que permitan a los trabajadores gestionar la Prima de Comercio Justo Fairtrade. Además, todos los miembros de la organización deben tener acceso a los procesos democráticos de toma de decisiones y, en la medida de lo posible, participar en las

³ Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.fairtrade.es/fairtrade/estandares-fairtrade/> (consultado el 6/3/2023)

actividades de la organización.

Económico

Para todos los productos, los Estándares Fairtrade exigen que los compradores paguen un Precio Mínimo Fairtrade y/o una Prima Fairtrade a los productores.

El Precio Mínimo Fairtrade tiene como objetivo ayudar a los productores a cubrir los costes de una producción sostenible.

La Prima Fairtrade es el dinero que los trabajadores de una plantación destinan a invertir en mejorar la calidad de vida en su comunidad.

Los Estándares Fairtrade también exigen que los compradores concedan un anticipo financiero sobre los contratos, llamado prefinanciación, si los productores lo solicitan.

Medioambiental

Los Estándares Fairtrade incluyen requisitos sobre prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente.

Las áreas en las que se centran son: el uso mínimo y seguro de productos agroquímicos, la gestión adecuada y segura de los residuos, el mantenimiento de la fertilidad del suelo y de los recursos hídricos, y el no uso de organismos genéticamente modificados (OGM).

Los Estándares Fairtrade no exigen la certificación ecológica, sin embargo se promueve la producción ecológica y se recompensa con Precios Mínimos Fairtrade más altos para los productos cultivados ecológicamente.

PARA AGRICULTORES, TRABAJADORES Y OTROS PRODUCTORES PRIMARIOS

Estándar Fairtrade para los pequeños agricultores:

- Cacao
- Café
- Caña de Azúcar
- Té
- Fruta Fresca (banana)
- Plantas para fibras (algodón)
- Otros Estándares aplicables a los pequeños agricultores

Estándares Fairtrade para el trabajo contratado:

- Flores y plantas
- Fruta fresca
- Balones deportivos
- Té
- Otros Estándares aplicables al trabajo contratado

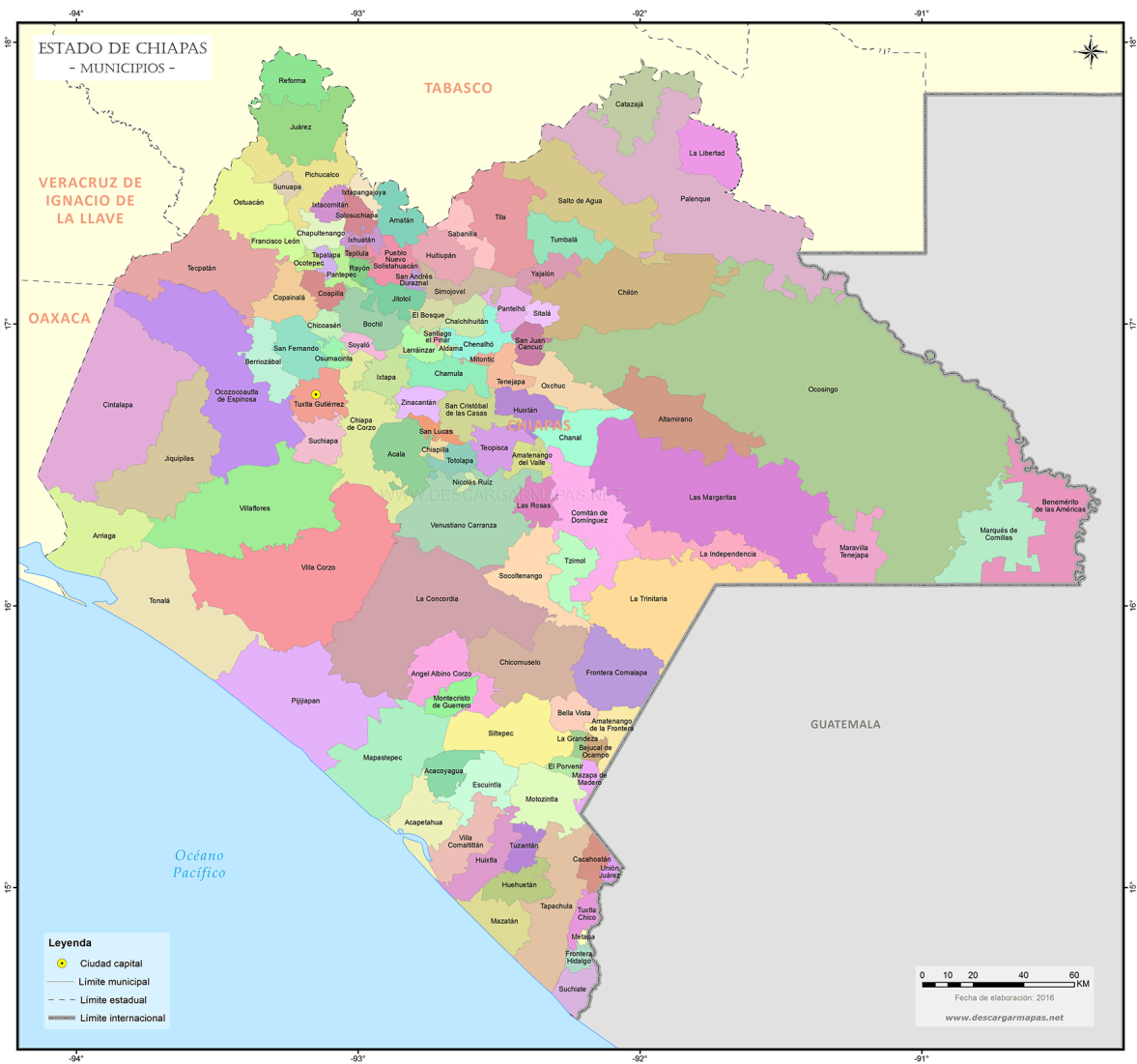
Estándar para el contrato de producción

- Cacao
- Plantas para fibras (algodón)
- Otros Estándares aplicables al contrato de producción

PARA EMPRESAS, FABRICANTES, COMPRADORES Y OTROS

- Estándar para el comercio
- Estándar por el clima
- Estándar textil

ANEXO 4 MAPA DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO DE CHIAPAS⁴



4 Fuente: <https://descargamapas.net/mexico/chiapas/mapa-estado-chiapas-municipios> (consultado el 8/7/2023)

ANEXO 5 COOPERATIVAS DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE CHIAPAS, 1979-2022⁵

