

DE LA OMC A LA PARCELA

Aconteceres del comercio justo y la agricultura orgánica

Alma Amalia
González Cabañas



DE LA OMC A LA PARCELA

**Aconteceres del comercio justo y
la agricultura orgánica**

Catalogación en la publicación UNAM. Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales de Información

Nombres: González Cabañas, Alma Amalia, 1963- , autor.

Título: De la OMC a la parcela : aconteceres del comercio justo y la agricultura orgánica / Alma Amalia González Cabañas.

Otros títulos: De la Organización Mundial de Comercio a la parcela : aconteceres del comercio justo y la agricultura orgánica.

Descripción: Primera edición. | San Cristóbal de Las Casas, Chiapas : Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, 2026. | Serie: Procesos y reflexiones.

Identificadores: LIBRUNAM 2301387 (impreso) | LIBRUNAM 2301393 (libro electrónico) | ISBN (impreso): 978-607-647-267-5 | ISBN (libro electrónico): 978-607-647-266-8.

Temas: Comercio justo de alimentos -- México. | Comercio de productos agrícolas -- México. | Agricultura biológica -- Aspectos económicos -- México. | Café -- Agricultura biológica -- México. | Agricultura -- Aspectos económicos -- México.

Clasificación: LCC HD9014.M6.G65 2026 (impreso) | LCC HD9014.M6 (libro electrónico) | DDC 338.10972—dc23

Primera edición: septiembre 2026

D.R. © 2026, Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria, 04510, Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México,

Coordinación de Humanidades,

Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur

Calle María Adelina Flores, núm. 34-A, Barrio de Guadalupe, 29230,

San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México. Tel.: 52 (967) 678 2997

www.cimsur.unam.mx

ISBN electrónico: 978-607-647-266-8

Imagen de cubierta: *Destinos* (2026), Yolosochoitl Martínez Spinoso.

Técnica mixta de acuarela y acrílico sobre papel A5 de 280 g/m².

Esta obra fue dictaminada a solicitud del Comité Editorial del Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur. Queda prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Impreso y hecho en México.

DE LA OMC A LA PARCELA
Aconteceres del comercio justo y
la agricultura orgánica

Alma Amalia González Cabañas



Universidad Nacional Autónoma de México
Centro de Investigaciones Multidisciplinarias
sobre Chiapas y la Frontera Sur
San Cristóbal de Las Casas, Chiapas
México, 2026

En cualquier género debe existir siempre una cierta crítica contra la sociedad. Yo voy a persistir, desde luego, en este camino, el de criticar o sacar a la luz las injusticias. En mis futuros trabajos también habrá críticas. Los novelistas realistas no deben mirar hacia otro lado cuando hay fenómenos feos. Yo los escribo para llamar la atención, concienciar a la gente, y a lo mejor producir cambios o reformas o incluso una revolución.

«Mo Yan: “Con una infancia feliz no habría sido escritor”»
Xavi Ayén, entrevista a Mo Yan, en *Milenio*, 10 de abril de 2026.

Índice

Siglas y acrónimos	11
Introducción	15
Capítulo I. Para entender los mercados	25
Una revisión conceptual sobre los mercados, 25; Nicho de mercado: sustento y estrategia, 31; El monopolio colectivo, 34	
Capítulo II. Un sello para la solidaridad	39
Cómo nace el sello de comercio justo, 42; Max Havelaar, un sello de mercado, 49; ¿Don, solidaridad, cooperación o caridad?, 53; Crecimiento de la demanda de café en el sistema de comercio justo, 57; Una revisión del periodo del INMECAFE y el INI en Chiapas, 64; Estrategias productivas y comerciales de las organizaciones cafetaleras indígenas de Chiapas, 73; Estrategias del mercado nacional, 74; Una mirada a los logros del quehacer cotidiano y la relación con el Estado, 77	
Capítulo III. Comercio justo y su crecimiento global	81
Del sello Max Havelaar a la integración de la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO): un sentido global, 81; ISO y la trazabilidad: ¿cómo lo viven los productores?, 87; Los flujos de la certificación 90; Nuevas formas de coyotaje, 94; Volúmenes de producción y de comercialización, 99; ¿Qué otras normas se imponen?, 102; Cambios en los criterios de FLO, 103; Una nueva apuesta: el Sello Pequeño Productor, 106; Normas de FLO frente al cambio climático y los daños ambientales, 109	

Capítulo IV. El movimiento de la agricultura orgánica y la orquestación del proceso de certificación 113

Origen del concepto, 114; Las asociaciones de productores de agricultura orgánica, 117; Articulación de escalas para comprender el problema, 120; Sobre la propiedad intelectual, 126; Institucionalización del concepto de agricultura orgánica, 130; Un «ingrediente» poco discutido: aditivos alimentarios, 131; Agricultura orgánica y su institucionalización en México, 136; Los inspectores orgánicos, 142; Agricultura orgánica: especificidades por regiones geopolíticas, 147; Legislación mexicana sobre agricultura orgánica, 150; Repensando el orden mundial, 155; ¿Qué se certifica en la agricultura orgánica?, 158

Capítulo V. Mercados éticos *versus* campesinos 165

Entre normas sociales y estándares de certificación, 166; Sistema de control interno: una aportación de la cafeticultura indígena a los esquemas de certificación, 173

Otras consideraciones 177

Bibliografía 183

Anexo. Revisión de fuentes estadísticas y lectura del comportamiento del sector cafetalero en México

Fredy Jiménez López 201

Producción y valor nacional de la producción de café, 202; Distribución porcentual de la producción nacional de café, 2000-2023, 206; Producción nacional de café según tipo de cultivo y clasificación, 208; Producción nacional de café cereza orgánico, 210; Producción de café en Chiapas, 213; Bibliografía, 219

Siglas y acrónimos

ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio
AVSF	Agronomes et Vétérinaires sans Frontières
BM	Banco Mundial
BRICS	Grupo de países con economías emergentes integrado por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica
CDI	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indios
CEC	Centro de Educación Campesina
CEPCO	Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca
CERTIMEX	Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos, S.C.
CIESTAM	Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial
CIRSA	Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende, S.S.S.
CIVAM	Centros de Iniciativas para la Valorización de la Agricultura y el Medio Rural
CLAC	Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo

CNOC	Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras
COFEPRIS	Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios
CONABIO	Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad
CONAPROF	Consultivo Nacional de Normalización de Protección Fitosanitaria
CUCEPRO	Comité Universitario Certificador de Productos Orgánicos de la Universidad de Colima
ECOSUR	El Colegio de la Frontera Sur
EZLN	Ejército Zapatista de Liberación Nacional
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (por sus siglas en inglés)
FAO	Administración de Alimentos y Medicamentos (por sus siglas en inglés)
FIECH	Federación Indígena Ecológica de Chiapas
FIRA	Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International o Fairtrade International
FMI	Fondo Monetario Internacional
FSP	Alianza para la Inocuidad Alimentaria (por sus siglas en inglés)
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (por sus siglas en inglés)
HACCP	Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (por sus siglas en inglés)
IFOAM	Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (por sus siglas en inglés)

INI	Instituto Nacional Indigenista
INMECAFE	Instituto Mexicano del Café
ISMAM	Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador
JECFA	Comité Mixto FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios (por sus siglas en inglés)
JEMNU	Reuniones conjuntas FAO/OMS sobre Nutrición (por sus siglas en inglés)
JEMRA	Reuniones Conjuntas FAO/OMS de Expertos sobre Evaluación de Riesgos Microbiológicos (por sus siglas en inglés)
JMPR	Reuniones Conjuntas FAO/OMS sobre Residuos de Plaguicidas (por sus siglas en inglés)
MAELA	Movimiento Agroecológico Latinoamericano y del Caribe
MST	Movimiento de los Trabajadores Rurales sin Tierra (Brasil)
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OCIA	Organic Crop Improvement Association
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONU	Organización de Naciones Unidas
SADER	Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural
SAGAR	Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural
SAGARPA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación
SECIHTI	Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación
SENASICA	Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria

SIACON	Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta
SOCAMA	Solidaridad Campesino Magisterial, A.C.
SPG	Sistema Participativos de Garantía
SPP	Sello Pequeño Productor
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
UCIRI	Unión de Comunidades Indígenas de la Región Istmo
UE	Unión Europea
UEPC	Unidades Económicas de Producción Campesina
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (por sus siglas en inglés)
UNICE	Unión de las Industrias de la Comunidad Europea
USDA	Departamento de Agricultura de Estados Unidos (por sus siglas en inglés)
UVED	Université Virtuelle Environnement et Développement Durable

Introducción

El título *De la omc a la parcela* es un llamado de atención dirigido a poner en evidencia los arreglos institucionales globales que han cooptado procesos emprendidos por movimientos sociales mundiales en torno al comercio justo y la agricultura orgánica, los cuales surgieron a partir de preocupaciones relacionadas con la solidaridad social, el cuidado ambiental y la gestión del riesgo alimentario derivado del uso de agrotóxicos, cuyos efectos impactan en la salud humana de las personas que los consumen.

La sigla omc corresponde a la Organización Mundial del Comercio, institución internacional que actúa como rectora de las relaciones comerciales. En ella están representados los países, al mismo nivel que sus bancos centrales y, sobre todo, los representantes de las empresas transnacionales; además, se encuentra fuera del sistema de Naciones Unidas. Su dominio se extiende, entre otros campos, al ámbito agrícola y a las parcelas donde se cultivan los alimentos que llegan a nuestras mesas e incorporamos a nuestros cuerpos. Plantear de este modo el ámbito de competencia y control de la omc deja de ser un asunto exclusivo para especialistas y deviene de interés societal amplio.

En este libro me ocupo de presentar las consecuencias devastadoras de las acciones de la omc en los territorios campesinos y, de manera concreta, en las parcelas de quienes cultivan muchos de los alimentos que aún podemos llevar a nuestras mesas. En cuanto a las políticas de esta institución internacional, tomaré como eje de análisis la evolución del comercio justo y la agricultura orgánica, dos segmentos de mercado que han representado una vía de inserción comercial para campesinos e indígenas.

El comercio justo y la agricultura orgánica han constituido grandes desafíos y han generado altas expectativas para las organizaciones campesinas de todo el mundo, al ser considerados como recursos para lograr un mejor pago por sus productos en el mercado internacional. Las posibilidades de obtener un sobreprecio, acceder a mejores condiciones contractuales y cumplir con la demanda social de «¡Comercio, no ayuda!» les llevaron a explorar el desarrollo de innovaciones sociotécnicas, administrativas y comerciales para cumplir con las nuevas reglas establecidas en estos innovadores dispositivos de coordinación de mercado. Este libro tiene como objetivo poner en evidencia cómo, dónde y quiénes traman las decisiones en torno a estos anhelados segmentos del mercado internacional.

Existen actores que determinan las reglas del juego basados en un discurso que con frecuencia señala la necesidad de construir marcos institucionales «más justos» en los segmentos de mercado con el objetivo de movilizar valores éticos de solidaridad social y de conservación del ambiente a escala planetaria, así como de afrontar la preocupación inmediata por la salud de nuestros cuerpos. Sin embargo, en los hechos son otros los actores reales que configuran las reglas del juego que los productores tienen que cumplir.

A lo largo de todos sus capítulos, este libro trae a escena como actores principales a la OMC, creada en 1995, y su articulación con la Organización de Naciones Unidas (ONU), en particular con algunos de sus organismos especializados en agricultura y alimentación, los cuales a su vez gestionan los derechos de propiedad a través del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC).

Es en este ámbito donde se toman las decisiones que aterrizan en la vida cotidiana de quienes manejan las parcelas en las que se cultivan los productos que habrán de ostentar las anheladas etiquetas o sellos distintivos de calidad. Por mi experiencia de vida como ingeniera agrónoma —he ejercido en el medio rural desde el ámbito de la asistencia técnica, como inspectora externa de procesos orgánicos y como investigadora en el campo de las ciencias sociales—, me remitiré de manera específica a la trayectoria de las organizaciones cafetaleras indígenas de Chiapas, México, que han desempeñado un papel central en los dispositivos de comercialización del comercio justo y la agricultura orgánica.

Estos segmentos de mercado han sido denominados «alternativos» porque se presentan como formas de escapar de las leyes del mercado global estandarizado. Asimismo, el comercio justo y la agricultura orgánica se han consolidado como términos habituales en la literatura académica y de las organizaciones civiles debido al influjo del movimiento altermundista, que cobró fuerza tras la caída del Muro de Berlín (Sánchez Garrido, 2004) y que se manifiesta a través de las acciones de múltiples organizaciones en todo el mundo.

Pero ¿cómo se definen los mercados alternativos? Para contestar esta pregunta nos remitiremos a la trayectoria de las organizaciones cafetaleras de campesinos indígenas de Chiapas que, vinculadas a otras organizaciones consideradas hermanas del estado de Oaxaca, construyeron las primeras experiencias de comercio justo en el país bajo la emblemática iniciativa holandesa Max Havelaar.¹

La voluntad de cooperación Norte-Sur, entendida como el reconocimiento de la deuda ancestral de los consumidores situados en los países ricos con los países explotados del Sur, se orientó a romper con las visiones denominadas asistencialistas bajo la consigna «¡Comercio, no ayuda!» como estrategia para lograr el desarrollo económico y social de los pueblos. Este fue el planteamiento que se presentó en la Primera Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés), celebrada en 1964, en la que se puso sobre la mesa de debate una nueva forma de plantear el comercio internacional tomando en consideración a las organizaciones campesinas de los países menos desarrollados.

Bajo el influjo de los postulados anteriores, en el contexto global se permitió la consolidación de los llamados mercados alternativos, así como el establecimiento de innovaciones sociotécnicas en el campo. En este marco, en los capítulos de este libro analizaré el posicionamiento de experiencias campesinas en estos mercados diferenciados que surgieron para, supuestamente, promover el desarrollo económico en el medio rural.

Propongo una visión diacrónica de innovación en el campo, a partir de su «éxito» económico en los mercados de exportación, basada en la experiencia de las organizaciones cafetaleras indígenas de Chiapas, cuya diferenciación

¹ La iniciativa Max Havelaar, surgida en los Países Bajos, es una experiencia pionera en la creación de sistemas de etiquetado basados en valores éticos.

se sustentó en la incorporación de valores éticos de justicia social y ambiental, así como de criterios territoriales y de calidad organoléptica, y que más tarde incorporaron elementos de tipicidad vinculados a atributos de origen geográfico.

El contexto del mundo rural de México presenta particularidades que se manifiestan en este entramado de acuerdos internacionales, en un «orden» global donde irrumpen subrepticamente las realidades locales. La entrada de México a la OMC no fue un proceso negociable; el 1° de enero de 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre México, Estados Unidos —su primer socio comercial y «vecino del norte»— y Canadá. Al mismo tiempo, en las montañas de la Selva Lacandona y otras regiones de Chiapas alzaba la voz el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), integrado por campesinos indígenas hartos de su historia de vejaciones, discriminación y exclusión. Esta organización, en su primer comunicado, a través de Enlace Zapatista anunciaba «Hoy decimos ¡basta!», y en su sexto punto exigía «Suspender el saqueo de nuestras riquezas naturales en los lugares controlados por el EZLN» (Comandancia General del EZLN, 1994).

La integración global promovida a través del TLCAN resultó anacrónica frente a la irrupción del EZLN y a su clamor por libertad, democracia y justicia, y conllevó la acentuación de condiciones macroeconómicas desfavorables, especialmente debido a que promovió una política de precios que estimuló la importación de productos agrícolas a costos bajos, ante los cuales no pudieron competir los agricultores y ganaderos mexicanos. Como resultado de la apuesta neoliberal, el medio rural, y en particular el campesinado y los pequeños agricultores, respondieron con procesos de innovación sociotécnica y apostaron por las ventajas competitivas de los cultivos propios de regiones tropicales, motivados e impulsados tanto por algunas instancias de gobierno, como por los consorcios globales. Desafortunadamente, tales innovaciones no fueron «miel sobre hojuelas», sino que se caracterizaron por resultados muchas veces contradictorios y, a veces, marcados por procesos de exclusión social.

Si bien la globalización económica se entiende como la estandarización de la producción y del consumo, al mismo tiempo, y de manera un tanto paradójica, existe en paralelo una segmentación de la demanda en función de muy variados intereses. Partiendo de que existen demandas muy específi-

cas, logran construirse dispositivos de coordinación que enlazan demanda y producción. Bajo este esquema, las organizaciones campesinas han buscado segmentos de mercado a partir del desarrollo de rasgos de especificidad.

Para algunas organizaciones, la incursión de los cafetaleros indígenas mexicanos, y en particular de Chiapas, en los mercados diferenciados de comercio justo y agricultura orgánica desde la década de los años noventa, ha alcanzado una sólida consolidación en términos comerciales. La base de este logro es, sin duda, la capacidad de innovación del sector cafetalero indígena, que se expresa tanto en los procesos organizativos para la comercialización, como en los itinerarios tecnológicos promovidos, que han permitido alcanzar una calidad física del grano tanto en la parcela, como en las diferentes fases de procesamiento del aromático.

Si bien el sector cafetalero indígena constituye un ejemplo relevante de la capacidad de innovación sociotécnica, no es el único. Otras ramas agrícolas, productores agropecuarios y actores del sector forestal también impulsaron innovaciones. Las decisiones que tomaron no siempre fueron simples y, en muchos casos, estuvieron fuertemente influidas por las políticas públicas gubernamentales, así como por las tendencias de los mercados globales.