COOPERATIVA	AÑO FUNDACIÓN	MUNICIPIO DE LA SEDE SOCIAL	OBSERVACIONES
Agricultores de la Selva de Café Orgánico	2000	Yajalón	Activa
Agroproductores de Café de Escuintla, SPR de RI	2003	Escuintla	
Alianza Cafetalera, S. de S.S.	1993	Yajalón	Disuelta
Asociación para el Desarrollo Sustentable	2003	Yajalón	Activa
Asoc.Prod.Org. Río Perlas y Montes Azules, S. de S.S.	1994	Ocosingo	Activa
Aztecas de la Montaña, SC de RL de CV	1999	Chilón	Disuelta
Berosmat, S. de S.S.	1992	Tumbalá	Disuelta
Biosfera Cafetalera de Chiapas	2006	San Fernando	Activa
Biosfera Product. y Alternativa de la Sierra, SC de RL	s.d.	Ángel Albino Corzo	
Café Alma de Chiapas	2011	Tumbalá	Activa
Café Espiritual	2017	Motozintla	Activa
Café Fundadores	2020	Ángel Albino Corzo	Activa
Café Gourmet Sierra Azul, SC	2010	Siltepec	Activa
Café Nabarra, SPR	s.d.	Comitán	
Café Orgánico San José, S. de S.S.	s.d.	Motozintla	
Cafés Especiales de la Fraylesca	s.d.	Villaflores	Activa
Café Sustentable con Enfoque de Cuencas	2020	Montecristo de Guerrero	Activa
Cafetaleros de la Biodiversidad de Chiapas, S. de S.S.	2011	Motozintla	Activa
Cafetaleros Unidos de la Laguna del Cofre	s.d.	Montecristo de Guerrero	
Cafeticultor Arcaju, SC de RL de CV	2007	Pantepec	Activa
Cafeticultores de la Cañada Cacawuilja, SC	2000	Chilón	Disuelta
Cafeticultores Selva Norte de Tumbalá, SPR de RI	1988	Tumbalá	Activa
Café Tierra Sagrada	2012	Tapachula	Activa
Canantaytic Te'el Tic, SC de RL de CV	s.d.	Chilón	Disuelta
Cantajal, SC de RL de CV	s.d.	Chilón	Disuelta
Centro Agroecológico San Francisco de Asís, A.C.	1991	Tapachula	Activa

5 Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes

Cerro Madre Vieja, S. de S.S.	s.d.	Mapastepec	
Campesinos Ecológ. de la Sierra Madre de Chiapas, SC	1994	Ángel Albino Corzo	Activa
Cholom Bolá, SC de RL de CV	1994	Tila	Activa
Comun.Indíg. de la Reg.de Simojovel de Allende, S. de S.S.	1992	Simojovel	Activa
Coalic. de Prod. y Export. de Café Tzajalchén	1993	Tenejapa	Disuelta
Comon Yaj Nop Tic, S. de S.S.	1995	La Concordia	Activa
Comunidades Unidas Madre Tierra, S. de S.S.	s.d.	Motozintla	Activa
Coordinadora de Cafeticultores Yaxalwitz, S. de S.S.	2002	Chilón	
Coordinadora Campesina Popular, SPR de RL	s.d.	Ángel Albino Corzo	
Coordinados para el Desarrollo Social y Rural	2002	Ocozocoautla	
Corcafé	1991	Ocozocoautla	Activa
Corporativo Colores, AC	2012	Huixtla	Activa
Cotzepec	1988	Tenejapa	Disuelta
Emiliano Zapata, SPR	s.d.	Comitán	Activa
Enjambre Cafetalero	2005	Amatenango de la Frontera	Activa
Federación Indígena Ecológica de Chiapas, S. de S.S.	1996	Chiapa de Corzo	Disuelta
Federación Selva Negra Zoque, S. de S.S.	s.d.	Tapilula	Disuelta
Federación Tzijib Babi, S. de S.S.	1998	Yajalón	Activa
Finca Triunfo Verde, SC	2000	Ángel Albino Corzo	Activa
Flor de Amatlán, S. de S.S.	1991	Amatlán	Disuelta
Flor de Café Sustentable, S. de S.S.	2004	Mapastepec	
Flor del Cafetal, S. de S.S.	2000	Las Margaritas	Activa
Follaje Sierra Morena, S. de S.S.	s.d.	Ángel Albino Corzo	
Grupo Café San Pedro, SC de RL de CV	2012	Aldama	Activa
Grupo de Asesores de Prod. Orgánica y Sustent., S.C.	2007	Tapachula	Activa
Grupo de Productores Slumal San Martín	s.d.	Ocosingo	
Ik Chawoj, S. de S.S.	s.d.	Oxchuc	Disuelta
Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla, S. de S.S.	1986	Tapachula	Activa
Indígenas Prod. Agropecuarios de la Región Chol	s.d.	Tumbalá	
Indígenas y Camp. Ecol. Ángel Albino Coro, S. de S.S.	1998	Ángel Albino Corzo	Activa

Ixcagé Aromático, S. de S.S.	1999	Yajalón	Disuelta
J'anteletic, S. de S.S.	1995	Larráinzar	Inactiva
Kahpeltic Cañada, SC de RL de CV	2015	Chilón	Activa
Kanantatic	2022	La Concordia	Activa
Kulaktic, SC de RL de CV	1992	Tenejapa	Activa
La Candelaria, SPR de RL	s.d.	Siltepec	
La Flor del Girasol del Carmen	2010	Motozintla	Activa
La Nueva Imagen del Campo, SC	s.d.	Motozintla	
La Sant Fe de San Lorenzo, S. de S.S.	s.d.	Pichucalco	
Lecubtesel Capeltic	s.d.	Chilón	Disuelta
Lekil Café	2017	Tenejapa	Activa
Los Lagos de Colores, S. de S.S.	1995	La Trinitaria	Activa
Lumal Lajñojtyeel, SC de RL de CV	2012	Tumbalá	Activa
Montaña Huixquilar Guadalupe Victoria, SPR	1992	Amatenango de la Frontera	Activa
Montañas Chiapanecas	2018	Comitán	Activa
Monteverde	1997	El Bosque	
Movimiento Campesino Belisario	2015	Motozintla	Activa
Mutvitz, S. de S.S.	1997	Larráinzar	Disuelta
Naxan Lak Lum, S. de S.S.	2000	Tila	Disuelta
Nich Bat, S. de S.S.	s.d.	Chilón	
Nich Klumaltic Maya, SC	s.d.	Tila	
Nuevo Milenio, S. de S.S.	s.d.	Jitotol	Disuelta
Organización Cafeticultores Emiliano Zapata, AC	1996	Frontera Comalapa	Activa
Organizac. Indígena de Cafeticultores de Cancuc, S. de S.S.	s.d.	San Juan Cancuc	Disuelta
Organizac. Product. Agropecuarios Centro Cancuc, S. de S.S.	1999	San Juan Cancuc	Disuelta
Organizac. Product. Café Ángel Albino Corzo, S. de S.S.	1995	Ángel Albino Corzo	
Organizac. Product. Café Orgánico Sierra Villahermosa	2003	Villaflores	
Organizac. Produc. Ecológicos Reserva El Triunfo, S. de S.S.	2003	Ángel Albino Corzo	Activa
Organización de Productores Niños Héroes, SPR de RL	s.d.		
Organizac. Regional Productores Agroecológicos, S. de S.S.	1998	Ángel Albino Corzo	Inactiva