La revisión que realizamos en este libro permite cuestionar la dinámica imparable de normas cada vez más «sofisticadas», las cuales responden a los intereses de los consorcios comerciales internacionales, que utilizan las preocupaciones de la sociedad global con el propósito de resolver la incertidumbre del riesgo en sus múltiples variantes, a través de mecanismos que traspasan el umbral de lo absurdo mediante organismos y procesos de certificación. Esto sucede en un momento que invita a replantear la debilidad e inviabilidad de la gestión de la ONU para cumplir su objetivo de crear condiciones de coexistencia entre las naciones en condiciones de paz. ¿En qué momento y bajo qué principios la ONU otorgó a la OMC el control de tareas vinculadas a la alimentación, la salud y la agricultura? ¿Puede la OMC, cuyo objetivo es el mercado, garantizar la resolución de estos temas centrales de los seres humanos, prioritarios para concebir el futuro del planeta? ¿Cómo se concretan los acuerdos tomados entre la ONU y la OMC para los campesinos indígenas? Estas preguntas y preocupaciones se abordan a lo largo de los capítulos de este libro, y de ellas deriva el título principal: *De la OMC a la parcela*.

Aunado a la voluntad y necesidad de obtener ingresos económicos, los campesinos deben resolver cuestiones vitales, como su propio abastecimiento de alimentos; dicho en términos correctos, deben construir su soberanía

alimentaria. Por supuesto, hoy en día el dominio del sistema agroalimentario global (McMichael, 2015) conlleva nuevas concepciones sobre la alimentación, porque abastecerse de alimentos no implica necesariamente hacerlo bajo la lógica de cultivar la tierra y criar animales, sino que pasa en gran medida por la compra de alimentos, los cuales provienen de los mercados globales y son, en general, procesados cuyos efectos negativos en la salud humana están ampliamente documentados. Recordemos que México ocupa el primer lugar mundial en incidencia de sobrepeso y obesidad, padecimientos ligados a la morbilidad relacionada con enfermedades como la diabetes y la hipertensión arterial (Rivera et al., 2013).

Lejos parece ya el periodo de inicios de los noventa del siglo pasado, cuando en los mercados se incorporaron valores simbólicos. Entre el campesinado, el objetivo de alcanzar éxito en términos de valor de negocio parece haber sido, a la vez, su espada de Damocles, ya que atrajo las miradas y el interés de corporaciones transnacionales, hoy bien posicionadas y apropiadas de este segmento del mercado.

El comercio justo y la agricultura orgánica pasaron a ser cuestionados por sus limitaciones para resolver los problemas de la pobreza y la desigualdad social en el medio rural. Al mismo tiempo, es un hecho que han servido como espacios de aprendizaje para campesinos y organizaciones en la tarea continua de la innovación sociotécnica. Estos andares también los han conducido a explorar las promesas de las denominaciones de origen o a dejarse llevar por el sueño de contar con su propia marca colectiva (Pérez, González y Picado, 2018).

Este libro tiene como propósito revisitar el proceso de imposición de normas a las organizaciones campesinas a través del comercio justo y la agricultura orgánica a partir de resultados previamente publicados en trabajos de mi autoría y coautoría. Sin embargo, no se trata de una compilación de estudios precedentes, sino que los resultados se posicionan en la ventaja que otorga la distancia en el tiempo, la cual permite explicar cuáles son las opciones con las que cuenta el campesinado para insertarse en el mercado a través de su producción, sin por ello dejar de construir su soberanía alimentaria bajo criterios de sustentabilidad en su concepto más amplio.

A lo largo de cerca de 30 años de investigación sobre la participación de organizaciones campesinas en los mercados de comercio justo y agricultura

orgánica, he recibido a estudiantes con interés en el tema, a quienes he tenido la oportunidad de dirigir en la elaboración de sus tesis o de acompañar como integrante de sus comités tutoriales. Estas personas me permitieron mantener un diálogo continuo, basado en el respeto y la confianza, con las organizaciones indígenas con las que llevaron a cabo sus investigaciones.

A modo de caracterización de este libro, puedo señalar que el capitulado y los subapartados siguen un derrotero que puede sorprender; sin embargo, deben entenderse como una guía que ha facilitado la exposición de las interrelaciones entre los agentes que intervienen. El texto es descriptivo y, simultáneamente, analítico; no se trata de una etnografía, aunque sí utilizo datos etnográficos que enriquecen y permiten recuperar la voz de los actores. Podría considerarse que, en general, se adoptó una postura conspiracionista, pero no es así. Esto se debe a que en la obra se exponen actividades y tipos de relaciones entre agentes, en las cuales destacan juegos y apuestas que no se perciben de manera espontánea debido a la fuerte influencia de un contexto que impone una visión del mundo como algo inamovible —como si las cosas tuvieran que ser necesariamente así—, lo que impide concebir otro orden societal. Lo anterior me lleva a retomar las palabras de Godelier:

Para decirlo sin rodeos: ahora que se ha vuelto obvio que probablemente las «fuerzas estructurales» no producirán por ellas mismas algo que sea muy de nuestro agrado, lo que nos queda es la posibilidad de plantear algunas alternativas reales. Aun dejando de lado el hecho siempre desalentador de que esto significaría decir quiénes somos «nosotros», haría falta un cambio masivo de cambios teóricos (Godelier, 2004: 34).

En el capítulo I, titulado «Para entender los mercados», se exponen de manera asequible para el lector o lectora distintas aristas del mercado, en particular las relacionadas con el funcionamiento de los nichos de mercado vinculados a los dispositivos de coordinación que ponen en marcha lo que denomino monopolio colectivo. La argumentación de este concepto desde la economía fue posible gracias a las largas discusiones con quien fuera mi director de tesis doctoral, el doctor Thierry Linck, economista heterodoxo —ya fallecido—, con quien me atreví a plantear esta explicación del dispositivo de comercialización del comercio justo.

En el capítulo II, titulado «Un sello para la solidaridad», expongo mis reflexiones sobre «el don»; visito la propuesta de Mauss (2009) sobre este tema y las consideraciones que al respecto hace Godelier, así como las aportaciones de Dominique Temple, autor este último que llevó a cabo en tierras andinas su trabajo antropológico sobre los sistemas de reciprocidad y que no ha sido reconocido en Latinoamérica como se merece. Estas aportaciones constituyen un ejercicio inacabado, expuestas como una reflexión profunda y como una invitación a abrir nuevos debates sobre el tema. Esta argumentación sirve como base para plantear dónde se sitúan las preocupaciones de Solidaridad, la organización no gubernamental holandesa que hizo posible el inicio del sello Max Havelaar, la cual considera que el mercado tiene la capacidad de resolver la injusticia social. En este capítulo también desarrollo una explicación sobre cómo se articularon y tradujeron las preocupaciones de estos ideólogos, impregnados de un pensamiento judeocristiano, sobre la realidad social de las comunidades y las organizaciones indígenas oaxaqueñas.

La argumentación desarrollada en el capítulo II se sitúa en la arena social de la cafecultura indígena mexicana como escenario donde cobran sentido las normas y reglas del juego del mercado internacional, que transitan desde las intervenciones de políticas públicas donde el Estado ocupa un rol central, hasta la actual vorágine de la apuesta neoliberal. Y digo vorágine en el sentido que le da José Eustasio Rivera, novelista colombiano, en su obra *La vorágine* (1924), como forma de vida del humano marcada por la naturaleza inhóspita de la selva, pero sobre todo por la hostilidad que construye el propio ser humano.

En el capítulo III, titulado «Comercio justo y su crecimiento global», se desmenuzan las normativas emitidas por la OMC sobre la trazabilidad del proceso de certificación, las cuales devienen en un verdadero galimatías que puede expresarse como «certificar al certificador para que nos certifique las cosechas de nuestras parcelas». Este argumento justificativo se aplica a las normas que deben cumplir las organizaciones campesinas para asegurar la incorporación de los valores éticos de solidaridad en el mercado, en una carrera sin fin que invita a preguntarse cuándo hacer válido el «Hoy decimos ¡basta!» del clamor zapatista del 1° de enero de 1994.

En el capítulo IV, que lleva por título «Movimiento orgánico y la orquestación de la certificación», se exponen las preocupaciones de los agriculto-

res que construyeron formas de intercambio de conocimiento en distintas regiones del mundo sobre el manejo de sus cultivos, en una apuesta por crear alternativas a la Revolución Industrial y la Revolución Verde. Conduce igualmente al lector o lectora por el intrincado proceso de institucionalización global de la agricultura orgánica y se analiza la forma en que esta se expresa en las legislaciones nacionales. Asimismo, se retoma el desaliento que experimentan los actores locales, como los campesinos y las agencias certificadoras mexicanas, para dar respuesta a la disonancia que existe entre los marcos globales que impulsa la OMC y la falta de acción responsable de las instituciones gubernamentales nacionales que regulan el sector agropecuario. Lo expuesto en este capítulo deriva de publicaciones previas; retomo ideas que desarrollé junto con Ronald Nigh, maestro y amigo que se adelantó en el largo viaje de la vida, así como las amplias y nutridas reflexiones que compartimos durante nuestro trabajo de campo, en procesos de investigación-acción con distintas organizaciones campesinas.

El capítulo V, titulado «Mercados éticos *versus* campesinos», incluye la revisión de algunos aspectos en los que se concretan los estándares de certificación y se describe la verticalidad con que se aplican los conceptos y las prácticas del comercio justo y de la agricultura orgánica. Asimismo, se evidencia la capacidad de resolver y de innovar de las organizaciones campesinas que llevan los productos de sus parcelas al mercado internacional.

En la sección final de este libro, que he titulado «Otras consideraciones», no pretendo ofrecer conclusiones y, mucho menos, un eje orientador para el lector o lectora que busque ofrecer recomendaciones sobre la pertinencia de comprar y consumir alimentos con sellos de comercio justo o de agricultura orgánica. Se trata de una «probadita» de líneas que aún requieren mayor profundización, pero que, desafortunadamente, sí se inscriben en la reiterada crítica a la postura de un orden societal global que apuesta por el mercado como ente para resolver los problemas de pobreza, inequidad y exclusión considerados propios del mundo rural.

Cierra el libro un anexo titulado «Revisión de fuentes estadísticas y lectura del comportamiento del sector cafetalero en México», elaborado por el Mtro. Fredy Jiménez, técnico académico de la Unidad de Información de la Frontera Sur del Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur de la Universidad Nacional Autónoma de México (CIMSUR-UNAM),

donde se realiza una revisión de fuentes estadísticas nacionales y un análisis de los comportamientos del sector cafetalero en el presente siglo, tanto a nivel nacional como con mayor profundidad para el estado de Chiapas. La calidad orgánica del café aparece en las estadísticas nacionales a partir del año 2016 y, si bien muestra una tendencia de crecimiento constante, en el estado de Chiapas se observa que sigue predominando la producción de tipo genérico. Como bien señala el autor, esto está fuertemente marcado por los desafíos que enfrenta el sector productivo para obtener las certificaciones de calidad orgánica.

Capítulo I.

Para entender los mercados

Este libro se centra en las innovaciones sociotécnicas en las que han participado y participan organizaciones campesinas consolidadas o pequeños grupos rurales, las cuales les han permitido ocupar segmentos del mercado a partir de especificaciones de tipo productivo o de calidad, vinculadas al patrimonio biocultural de los territorios que ocupan.

Este primer capítulo está dedicado a discutir algunos conceptos clave para entender qué son los mercados, en primer lugar, desde su concepción como espacios físicos para el intercambio de bienes y mercancías,² pero también interesa poner a discusión las consideraciones que permiten comprender los llamados mercados alternativos.

UNA REVISIÓN CONCEPTUAL SOBRE LOS MERCADOS

Una primera concepción de mercado remite a un espacio geográfico donde se reúnen vendedores y compradores para intercambiar sus productos o servicios, los cuales pueden abarcar una gama muy amplia. El intercambio puede llevarse a cabo por medio de trueque, bajo formas negociadas por ambas partes —vendedor/comprador—, aunque debe tenerse en cuenta que

² Conviene señalar la diferencia entre bien y mercancía, en tanto que el primero se remite a aquello que da un servicio a alguien, sin tener asignado un valor económico, el cual puede adquirir en el momento en que entra al mercado y se convierte, justamente, en una mercancía.

las negociaciones no son necesariamente armoniosas o equitativas. Pero la concepción actual más frecuente del mercado se enfoca en el precio de los productos, y es este el concepto sobre el cual la teoría económica centra su discusión, especialmente en relación con la formación de los mercados.

El mundo rural del Chiapas contemporáneo se desenvuelve en mercados que transcurren a diferentes «velocidades», por decirlo de alguna manera. Por un lado, las comunidades campesinas siguen comerciando localmente bajo formas de trueque, en plazas donde confluyen vendedores y comerciantes con los productos provenientes de sus parcelas, sus bosques o sus fuentes de agua. Pueden ser plazas que ocupan espacios públicos de frecuencia semanal, pero igualmente sigue existiendo el comercio de puerta en puerta (Pérez Vázquez, 2006; González y Nigh, 2020). En este tipo de mercados la relación se lleva a cabo generalmente entre los habitantes del territorio, que conocen bastante bien las condiciones en que se han producido esos productos o mercancías. Esta información les permite negociar sus precios con relativa equidad en términos de acceso a la información, en relaciones cara a cara, y en entornos donde además existen vínculos personales de amistad, compadrazgo, familiares o como clientes frecuentes.

A la par de estos mercados en espacios o plazas locales, los campesinos se insertan en otros en los cuales los consumidores finales son completamente ajenos a sus espacios geográficos y territorios; se trata, por ejemplo, de mercados nacionales altamente centralizados y dirigidos a la exportación, que usualmente representan vías para obtener ingresos monetarios por la venta de sus productos. Nos referimos a cadenas de comercialización, que recientemente han sido estudiadas desde el enfoque de cadenas globales de mercancías con el objetivo de valorar los distintos puntos de la cadena donde se realizan las transacciones comerciales (Días Porras, Pelupessy y Pérez Akaki, 2015).

El enfoque de cadenas globales de mercancías aporta elementos de gran importancia, pero en concreto nos interesa detenernos a explicar cómo los mercados de exportación se posicionan bajo el concepto de «alternativos», como se les denomina comúnmente, en la medida en que quienes participan alzan la voz para rechazar la lógica de producción estandarizada que ofrece precios bajos en el mercado y deja en desprotección a los campesinos y pequeños productores. Lo alternativo es, ante todo, una postura política que

cuestiona los efectos negativos del mercado en detrimento de quienes hacen esfuerzos adicionales por producir conforme a criterios y valores considerados positivos social y ambientalmente.

En el caso de Chiapas, el café ha sido el cultivo icónico no solo por dominar los paisajes rurales, sino también porque ha representado la principal fuente de ingresos monetarios para las familias campesinas. Además, ha sido un cultivo central en la definición de políticas públicas destinadas a generar divisas para el país.

Antes de continuar con nuestro hilo conductor sobre los mercados, detengámonos un momento para revisar un concepto clave en este trabajo: la economía. Retomo la siguiente cita, que precisa el término de manera simple:

El significado de la palabra Economía, en sentido estricto y considerando sus raíces etimológicas, proviene de las voces griegas *óikos*, que significa casa o patrimonio, y *nomos*, que quiere decir ley o administración, de tal forma que una primera definición para el término Economía sería: administración del patrimonio (Apoyo B@UNAM, CCH & ENP, 2024, 27 de enero).

Más allá del significado, necesitamos un concepto que haga operable el significado etimológico. En este sentido, retomo la siguiente definición: «Economía es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los distintos individuos» (Samuelson y Nordhaus, 2010: 3).

En la discusión que aquí se plantea, debemos precisar que nos enfocaremos en la teoría neoclásica, en la medida en que las iniciativas que estudiamos —el comercio justo y la agricultura orgánica— apuestan por el mercado y confían en su «mano invisible»³ para lograr que la racionalidad de los consumidores, en su relación con quienes ofrecen los productos, redunde en precios «justos».

³ Esta expresión es una metáfora que utilizó Adam Smith (1723-1790) para explicar que el mercado tiene la facultad de ser un espacio donde productores y consumidores, guiados por sus intereses individuales, promueven el beneficio de la sociedad en su conjunto. Este planteamiento es uno de los ejes de discusión profunda sobre los roles del mercado y del Estado.

La economía neoclásica postula que el mercado es el agente regulador de la vida económica, en el que compradores y vendedores fijan los precios en función de la concurrencia; es decir, con base en el encuentro libre de vendedores y compradores. Sin embargo, la realidad acusa que tal situación de concurrencia no existe. Lo que sí acontece es que las grandes empresas imponen los precios del mercado bajo condiciones que anulan a los pequeños vendedores. Esta condición ha constituido el principal argumento para la intervención del Estado en la regulación de los mercados a fin de evitar situaciones monopólicas (Galbraith, 1979).

Para la teoría neoclásica resultaba pertinente la idea de la concurrencia, pero queda claro que esta no existe. Las posibilidades de controlar las acciones de las grandes empresas que se imponen sobre los pequeños vendedores —en nuestro ejemplo, los campesinos cafetaleros de Chiapas— queda fuera de lo posible; por su parte, la intervención del Estado tenderá a evitar las condiciones de monopolio. El planteamiento es válido, pero ¿cuál ha sido, y es, la capacidad de acción del Estado? En realidad, puede afirmarse que ha sido muy limitada y, quizá, incluso irrisoria.

Antes mencionamos la concurrencia como uno de los principios del sistema económico neoliberal; el segundo es la propiedad privada de los bienes de producción. Ambos principios dan pautas para la formulación de las leyes que rigen el sistema de mercado. La propiedad privada es el mecanismo garante para que los individuos —productores o consumidores— tomen decisiones que les permitan maximizar sus ganancias en el mercado y generar riqueza para la sociedad en su conjunto.