Org. Tzeltal Product. Café de Cancuc, SC de RL de CV	1995	San Juan Cancuc	Activa
Oro Azteca de Mapastepec, SPR de RL	2006	Mapastepec	Inactiva
Paluch'en, SC de RL de CV	1999	Chilón	Inactiva
Piedra Cañada, S. de S.S.	s.d.	Oxchuc	
Platanillos, S. de S.S.	s.d.	Ocozocoautla	Inactiva
Prevenir 1, S. de S.S.	2002	Motozintla	Activa
Prod. Agropecuarios de la Selva Lacandona, S. de S.S.	1993	Ocosingo	Activa
Prod. Agropecuarios de la Zona Costa, S. de S.S.	s.d.	Escuintla	
Productores Agropecuarios de Motozintla, S. de S.S.	2005	Motozintla	Activa
Product. Agr. Sustent. Artesanal Pueblo Maya de Bapuz	2012	San Juan Cancuc	Activa
Product. Agrop. Sustentables de Tumbalá, SC de RL de CV	s.d.	Tumbalá	
Productores de Café Ecológico de Jalapa "24 de Marzo"	s.d.	Escuintla	
Productores de Café Capitán Luis Ángel Vidal, SPR de RL	2018	Capitán Luis Ángel Vidal	Activa
Productores de Café de Motozintla, S. de S.S.	2002	Motozintla	Activa
Productores Café Ecológicos de Monterrey, SPR de RL	2015	La Concordia	Activa
Productores de Café Kotolte Tenejapa, S. de S.S.	2006	Tenejapa	Disuelta
Productores de Café Las Maravillas de Chilón, SC	2000	Chilón	Disuelta
Product. de Café Orgánico del Soconusco, SC de RL de CV	s.d.		
Productores de Café Orgánico del Ejido Sierra Morena	s.d.	Villacorzo	
Productores de Café Orgánico Tierra y Libertad	s.d.	Villaflores	
Productores de Tila, S. de S.S.	1996	Tila	Disuelta
Productores Ecológicos de la CECOCAFES, SPR	s.d.	Motozintla	
Productores Ecológicos La Aurora, SC	2008	Tuzantán de Morelos	Activa
Productores Indígenas Serranos de Chiapas	1995	Motozintla	Disuelta
Productores Orgánicos de la Sierra, S. de S.S.	1996	Huixtla	Disuelta
Productores Orgánicos del Sureste de México, S. de S.S.	2002	Tumbalá	Disuelta
Productores Orgánicos Montaña Azul, SPR de RL	2001	Mapastepec	Activa

Productores Orgánicos Montes Azules, SPR	s.d.	Maravilla Tenejapa	
Productores Orgánicos San José Ixtepec, S. de S.S.	s.d.	Motozintla	
Puente del Trabajo, SC de RL	s.d.	Chilón	Activa
Red de Productores Biosfera El Ocote, SC de RL de CV	2008	Ocozocoautla	Activa
Red Org. Cafetaleras de la Reg. Ocozocoautla y Cintalapa	s.d.	Ocozocoautla	Disuelta
Reserva 1920, Cafés Especiales	2021	Capitán Luis Ángel Vidal	Activa
Shijtesel Ka'Teltic, SC de RL de CV	2004	Ocosingo	Disuelta
Slekil Chiapas	2017	San Juan Cancuc	Activa
SOCAES	s.d.	Ángel Albino Corzo	
Soc. Cooper. de Cafetaleros San Pedro Apóstol, SC de RL	s.d.	Siltepec	
Socied. Cooperativa de Cafecultores Región Tzeltal, SCL	1980	Ocosingo	Disuelta
Soc.Coop. Prod. Com. Industr. Café Sierra Chicomuselo, SCL	1984	Chicomuselo	
Sociedad Cooperativa de Pimienta Jotiquetz, SCL	1984	Copainalá	Activa
Socied. Cooper. de Producción Tzeltal Tzotzil, SCL	1986	Pantelhó	Activa
Soc. Coop. de Product. Agropecuar. Santa Martha, SC de RL	1998	Chenalhó	Activa
Socied. Cooperativa de Prod. Agropecuar SOCLUMPA, SCL	1990	Salto de Agua	
Sociedad Cooperativa Flor de Chiapas	s.d.	Comitán	
Sociedad Cooperativa Industrial Cafés Yajalón, SCL	1980	Yajalón	Activa
Sociedad Cooperativa Mukulum, SCL	1990	Chilón	
Soc. Cooperativa Productores de Café 30 de Septiembre	s.d.	Motozintla	
Socied. de Product. Orgánicos de la Selva Lacandona, S. de S.S.	2002	Ocosingo	Activa
Spicil Sociedad Yaxshalum, S. de S.S.	2002	Yajalón	
Ssit Lequil Lum, SC de RL de CV	2007	Yajalón	Disuelta
Swinik San Martín, S. de S.S.	1995	Ocosingo	
Tiemelonla Nich Klum, S. de S.S.	1986	Palenque	Activa

Tojtzotze Li Maya, Sc de RL de CV	1996	Comitán	Activa
Toyol Witz	2000	Huitiupán	
Ts'umbal Xitalhá, SPR de RL	2001	Chilón	Activa
Tzoman, S. de S.S.	s.d.	Altamirano	
Tzotzilotic Tzobolotic, SCL	1992	El Bosque	Activa
Unión de Cafetal. de Montecristo de Guerrero	s.d.	Montecristo de Guerrero	
Unión de Cafetal. Org. de Ángel Albino Corzo, S. de S.S.	1992	Ángel Albino Corzo	Activa
Unión de Cafetic. San Andrés Duraznal, SC de RL de CV	s.d.	San Andrés Duraznal	
Unión de Campesinos Ecológicos de Chiapas, S. de S.S.	s.d.	Ángel Albino Corzo	
Unión de Campes. Ecologistas De Acacoyagua, S. de S.S.	2000	Acacoyagua	Disuelta
Unión de Campesinos Piedra de Colibrí, SC de RL	s.d.	Oxchuc	
Unión de Comunid. Agroec. de Tuzantán, SC de RL de CV	s.d.	Tuzantán de Morelos	
Unión de Comunid. El Buen Samaritano, SC de RL de CV	2005	Siltepec	
Unión de Com. Indígenas, Agropecuarias y Forestales, AC	s.d.	Yajalón	
Unión de Com. Ind. de Prod. Agr. Santa Caterina Pantelhó	2000	Pantelhó	Activa
Unión de Comunidades Solidarias, SC de RL de CV	s.d.	Tuzantán de Morelos	
Unión de Ejidos Cerro de Mezcalapa	1999	Copainalá	
Unión de Ejidos de la Selva, SC de RL de CV	1980	Comitán	Activa
Unión de Ejidos General Lázaro Cárdenas del Río	1979	Cacahoatán	
Unión de Ejidos Maravilla Tenejapa	1990	Maravilla Tenejapa	
Unión de Ejidos Oro Verde Pijijiapan	s.d.	Pijijiapan	
Unión de Ejidos Profesor Otilio Montaño, SPR	1992	Motozintla	Activa
Unión de Ejidos Villa Mapastepec	s.d.	Mapastepec	
Unión de Ejidos y Comunid. San Fernando, SPR de RI	1984	San Fernando	Activa
Unión Democrático del Pueblo, AC	s.d.	Tenejapa	
Unión de Pequeños Productores Tzajalchén, S. de S.S.	s.d.	Oxchuc	