Siendo así, la apuesta por la globalización de los mercados resulta un verdadero «manjar» para las grandes empresas, ya que les facilita construir sus monopolios en los que no opera la llamada concurrencia. Estos mercados globales, cuyos precios se asumen, están regulados por la relación entre oferta y demanda y han provocado condiciones de extrema marginación para los vendedores que ofertan las materias primas. Los bajos precios se imponen y los monopolios habrán de sofisticarse para ofrecer las materias primas a precios cada vez más desventajosos para los productores, generalmente ubicados en países con bajos índices de desarrollo económico (Gereffi, 2009).

La capacidad y la voluntad política del Estado para evitar la existencia de los monopolios establecidos por empresas transnacionales parece dejar sin

opciones a los pequeños productores que venden en el mercado. Pero ¿qué alternativas quedan para los productores o vendedores que comercializan en pequeña escala? En primer lugar, revisemos cómo la globalización de los mercados generó dinámicas que suceden simultáneamente bajo diferentes consideraciones. Por un lado, existe la oferta impersonal de las mercancías controlada por prácticas monopólicas, que logra ofrecer precios bajos en el mercado para los compradores de masas a fin de alcanzar grandes volúmenes de ventas mediante un mayor número de compradores. Sin embargo, la sociedad global no es homogénea, en primer lugar, por la diversa capacidad de compra o nivel de ingresos, pero también por la existencia de necesidades distintas que se ponen en juego al momento de la compra y que no responden a la lógica del menor precio. Nótese que hemos utilizado el término «necesidades», ausente hasta ahora en la discusión, y no el tan socorrido concepto de «calidad».

Entonces, ese mercado global dominante no es homogéneo y, tal vez, tampoco «tan dominante», sino que se segmenta en función de las necesidades expresadas a través del consumo. Es en este punto donde la globalización pierde su posición de dominio impositivo y refleja lo que Renard (1999) llama «los intersticios de la globalización». Esta segmentación de los mercados produce demandas específicas que responden a las diversas necesidades de las personas, en las que han cobrado sentido criterios que reivindican un mercado sustentado en valores éticos que se apegan a la solidaridad social y a otras consideraciones de tipo ambiental.

El hecho de funcionar en un segmento del mercado ofrece la oportunidad de diferenciarse —indistintamente del elemento que se movilice—, así como de construir reglas específicas sobre la producción y, por ende, sobre la definición de los precios y el comportamiento de los actores: vendedores a lo largo de la cadena y compradores. Sin embargo, estos mercados diferenciados no existen espontáneamente, sino que es necesario armar condiciones que favorezcan su existencia, razón por la cual se suelen definir dispositivos de coordinación que funcionan bajo reglas que permiten la movilización de las mercancías en condiciones de nicho; es decir, en entornos donde se protege la participación de los agentes que intervienen en el dispositivo. En este libro analizaremos aquellos dispositivos en los cuales la población campesina de Chiapas ha logrado insertarse a través del llamado a valores éticos de so-

lidaridad social y ambiental. El dispositivo de coordinación se plantea entre los distintos agentes que intervienen a lo largo de la cadena, desde el productor campesino, su cooperativa y las compañías comercializadoras, hasta los importadores, procesadores y distribuidores en los países de consumo, quienes definirán las condiciones de nicho de mercado que les facilitarán funcionar coordinadamente y obtener el sobreprecio que se plantea destinar a los campesinos como primer eslabón de la cadena. Sin embargo, debemos visualizar que el término «mercados de nicho» no necesariamente posee en sí mismo un sentido positivo.

Detengámonos en otro término que se moviliza en el dispositivo de coordinación de los mercados de nicho que nos ocupa. Me refiero a la noción de «alternativo», la cual presenta varios sentidos. El primero de ellos remite a una postura que se define fuera de la lógica del mercado global de producción estandarizada, pero el término puede remitir, igualmente, a la idea de un mercado que crea sus propias leyes con el objetivo de construir sus propios precios.

Para seguir con nuestra argumentación, detengámonos a considerar que el vocablo «alternativo» no es absoluto. Deriva de la palabra «alternativa», que etimológicamente: «está formada con raíces latinas [...] y sus componentes léxicos son: *alter* (otro), *-anus* (sufijo que indica pertenencia o procedencia), más el sufijo *-iva* (relación activa o pasiva)» (*Diccionario etimológico en línea*, 2025). Como adjetivo, según el diccionario de la Real Academia Española (2019), significa la capacidad de elegir entre dos o más cosas, y también remite a la idea de actividades culturales que se realizan fuera de la corriente dominante. A partir de las apreciaciones etimológicas y las diferentes acepciones de la palabra, parece evidente que, en realidad, usar el término alternativo no implica descalificación o rechazo de algo, sino un sentido de alternar o, dicho de otra manera, de aceptar la existencia de ese otro que «declarativamente descalificamos». Esta ambigüedad en la aplicación práctica del término permea los mismos mercados alternativos que estudiamos. En este sentido, inscribirse en lo alternativo no significa rechazar el orden establecido, sino ir de un segmento del mercado a otro, aceptando —desafortunadamente— que, más allá de las buenas intenciones de los agentes y actores que participan en los nichos de mercado, lo que se cuestiona del modelo neoliberal sigue en pie a través del mercado.

Las ideas que expongo sobre la teoría y los conceptos de la economía las he trabajado desde los años noventa, periodo en el que me planteé las primeras preguntas en torno al comercio justo o *solidaire*, conforme a su apelativo en francés. Un primer esbozo del cuestionamiento puede consultarse en González, Linck y Moguel (2003) y en González (2003). En ese momento, existía un gran entusiasmo por el posicionamiento del comercio justo como una posibilidad de cambio del orden social impuesto por la economía de mercado. Probablemente, ese entusiasmo no dejó ver tempranamente que los intersticios por los que se abría paso el comercio justo retomaban los mismos argumentos del mercado llamado «convencional». Veremos a lo largo de este libro cómo esas opiniones se fueron modificando.

NICHO DE MERCADO: SUSTENTO Y ESTRATEGIA

En lenguaje común, el concepto «nicho» sirve para designar cualquier concavidad donde se coloca una cosa. En las ciencias biológicas, un nicho ecológico se refiere al lugar donde vive un organismo, tomando en cuenta las características físico-ambientales, sus funciones y su interacción con el resto de los individuos con quienes comparte su espacio (Odum, 1972: 259).

La economía retoma el concepto de «nicho ecológico» para referirse a un segmento del mercado que se caracteriza por la coordinación de los agentes que intervienen en el dispositivo de comercialización. Mediante la coordinación, se busca en todo momento operar al margen de las leyes del mercado, fundamentalmente en relación con el precio. En el caso de los nichos de mercado alternativos, estos se sustentan en el control exclusivo de recursos no materiales y de valores simbólicos que se incorporan en el proceso productivo, una acción que se compensa con el pago de un sobreprecio al productor. Ciertamente, para que el sobreprecio se mantenga, las leyes del mercado en cuanto a la relación oferta-demanda se mantienen, y su regulación se basa en el volumen de ventas para mantener el sobreprecio. Falta, sin embargo, poner atención en cómo se distribuye el sobreprecio entre los agentes que participan en el dispositivo.

Un nicho de mercado remite a las expectativas propias de una parte de los consumidores —en el caso que nos ocupa, al acceso a los valores simbó-

licos incorporados—. En este sentido, el concepto de desarrollo sustentable, visto como un valor incorporado a la producción, se asocia con un planteamiento de solidaridad, que se expresa en la erradicación de la pobreza y el respeto al ambiente. Estos valores tienen como objetivo la preservación de los ecosistemas en su sentido más vasto.

Los dispositivos de comercialización de los nichos de mercado están ligados a acciones colectivas. En el caso del mercado solidario, se trata de acciones colectivas emprendidas por organizaciones de productores, importadores, procesadores, distribuidores y agencias internacionales que promueven el mercado justo, aunque estos valores también pueden ser de otro tipo.

La especificidad que se moviliza en un nicho de mercado hace necesaria la formulación de principios, normas y reglas que garanticen su permanencia. Los actores que participan pueden funcionar con base en mecanismos de confianza debido al trato directo, pero el mercado internacional de mercancías impone la construcción de procesos de institucionalización que «avalen» los intereses y objetivos que se movilizan en el nicho de mercado. El planteamiento resulta simple y los caminos para alcanzarlo han sido muy diversos.

Estamos definiendo elementos de análisis que nos serán útiles para analizar la participación campesina en los mercados alternativos. Por ello, es fundamental entender cuáles son las condiciones o premisas que priman en estos mercados, más allá de su calificación como «alternativos». Para tratar este punto planteo la siguiente pregunta: ¿mercancía equivale a necesidad? En primera instancia, la respuesta podría ser afirmativa, pero detengámonos en el análisis a partir de las consideraciones de Karl Marx, quien deja claro que una mercancía satisface una necesidad en función de su utilidad.

La utilidad de una cosa la convierte en *valor de uso*. Pero esa utilidad no es nada que flote en el aire. Condicionada por las propiedades del cuerpo de la mercancía, no existe sin ellas. Por tanto, el cuerpo mismo de la mercancía, como hierro, trigo, diamante, etc., es un valor de uso, un bien. Ese carácter suyo no depende de que la apropiación de sus propiedades útiles le cueste al hombre mucho o poco trabajo (Marx, 1976, vol. 1: 43-44).

El valor de uso se diferencia del valor de cambio; este último alude al precio que adquiere una cosa por sí misma en el mercado.

El *valor de cambio* aparece de pronto como la razón cuantitativa, la proporción en la cual se cambian los valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase, relación que cambia constantemente con el tiempo y el lugar (Marx, 1976, vol. 1: 43-44).

Con estos señalamientos previos, proseguimos examinando cómo el capitalismo liberal plantea que: «En este sistema la producción y el reparto de los bienes materiales constituyen una esfera autónoma del organismo social» (Polanyi, 2014: 108). Este planteamiento puede considerarse aberrante, más allá de las justificaciones formuladas por serios economistas. Esta crítica no surge del desconocimiento del tema, sino del cuestionamiento deliberado del orden establecido. En este sentido, Karl Polanyi, autor de gran pertinencia más allá de su época, increpa este orden establecido como sigue:

Las perversiones grotescas del sentido común toman una apariencia de racionalidad bajo el imperio de las supuestas leyes de la economía. Un ejemplo significativo de este mecanismo es el hecho de que el trabajo sea tratado como una mercancía que se compra y se vende como si fueran melones (Polanyi, 2014: 108).

¿Hasta qué punto de deshumanización llega el sistema capitalista cuando asume como una simple mercancía la esencia misma de lo que ordena la sociedad: el ser humano? Y si el sistema es capaz de no reconocer esto, ¿cómo es posible pensar, o siquiera imaginar, que podrá movilizar mercancías con valores éticos?

La disociación impuesta por el sistema capitalista entre sociedad, Estado y religiones, como bien señala Polanyi, provoca la pérdida de sentido de lo que puede llamarse «vida buena», concepto que el mismo autor discutió en un debate sobre las ideas de Aristóteles y John Kenneth Galbraith (Polanyi, 2014: 109). La distancia entre necesidad y mercancía se establece cuando el sentido de poseer va más allá de la necesidad, cuando el ser humano es llevado por un deseo indecible de acumular, de generar riqueza. Entonces, allí se pierde esa «vida buena».

El término «vida buena» no es exclusivo de la civilización en que vivió Platón; otras culturas también lo han incorporado y lo han tomado como

estandarte de lucha social. Me refiero a los movimientos de los pueblos indígenas latinoamericanos que, basados en sus propias cosmogonías, lo utilizan para referirse a la vida del ser humano en armonía con su entorno —físico, biótico, animado o inanimado—. Esta concepción actualmente ha cobrado fuerza y se ha posicionado como una visión alternativa a los modelos de desarrollo. Así, en Chiapas, los pueblos indígenas han asumido el término *lekil kuxlejal* o «vida buena» (Paoli, 2003). También lo utiliza Bolom (2019) en sus disertaciones en torno a la filosofía de los pueblos originarios cuando se refiere a la vida comunitaria desde su experiencia como integrante del pueblo tsotsil de Huixtán.

EL MONOPOLIO COLECTIVO

A continuación, interesa discutir otra consideración que puede incomodar a quienes de manera automática atribuyen un sentido positivo a los nichos de mercado que incorporan aspectos de sustentabilidad ambiental y social. Estos nichos de mercado logran mantenerse cuando se constituyen en monopolios colectivos. Seguidamente, se irán desdoblando los elementos que nos llevan a utilizar el concepto de «monopolio colectivo».⁴

Un monopolio se constituye cuando una sola empresa ofrece el producto y define el precio de este dependiendo del volumen de producción ofertado; debe tenerse en cuenta que el modelo se explica porque la demanda no cambia (Parkin, 1995: 71). Pero ¿qué dice la teoría económica sobre la formación de los monopolios? Al parecer, los describe, mas no los explica.

En un intento de generalización, podría afirmarse que cualquier monopolio se sustenta en el ejercicio de la exclusividad sobre uno o varios recursos incorporados en la producción —recursos naturales, conocimientos técnicos, recursos organizativos o simbólicos—.

El establecimiento de un monopolio puede entenderse, como lo plantea Schumpeter (1961), a partir de la capacidad de innovación. En este sentido, la innovación remite a mayor competitividad,⁵ la cual puede lograrse a través

⁴ Una versión preliminar en la que se aborda el concepto de monopolio colectivo fue presentada en el examen de candidatura doctoral (González, 2003).

⁵ No debe confundirse competitividad con competencia; el primer término significa la habilidad de hacer algo distinto, de innovar, en tanto que el segundo remite a la forma en que se hacen las cosas de manera eficaz.

de la aplicación de una técnica que permite reducir costos o por la incorporación de un elemento diferenciador que genera mayor calidad a partir de un valor agregado.

En el caso del café solidario, se advierte que el dispositivo de comercialización centra su estrategia en la incorporación de valores simbólicos. Su capacidad de regulación —principalmente funciones de certificación— le permite contar con la exclusividad en el segmento de mercado al que está orientado.

La teoría del monopolio sitúa al monopolista como el centro único de decisión. En el caso de un dispositivo de coordinación, esta situación no se presenta, sino que el monopolio lo ejerce el dispositivo de comercialización en su conjunto; es decir, procede de una acción colectiva construida en torno al manejo coordinado de recursos colectivos —representaciones, valores y reglas—, proceso que se sustenta en la incorporación de valores simbólicos ambientales y de solidaridad. En el monopolio colectivo basado en la coordinación, la construcción de estos valores simbólicos no es un acto individual, sino que se define colectivamente, pues participan todos los agentes del dispositivo de comercialización, desde el distribuidor final, el importador y el exportador, hasta las organizaciones campesinas y los cafetaleros que las constituyen. Por tal motivo, en este tipo de monopolio el control lo ejerce el dispositivo en su conjunto, y los valores simbólicos incorporados toman sentido de manera concreta en el espacio de vida de los productores y campesinos, pues son ellos quienes poseen el recurso colectivo que moviliza el dispositivo de comercialización. Sin embargo, esto no implica necesariamente que sean ellos quienes tengan mayor participación en la toma de decisiones y en los beneficios económicos que reporta el monopolio colectivo.

El abordaje limitado que la teoría económica otorga a los monopolios que se asientan en recursos colectivos dificulta encontrar elementos explicativos para los mercados alternativos. Por este motivo, es pertinente introducir este concepto de monopolio colectivo, discutido inicialmente por González (2003).

El término fue utilizado por Linck (Linck, 2006; Linck, Barragán y Casabianca, 2006) para explicar el funcionamiento de los valores patrimoniales que se movilizan en las denominaciones de origen. Los valores éticos incorporados, como la solidaridad social en el caso del comercio justo, constituyen un recurso colectivo y, por tanto, no tienen valor de intercambio, por lo cual

su uso se regula a través del establecimiento de reglas. Con ello se crea una exclusividad en un monopolio colectivo.

Como un recurso que no tiene valor de cambio puede generar valor agregado y ganancia además de asegurar las condiciones de su propia reproducción. El tema cobra una pertinencia mayor aún si se considera que la escasez puede proceder también de una construcción deliberada para proteger recursos no materiales (algún valor simbólico o conocimiento específico como sucede en el caso del comercio solidario o de los alimentos con denominación de origen (Linck, 2006: 268).

Aunque el monopolio sea colectivo, el dispositivo plantea la siguiente cuestión: ¿a qué nivel fijar el volumen de producción para alcanzar una ganancia máxima? En este sentido, la obtención de la ganancia máxima a partir del dispositivo no implica que el conjunto de los agentes se beneficie en la misma proporción.

Los neoinstitucionalistas aceptan que el mercado tiene fallas, de ahí la necesidad de promover la acción colectiva que permita la maximización del dispositivo. Sin embargo, la limitación de esta corriente estriba en su falta de visión sobre la maximización de la extracción, lo cual se asocia con una perspectiva individualista.

En el proceso de construcción y reproducción del monopolio colectivo se expresan relaciones que evidencian la contradicción de intereses entre los agentes que participan en el dispositivo, además de que la posición de los miembros no es estable, sino cambiante. En la medida en que existe competencia, cada uno de los miembros procura obtener la mayor ganancia del monopolio. Asimismo, el carácter colectivo hace que el monopolio sea extremadamente frágil ante la presencia de actitudes oportunistas, las cuales, en el caso de arreglos institucionales, pueden conducir a la destrucción del dispositivo, tal como lo demuestra Garrett Hardin (1968) en su artículo «The tragedy of the commons».

El monopolio colectivo conlleva relaciones de cooperación, en el sentido de que todos los miembros tienen interés en obtener la máxima ganancia. Por ello, se establecen reglas que permiten regular el volumen ofertado a un nivel que iguale los costos marginales.