Unión de Productores de Café de Chicomuselo, S. de S.S.	s.d.	Chicomuselo	
Unión de Productores de Café de la Sierra, AC	s.d.	Motozintla	Activa
Unión de Prod. de Café Ecol. Los Tucanes Selva El Ocote	s.d.	Cintalapa	
Unión de Pr. de Café Org. Juan Sabines Gutiérrez, S. de S.S.	1982	La Independencia	Activa
Unión de Prod. de Café Reserva Bosque Bello, SPR de RI	s.d.	La Independencia	
Unión de Productores de la Sierra de Villaflores, SC	2001	Villaflores	Activa
Unión de Productores Indígenas Chok Cape, SC de RL	s.d.	Tumbalá	Disuelta
Unión de Productores Maya Vinic, SC de RL de CV	1999	San Cristóbal de las Casas	Activa
Unión de Product. Mexicanos Tierra Nueva, SPR de RL	1998	Huixtla	Activa
Unión de Product. Orgánicos Beneficio Majomut, SPR de RL	1983	San Cristóbal de las Casas	Activa
Unión de Prod. Orgánicos de la Selva SOCAMA SELVA	s.d.	Maravilla Tenejapa	
Unión de Prod. Orgán. de la Sierra de Escuintla, SPR de RI	s.d.	Escuintla	
Unión de Productores Orgánicos Panamá, SPR de RL	s.d.	Escuintla	
Unión de Prod. Orgánicos San Isidro Siltepec, S. de S.S.	1998	Siltepec	
Unión Nueva Alianza, S. de S.S.	1998	Mapastepec	
Unión Ramal Santa Cruz, SPR de RI	2001	La Concordia	Activa
Un. Reg. de Ejidat. Puebl. Zoques y Tzotziles Chiapas, S. de S.S.	1992	Jitotol	Activa
Unión Region. de Productores Agroecológicos La Flor de Café	s.d.	Frontera Comalapa	
Unión Reg. de Prod. Agropecuarios Indígenas Chol Tzeltal, AC	2000	Tumbalá	Disuelta
Unión Reg. de Product. de Café Iwut'j Caphe, SC de RL de CV	2001	Tumbalá	Activa
Unión Regional de Productores de Café Robusta Orgánico	s.d.		
UREPROCAFE	s.d.		
X-Nich Kajjel	2019	Ocosingo	Activa
Yachil Xojobal Chulchan, S. de S.S.	2001	Pantelhó	Activa
Yaxh Winic, SPR	s.d.	Yajalón	
Yochin Tayel Kinal, SPR de RI	2002	Altamirano	Activa

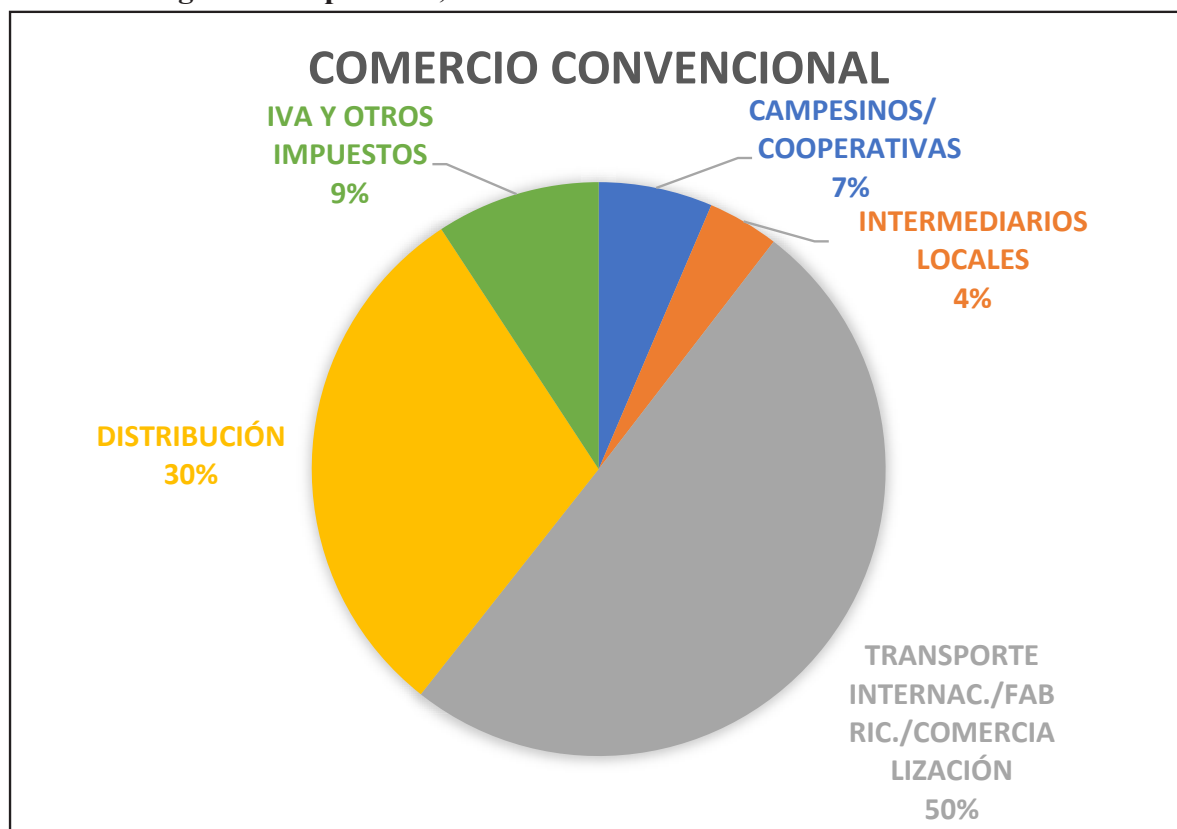
ANEXO 6 EJEMPLOS DE CADENA DE VALOR DEL CAFÉ DE ALGUNAS COOPERATIVAS DE CHIAPAS

Tabla A.6.1. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. convencional comercializado en grandes superficies, 2018

ESLABÓN	COMERCIO CONVENCIONAL		
	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
CULTIVO	CAMPESINO	0,16 €	6,43%
INTERMEDIACIÓN	INTERMEDIARIO	0,02 €	0,80%
PROCESAMIENTO	EMPRESA LOCAL	0,04 €	1,61%
LOGÍSTICA NACION.		0,04 €	1,61%
TRANSP. INTERNAC.	TRADER/TORREFACTORES	0,03 €	1,20%
FABRICACIÓN		0,84 €	33,73%
COMERCIALIZACIÓN	MARCA	0,38 €	15,26%
GTOS. FINANCIEROS		0,00 €	0,00%
DISTRIBUCIÓN	SUPERMERCADO	0,75 €	30,12%
IVA Y OTROS IMP.		0,23 €	9,24%
PVP		2,49 €	100,00%

Fuente: Oxfam Intermón (2018).

Gráfico A.6.1. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. convencional comercializado en grandes superficies, 2018