Por otro lado, la falta de información completa en cuanto al acceso al mercado conduce a situaciones de incertidumbre que, en sí mismas, generan altos costos de transacción.⁶ En este sentido, la teoría organizacional establece que el objetivo de las organizaciones es comercializar una mayor cantidad de producto para abatir costos de transacción por unidad y lograr mayor poder de negociación en el mercado.

Sin embargo, en contextos de monopolio resulta necesario regular los volúmenes ofertados para evitar la saturación de la demanda. Desde esta perspectiva, evidencias empíricas y un mínimo de lógica llevan a plantear que la organización también puede justificarse por el objetivo de provocar distorsiones en el mercado; es decir, la situación del monopolio en un nicho.

Bajo esta óptica, el propósito de aplicar reglas para los productores va más allá del interés de aumentar la cantidad de productos que reúnen las características que exige el mercado. Es decir, el objetivo no se centra en excluir los productos de baja calidad y asegurar una mayor aceptación en el mercado alternativo, sino que el monopolio busca mantener el nicho a partir del control del volumen ofertado.

La existencia del monopolio implica reconocer que el propietario o poseedor de un recurso raro —escaso— en la producción se beneficia con la mayor ganancia. En este sentido, no existe justificación alguna, de tipo legal o moral, que restrinja o limite las ganancias que el monopolista puede obtener. El precio fijado por el monopolista, entonces, remite únicamente a su interés de obtener la mayor ganancia.

En el caso del mercado alternativo, el monopolio radica en la incorporación a la producción de valores simbólicos —ecológicos y solidarios— y se identifica específicamente por su carácter colectivo, ya que la existencia de este depende de la acción del conjunto de agentes que integran el dispositivo.

⁶ Siguiendo a Williamson (1967), el costo de transacción es básicamente un costo de acceso y tratamiento de la información; puede interpretarse como un costo de uso del mercado.

Capítulo II.

Un sello para la solidaridad

Chiapas ha sido, y es, una de las entidades mexicanas que más ha sobresalido en cuanto a volumen de producción de café vinculado con el comercio justo y la agricultura orgánica. Esta relevancia tiene un trasfondo histórico que permite explicar este posicionamiento.

Comencemos por situar la emergencia del comercio justo basado en el modelo de ostentación de un sello o etiqueta. La literatura evidencia de manera amplia que los orígenes de las iniciativas que promovieron modelos de comercio justo son de larga data; sin embargo, en un principio su éxito quedó relegado a pequeñas compras realizadas a través de las llamadas «tiendas del mundo», que surgieron principalmente en Europa, como una acción directa resultado del cuestionamiento que se planteaban algunos grupos de consumidores que compartían la experiencia de haber vivido grandes carencias durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), lo que de algún modo les llevó a ser más sensibles y conscientes en cuanto a las condiciones de pobreza en los países del sur o en vías de desarrollo. Las inquietudes de estos grupos tomaron forma en pequeñas iniciativas de compras directas a través de colectivos eclesiásticos de artesanías provenientes de sus coconfidentes en países pobres.

Las campañas de compra directa bajo condiciones de precio justo resultaron exitosas por la construcción de vínculos emotivos, pero su alcance de incidencia era realmente limitado. De igual modo, es importante señalar que el manejo de algunas artesanías, textiles en particular, resultó propicio por su

fácil manejo, pero no ocurrió lo mismo en el caso de aquellas que, por su delicadeza, gran peso o volumen, presentaban restricciones para el transporte.

Si bien estas iniciativas se emprendieron en distintos países de Europa, es de notar que en los países del norte se registró un mayor activismo en este campo. Está documentado que los países de Europa «del centro» —Alemania, Suiza, Reino Unido y los países incluidos en el acuerdo Benelux— presentan un mayor avance que los países del sur europeo por cuanto a la aceptación de productos de comercio justo (Pouliquen, 2003: 8). En cierta medida, esta situación puede explicarse porque cuentan con una mayor solvencia económica, pero igualmente cabría preguntarse: ¿hasta qué punto la visión del protestantismo calvinista permitiría explicar la búsqueda de una reflexión más profunda, con base en las concepciones teológicas sobre la responsabilidad individual y el sentimiento de culpa de ciudadanos europeos que gozan de bienestar y confort, frente a una sociedad de personas excluidas en los países del sur?

La reflexión sobre la justicia y su operacionalización como concepto está presente en la disciplina económica desde sus inicios, principalmente en relación con la definición de precios y remuneraciones. De igual modo, se ha discutido sobre el funcionamiento del mercado como garante de una justa distribución de la riqueza y como base para una sociedad con menos desigualdades; una beta importante en este sentido la constituyen las reflexiones desde la economía política de Rawls (1975),⁷ autor que parte de la premisa de que los agentes deben actuar de manera libre y racional. Este planteamiento tiende a invisibilizar la existencia de la diversidad cultural de los pueblos que no se rigen por las premisas que él asume. Por esta razón, he buscado otras líneas explicativas que permitan descubrir las relaciones sociales bajo otras bases culturales, a la luz de prácticas como el don y el intercambio.

La posibilidad de explicar el comercio justo a partir del don estudiado por Mauss (2009) es limitada, pues consideramos que el vínculo o relación entre ambos conceptos queda bastante lejos. De acuerdo con Mauss, el don ocurre en sistemas sociales complejos, en los cuales la reciprocidad está basada en el reconocimiento del otro; por su parte, el comercio justo ha apostado por el uso de símbolos o logos que remiten a emociones asociadas con valores

⁷ Una revisión más profunda del concepto de justicia desde la filosofía y la economía es desarrollada por Tépo (2019).

éticos —justicia social y ambiental—, en los cuales el sentido de la caridad puede ser el eje motor. Sin duda, don y caridad son conceptos que espontáneamente tienden a verse como próximos; sin embargo, coincidimos con Eduardo Galeano, quien precisa:

A diferencia de la solidaridad, que es horizontal y se ejerce de igual a igual, la caridad se practica de arriba abajo, humilla a quien la recibe y jamás altera ni un poquito las relaciones de poder: en el mejor de los casos, alguna vez habrá justicia, pero en el alto cielo. Aquí en la tierra, la caridad no perturba la injusticia. Sólo se propone disimularla (Galeano, 1998: 179).

Si bien estas explicaciones sobre las motivaciones y expectativas de los consumidores en los países del norte se perciben con un sentido positivo de solidaridad, de generosidad y de don, no se posicionaron más allá. Las preocupaciones de las personas del norte surgían de una mayor sensibilidad por las condiciones de vida de la población campesina de los países en vías de desarrollo, principalmente, como ya se mencionó, debido a las vivencias que experimentaron durante la Segunda Guerra Mundial y el periodo de posguerra; en general, cuestionaban el sistema económico capitalista en sí mismo, tal como lo plantearon los actores sociales que participaron en el movimiento altermundista a inicios del presente siglo (Batta, 2008).

Un eje moralizador de buenas conciencias habrá de encontrar soporte político en la reivindicación de los derechos humanos, particularmente en lo relativo al pago digno por el trabajo. En este sentido, una importante bandera política fue: «¡Comercio justo, no ayuda!», promovida en el marco de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en 1964, actualmente identificada como ONU Comercio y Desarrollo.⁸

En este contexto surge otro cuestionamiento: ¿cómo ampliar las posibilidades de establecer un comercio justo que abarque una gama más variada de productos y que pueda beneficiar a productores del sur más pequeños? En la búsqueda de respuesta a esta pregunta, no es de extrañar que las discusiones de los grupos de consumidores se desarrollaran al socaire de las tazas de café que bebían en esos momentos. Si bien la imagen puede parecer un tanto «de

⁸ Para ampliar información, puede consultarse el sitio web: <https://unctad.org/es/about> (consulta: noviembre de 2024).

pose», es innegable que el café ha sido la bebida de mayor consumo a nivel mundial y que más favorece el encuentro entre personas. No es este el espacio para revisar la historia de las cafeterías, que por demás puede resultar interesante, sino simplemente ubicar el contexto. No resulta sorprendente, entonces, que el café haya sido el producto con el que inició el comercio justo, su producto inspirador. Posteriormente se conjugaron otras condiciones ligadas a la producción del café, como su importancia en cuanto a la cantidad de superficie cultivada en los países del sur, donde además significaba el principal ingreso económico de muchas familias campesinas. Y, claro está, no hay que olvidar que se trata de un grano agrícola no perecedero. Otro elemento, no frecuentemente señalado, es que el café constituye el eje de una de las cadenas globales de mercancías que generan mayor riqueza en el mundo y tiene una cotización destacada en la bolsa de valores.

CÓMO NACE EL SELLO DE COMERCIO JUSTO

El término «comercio justo» es ampliamente reconocido en la literatura académica en español y su uso se ha afianzado entre las organizaciones no gubernamentales. Asimismo, para referirse a este concepto se manejan otros términos, como «comercio solidario», «comercio ético» y «comercio equitativo».