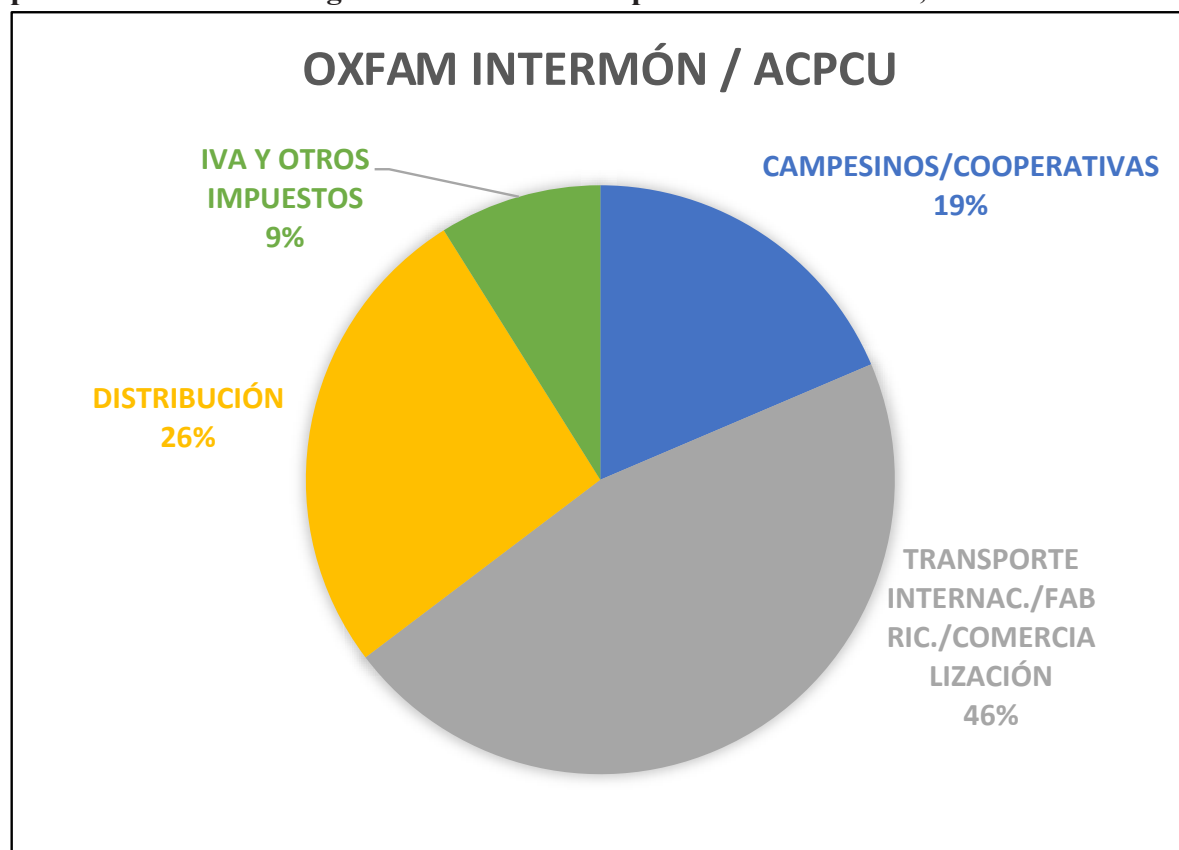
Fuente: Oxfam Intermón (2018)

Tabla A.6.2. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la Unión de Cooperativas ACPCU de Uganda comercializado por Oxfam Intermón, 2018

ESLABÓN	OXFAM INTERMON / ACPCU		
	PROPIETARIO	VAL. AÑADIDO	% DEL PVP
CULTIVO	CAMPELINOS/ COOPERATIVAS	0,40 €	14,87%
INTERMEDIACIÓN		0,00 €	0,00%
PROCESAMIENTO		0,05 €	1,86%
LOGÍSTICA NACION.		0,05 €	1,86%
TRANSP. INTERNAC.	OXFAM	0,04 €	1,49%
FABRICACIÓN		0,60 €	22,30%
COMERCIALIZACIÓN		0,60 €	22,30%
GTOS. FINANCIEROS		0,00 €	0,00%
DISTRIBUCIÓN	SUPER/TIENDA C.J.	0,71 €	26,39%
IVA Y OTROS IMP.		0,24 €	8,92%
PVP		2,69 €	100,00%

Fuente: Oxfam Intermón (2018).

Gráfico A.6.2. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la Unión de Cooperativas ACPCU de Uganda comercializado por Oxfam Intermón, 2018



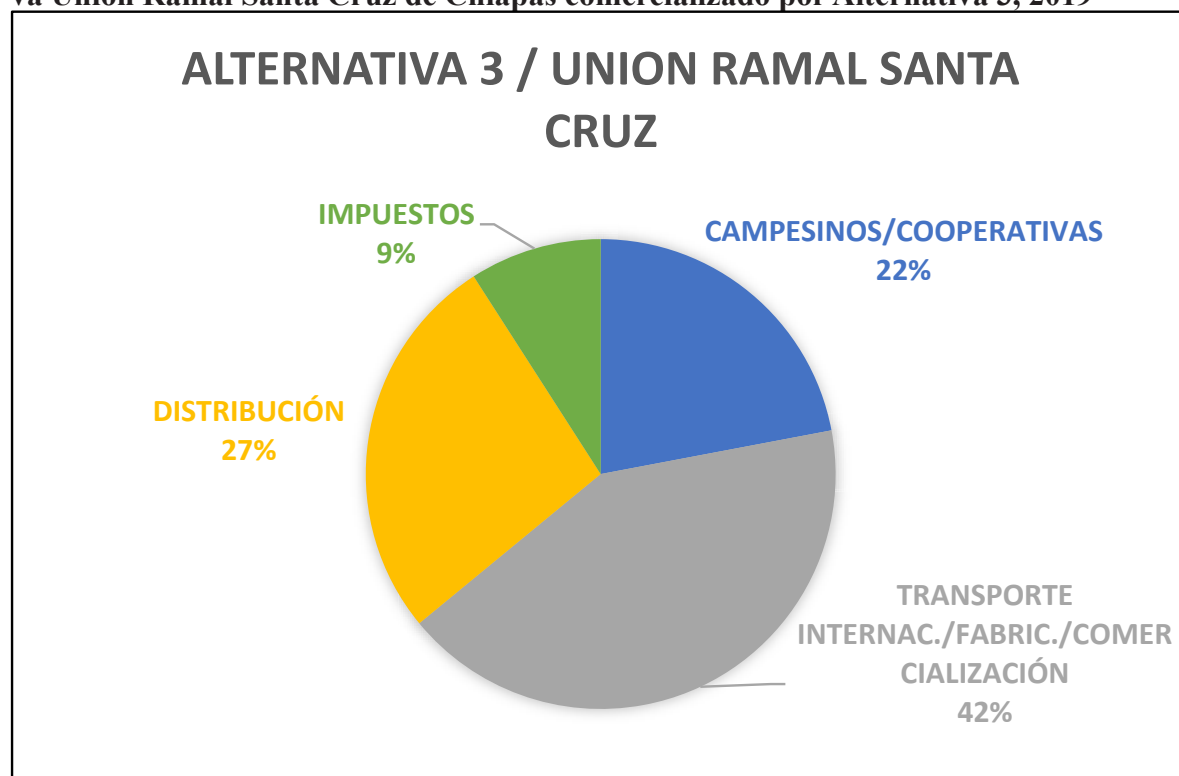
Fuente: Oxfam Intermón (2018).

Tabla A.6.3. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión Ramal Santa Cruz de Chiapas comercializado por Alternativa 3, 2019

ESLABÓN	ALTERNATIVA 3 / UNION RAMAL STA.CRUZ		
	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
CULTIVO	CAMPELINOS/ COOPERATIVAS	0,59 €	11,92%
INTERMEDIACIÓN		0,00 €	0,00%
PROCESAMIENTO		0,25 €	5,05%
LOGÍSTICA NACION.		0,25 €	5,05%
TRANSP. INTERNAC.	ALTERNATIVA 3	0,30 €	6,06%
FABRICACIÓN		0,98 €	19,80%
COMERCIALIZACIÓN		0,80 €	16,16%
GTOS. FINANCIEROS		0,00 €	0,00%
DISTRIBUCIÓN	SUPER/T.C.J./COOP.	1,33 €	26,87%
IVA Y OTROS IMP.		0,45 €	9,09%
PVP		4,95 €	100,00%

Fuente: elaborada con datos proporcionados por Alternativa 3.

Gráfico A.6.3. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión Ramal Santa Cruz de Chiapas comercializado por Alternativa 3, 2019



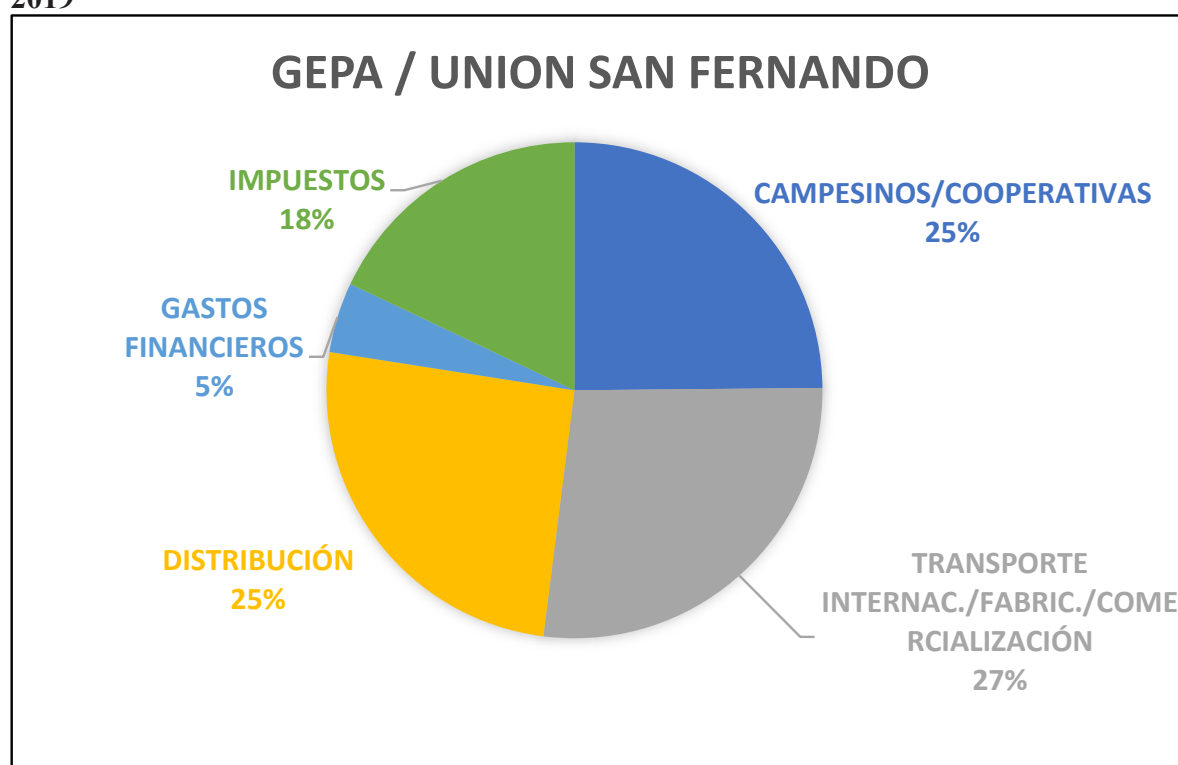
Fuente: elaborado con datos proporcionados por Alternativa 3.

Tabla A.6.4. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión San Fernando de Chiapas comercializado por la importadora alemana GEPA, 2019

ESLABÓN	GEPA / UNIÓN SAN FERNANDO		
	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
CULTIVO	CAMPEÑINOS/ COOPERATIVAS	1,15 €	24,01%
INTERMEDIACIÓN			
PROCESAMIENTO			
LOGÍSTICA NACION.			
TRANSP. INTERNAC.	GEPA	0,04 €	0,84%
FABRICACIÓN		0,68 €	14,20%
COMERCIALIZACIÓN		0,58 €	12,11%
GTOS. FINANCIEROS		0,22 €	4,59%
DISTRIBUCIÓN	SUPER/TIENDA C.J.	1,22 €	25,47%
IVA Y OTROS IMP.		0,86 €	17,95%
PVP		4,79 €	100,00%

Fuente: elaborada a partir de https://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Produktinfo/ Musterkalkulation/Musterkalkulation-Kaffee.pdf.

Gráfico A.6.4. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Unión San Fernando de Chiapas comercializado por la importadora alemana GEPA, 2019



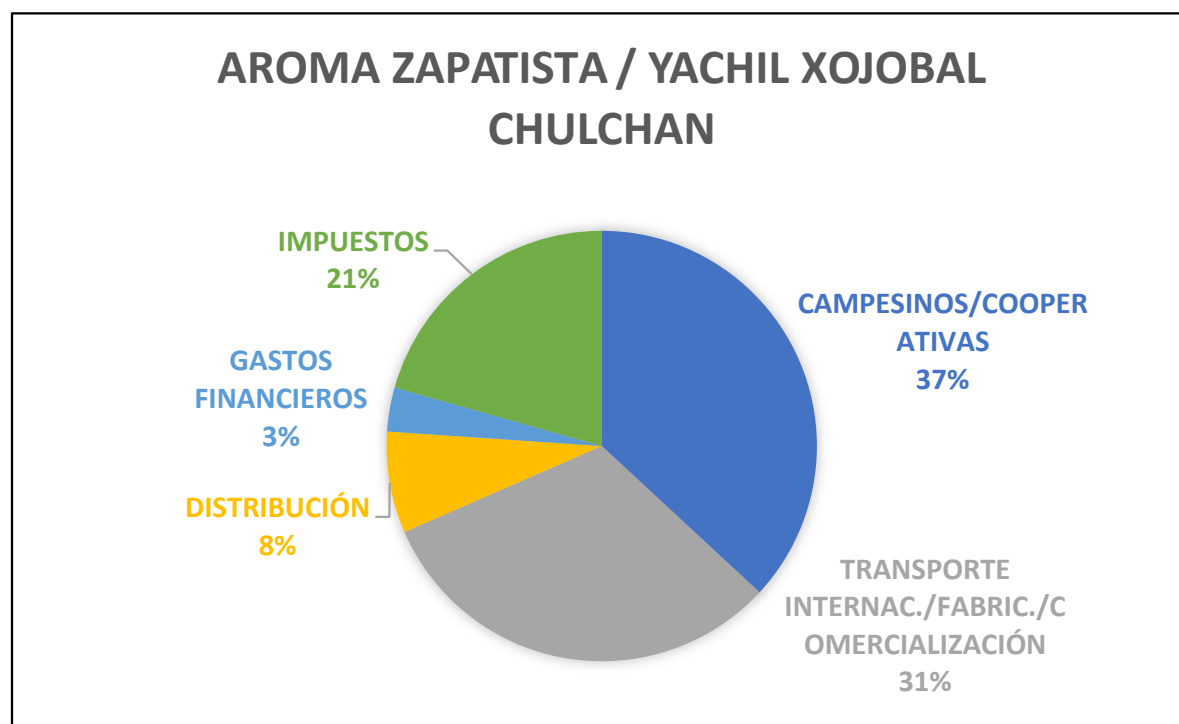
Fuente: elaborado a partir de https://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Produktinfo/ Musterkalkulation/Musterkalkulation-Kaffee.pdf.

Tabla A.6.5. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yachil Xojobal Chulchan de Chiapas comercializado por la importadora alemana Aroma Zapatista, 2019

AROMA ZAPATISTA / YACHIL XOJOBAL CHULCHAN			
ESLABÓN	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
CULTIVO	CAMPELINOS/ COOPERATIVAS	1,40 €	35,62%
INTERMEDIACIÓN			
PROCESAMIENTO			
LOGÍSTICA NACION.	AROMA ZAPATISTA	0,05 €	1,27%
TRANSP. INTERNAC.		0,05 €	1,27%
FABRICACIÓN		0,54 €	13,74%
COMERCIALIZACIÓN		0,49 €	12,47%
GTOS. FINANCIEROS		0,13 €	3,31%
DISTRIBUCIÓN		0,46 €	11,70%
IMPUESTOS		0,81 €	20,61%
IVA			
PVP		3,93 €	100,00%

Fuente: elaborada con datos proporcionados por Aroma Zapatista.

Gráfico A.6.5. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yachil Xojobal Chulchan de Chiapas comercializado por la importadora alemana Aroma Zapatista, 2019



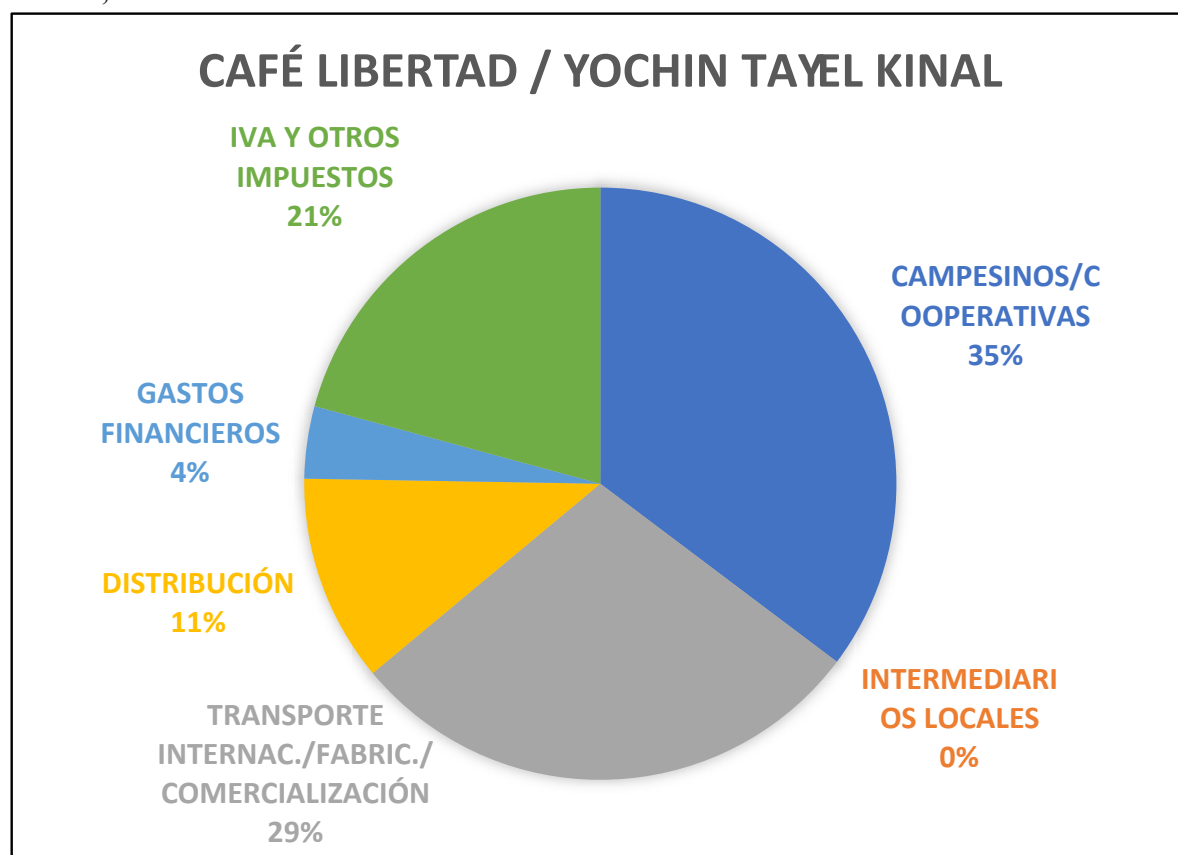
Fuente: elaborado con datos proporcionados por Aroma Zapatista.

Tabla A.6.6. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yochin Tayel Kinal de Chiapas comercializado por la importadora alemana Café Libertad, 2019

CAFÉ LIBERTAD / YOCHIN TAYEL KINAL			
ESLABÓN	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
CULTIVO	CAMPEÑINOS/ COOPERATIVAS	1,29 €	33,95%
INTERMEDIACIÓN			
PROCESAMIENTO			
LOGÍSTICA NACION.			
TRANSP. INTERNAC.	CAFÉ LIBERTAD	0,04 €	1,05%
FABRICACIÓN		0,55 €	14,47%
COMERCIALIZACIÓN		0,50 €	13,16%
GTOS. FINANCIEROS		0,15 €	3,95%
DISTRIBUCIÓN		0,43 €	11,32%
IMPUESTOS		0,79 €	20,79%
IVA			
PVP		3,80 €	100,00%

Fuente: elaborado a partir de www.cafe-libertad.de/preiskalkulation.

Gráfico A.6.6. Cadena de Valor de un paquete de café de 250 grs. de la cooperativa Yochin Tayel Kinal de Chiapas comercializado por la importadora alemana Café Libertad, 2019



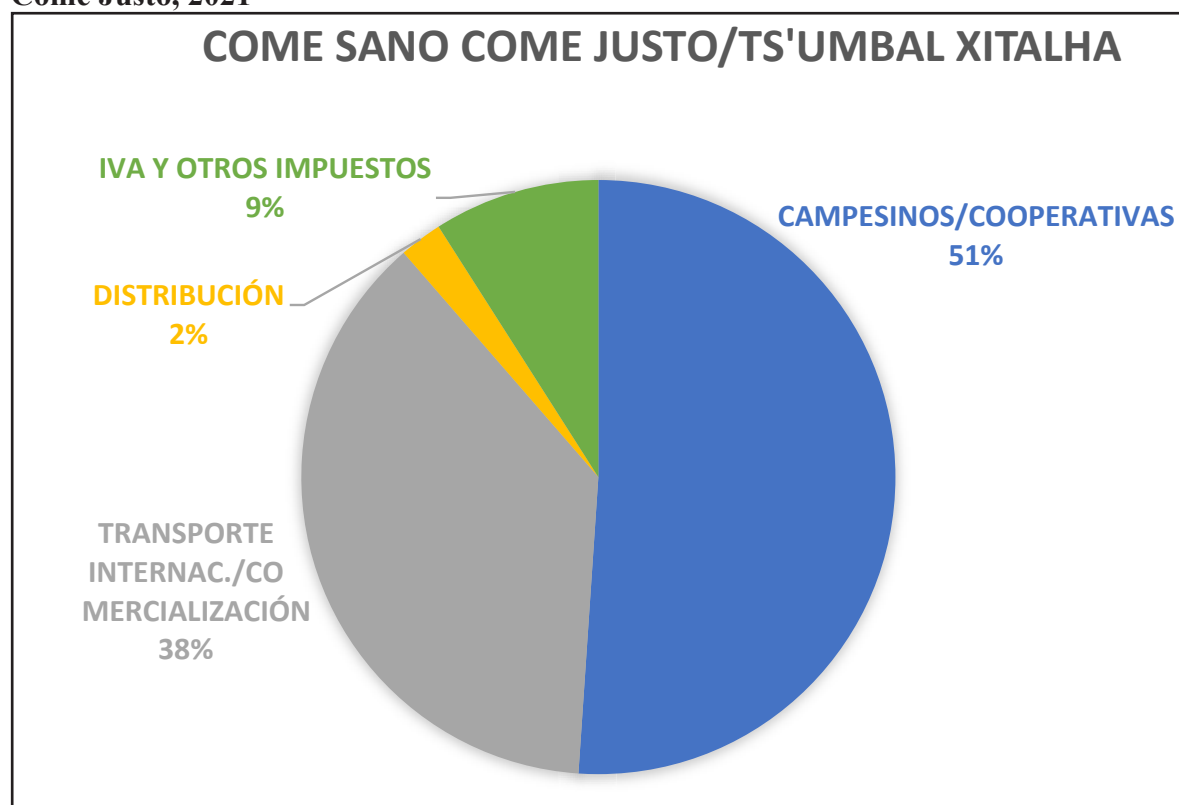
Fuente: elaborado a partir de www.cafe-libertad.de/preiskalkulation.

Tabla A.6.7. Cadena de Valor de un paquete de café de 454 grs. de la cooperativa Ts'umbal Xitalha de Chiapas comercializado por la cooperativa española Come Sano Come Justo, 2021

COME SANO COME JUSTO / TS'UMBAL XITALHA			
ESLABÓN	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
CULTIVO	CAMPELINOS/ COOPERATIVAS	2,11 €	22,45%
INTERMEDIACIÓN		0,00 €	0,00%
PROCESAMIENTO		1,32 €	13,99%
LOGÍSTICA NACION.		0,29 €	3,09%
FABRICACIÓN		1,09 €	11,54%
TRANSP. INTERNAC.	COME SANO COME JUSTO	3,12 €	33,19%
COMERCIALIZACIÓN		0,41 €	4,36%
GTOS. FINANCIEROS		0,00 €	0,00%
DISTRIBUCIÓN		0,22 €	2,34%
IVA Y OTROS IMP.		0,85 €	9,04%
PVP		9,40 €	100,00%

Fuentes: elaborada con datos proporcionados por Ts'umbal Xitalha y Come Sano Come Justo.

Gráfico A.6.7. Cadena de Valor de un paquete de café de 454 grs. de la cooperativa Ts'umbal Xitalha de Chiapas comercializado por la cooperativa española Come Sano Come Justo, 2021



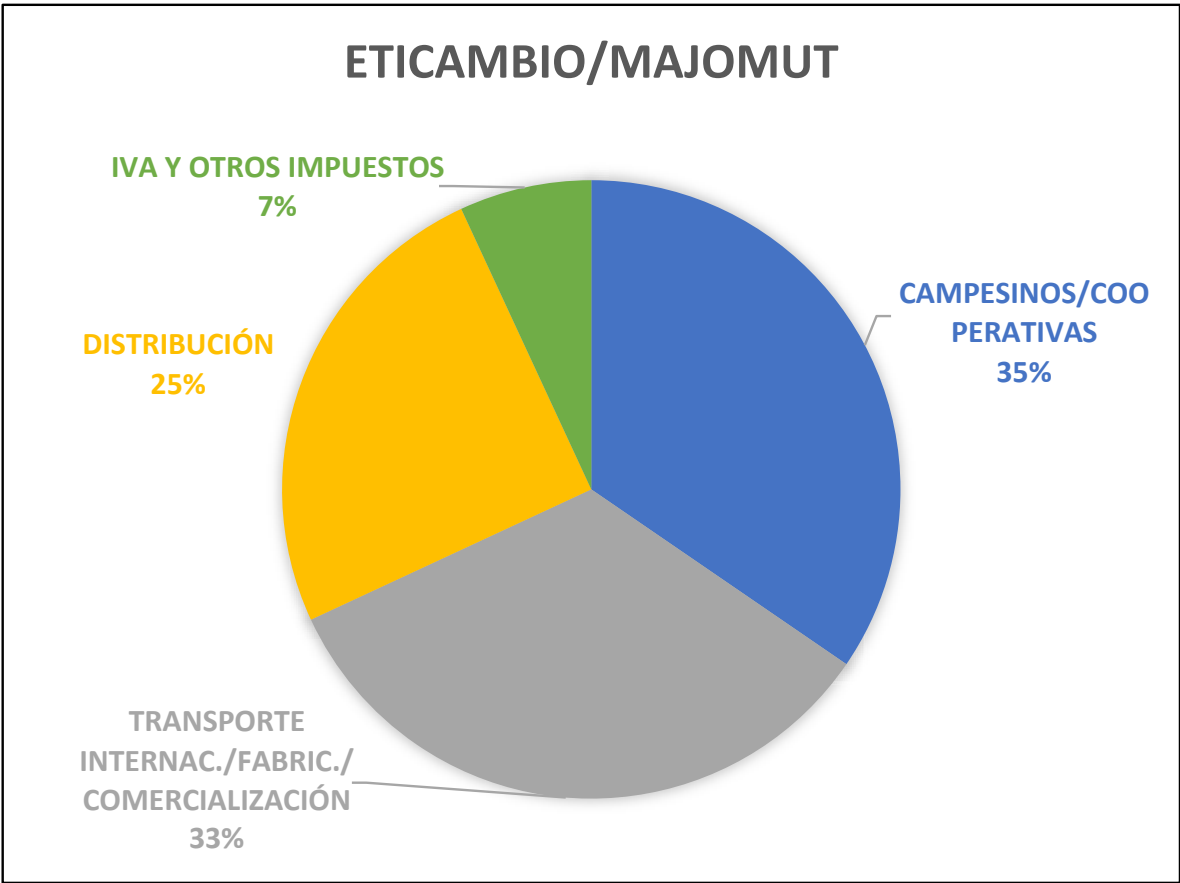
Fuentes: elaborado con datos proporcionados por Ts'umbal Xitalha y Come Sano Come Justo.

Tabla A.6.8. Cadena de Valor de un paquete de café liofilizado de 400 grs. de la cooperativa Majomut de Chiapas comercializado por la empresa española Eticambio, 2023 (*)

ESLABÓN	ETICAMBIO / MAJOMUT		
	PROPIETARIO	VALOR AÑADIDO	% DEL P.V.P.
	CAMPEsinos/ COOPERATIVAS	7,60 €	34,56%
TRANSP. INTERNAC.	ETICAMBIO	0,80 €	3,64%
COMERCIALIZACIÓN		6,57 €	29,88%
GTOS. FINANCIEROS		0,00 €	0,00%
DISTRIBUCIÓN		5,50 €	25,01%
IVA Y OTROS IMP.		1,52 €	6,91%
PVP		21,99 €	100,00%

Fuente: elaborada con datos proporcionados por Eticambio.
(*) Los eslabones correspondientes a los campesinos y sus cooperativas no se detallan ante la imposibilidad de conseguir los datos.

Gráfico A.6.8. Cadena de Valor de un paquete de café liofilizado de 400 grs. de la cooperativa Majomut de Chiapas comercializado por la empresa española Eticambio, 2023



Fuente: elaborado con datos proporcionados por Eticambio.