En un nuevo nivel de análisis, ¿cuáles son las particularidades que definen esta visión del comercio justo? Nos detendremos a revisar la respuesta a esta pregunta en distintos espacios; abordaremos, por un lado, las apreciaciones de los promotores del comercio justo en los países del norte y, por otro, las condiciones y reflexiones de los cafetaleros indígenas del estado de Oaxaca que participaron inicialmente en este tipo de mercado.

Como todas las historias de la humanidad, la construcción del dispositivo de comercio justo no está exenta de ángulos de opinión distintos y, muchas veces, en tensión o contrapuestos. Quizá se podría afirmar que existe una «historia oficial», como sucede en todos los ámbitos que estructuran la sociedad, aunque también puede considerarse que es la versión que logró posicionarse como la dominante. En lo subsecuente, presentaremos cómo se desenvolvió la historia que en mayor medida permeó en el imaginario social

mexicano sobre el comercio justo y retomaremos algunas referencias que ponen en cuestión tanto el sentido de propiedad intelectual —en la acepción más estricta del término—, como los roles protagónicos que desempeñaron algunos actores menos visibles en la historia del comercio justo.

Sin afán de resaltar protagonismos, debe reconocerse la intervención de Frans van der Hoff, sacerdote católico de nacionalidad holandesa y residente en Ixtepec, Oaxaca, como ideólogo y promotor de la creación del primer sello de comercio justo. La relación que mantenía Van der Hoff con los pueblos de cafetaleros indígenas de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región Istmo (UCIRI), a través de su práctica como sacerdote, le permitió conocer de manera directa los problemas que enfrentó el sector en su conjunto cuando se dismanteló el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE) y se promovieron las nuevas políticas nacionales e internacionales de regulación mundial sobre el comercio de este producto.

Sin duda, su origen holandés le facilitó a Frans van der Hoff activar contactos en su país con grupos de feligreses; puede imaginarse que, en ese contexto, las discusiones giraron en torno a cómo crear un mecanismo de mercado que permitiera incrementar las exiguas ventas de café de los campesinos indígenas oaxaqueños, en el entendido de que la propuesta pudiera ampliarse a otros grupos campesinos. La respuesta consistió en crear lo que se conoce como el uso de un sello o etiqueta, también llamado «labelización», que permitiría ampliar el volumen de ventas del naciente comercio justo. Desde un inicio, se concibió que había que ocupar los anaqueles de los grandes supermercados para ofrecer un café que debería cumplir con las expectativas organolépticas de los consumidores, y que se pagaría por él un precio justo a los pequeños productores.

El rol de Van der Hoff es fundamental para comprender el orquestamiento del comercio justo, ya que no era únicamente un hombre religioso, sino una persona con formación académica que proporcionó elementos para pensar en los matices que era necesario resolver para hacer posible ese sello. Su arraigo eclesiástico en la región del Istmo de Oaxaca, sumado a sus vínculos con organismos europeos y grupos de consumidores holandeses, le facilitaron actuar en dos frentes: por un lado, en el contexto de los campesinos cafetaleros y, por otro, en la escena de encuentro entre estos con los importadores y comercializadores europeos.

Ciertamente, la literatura sobre la creación de la Fundación Max Havelaar ha documentado de manera amplia y detallada las negociaciones, los argumentos comerciales y la convergencia de concepciones religiosas. Sin embargo, antes de profundizar en la génesis de esta fundación es necesario detenerse un momento para presentar el contexto europeo, particularmente en Holanda, que permitió el encuentro de los ideólogos centrales de la fundación.

Por un lado, fue notable el rol de Solidaridad,⁹ organización católica holandesa fundada en 1969 que impulsó las primeras tiendas que comercializaron de forma organizada productos de países en desarrollo. Las acciones de Solidaridad partieron de una concepción religiosa. En este contexto, Nico Roozen, uno de sus cofundadores, desempeñó un papel central como contraparte de las acciones que emprendió Frans van der Hoff en Oaxaca. En el marco de la celebración de sus 50 años (2019), Solidaridad hizo un recuento de su trayectoria en el que analizó las principales inflexiones de su andar; en el documento publicado con ese motivo se mencionó a quienes marcaron las estrategias que mayor peso tuvieron en su trayectoria y se resaltó, por supuesto, la constitución de la Fundación Max Havelaar, la cual se posicionó como la primera iniciativa que fomentó el comercio justo a través de la promoción de un sello. Esta decisión no estuvo exenta de tensiones al interior de la red Solidaridad¹⁰ pero, como ellos mismos lo refieren, lograron un acuerdo:

Después de intensas discusiones con socios, en 1985 y bajo el liderazgo del recién nombrado trabajador de campaña, Nico Roozen, Solidaridad decidió cambiar su política de movilización para el cambio social y político hacia la creación de alternativas económicas. Se exploró la iniciativa de comenzar la ruta del comercio justo. La nueva ambición era comenzar a invertir en el desarrollo económico de acuerdo con el concepto de crecimiento a favor de los pobres y lo que más tarde se describiría como «desarrollo sostenible e inclusivo», evolucionando hacia una agenda de «ayuda al comercio» con responsabilidad compartida entre los actores de las cadenas de suministro. Al principio, las iniciativas se centraron principalmente en los consumidores. Más tarde, se dirigieron a otras partes,

⁹ Véase el sitio de la agencia holandesa Solidaridad en: <https://www.solidaridadnetwork.org/> (consulta: agosto de 2024).

¹⁰ La organización Solidaridad ha desempeñado un rol muy activo en términos religiosos y políticos en países en desarrollo, tanto en África, como en Asia y Latinoamérica.

como empresas comerciales, fabricantes de marcas e instituciones financieras (Roozen, 2019: 11, traducción propia).¹¹

Por supuesto, el trabajo de cabildeo con los actores de la cadena del café no fue simple y atravesó por fuertes presiones, las cuales describió Renard (1999), quien dejó en evidencia los intereses económicos que se discutieron entre los importadores, los torrefactores y las cadenas de supermercados que ofrecerían el café con el nuevo sello de comercio justo y, por supuesto, los representantes de los productores, en especial de los cafetaleros indígenas de Oaxaca, con quienes ya se mantenía una relación comercial.

A continuación, regresaremos al campo de acción en Oaxaca de Frans van der Hoff, quien desde su ejercicio como sacerdote incentivó el proceso asociativo de los cafetaleros indígenas y, como resultado de sus esfuerzos, logró las primeras exportaciones antes de la creación de la Fundación Max Havelaar. En el contexto de la época, el mercado de exportación que se pretendía lograr, y sobre todo la apuesta por abrir un nuevo mercado de café, tendría que distinguirse por la solidaridad de los consumidores hacia los pequeños productores, por lo cual debería contarse con un interlocutor capaz de agremiar y representar a los cafetaleros indígenas. Fue así como en 1983 se constituyó la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI).

Para comprender mejor las voluntades que se articularon en torno a la experiencia pionera del uso del sello de comercio justo es necesario revisar las condiciones que dieron origen a esta organización cafetalera emblemática que abrió brecha. Como mencionó Frans van der Hoff, los miembros de la UCIRI eran de las comunidades (Jiménez, Ramírez y Tulet, 2022). Resulta pertinente detenerse a aclarar, acotar y contextualizar esta información. La invitación o el planteamiento para integrarse como socio de la UCIRI se expuso en el seno de las asambleas, mediante una práctica colectiva que continúa vigente en la actualidad. En este punto conviene distinguir entre las asambleas que corresponden a la figura agraria de «bienes comunales» y, por otro lado, las asambleas de pobladores. En los dos casos, las asambleas deben aceptar la discusión sobre la incorporación de nuevos miembros de la asam-

¹¹ En este caso, y en todos los subsecuentes, las traducciones se realizaron con apoyo de la herramienta Copilot.

blea como socios de la UCIRI; sin embargo, la incorporación como socios de una comunidad determinada no equivale a que la comunidad en su conjunto sea socia de la organización (Hernández Díaz, 1995: 129). La definición de quiénes son socios de la organización es de vital importancia para comprender la toma de decisiones y la relación con las comunidades. Situaciones de este tipo, tanto en la UCIRI como en otras organizaciones de Chiapas, marcan dinámicas territoriales de cohesión entre las personas que pertenecen al grupo de productores que participan en las organizaciones y quienes decidieron no integrarse por diversos motivos.

Los grupos de campesinos que se integraron a la UCIRI formaban parte principalmente de estructuras agrarias con regímenes de tenencia comunal de la tierra. Particularmente en Oaxaca, y más aún en la región del Istmo de Tehuantepec, se trataba de pobladores pertenecientes a grupos étnicos zapotecas, mixes, mixtecos, chatinos y chontales, cuya cultura organizativa se ha mantenido a través de signos visibles como el habla o el vestido y, sobre todo, de los sistemas de organización social. La práctica de tequio —mencionada también por Frans van der Hoff (Jiménez, Ramírez y Tulet, 2022)— hizo posible la construcción de la primera bodega, un inmueble fundamental para el acopio de la cosecha de café. La cooperación, las decisiones colectivas y la cohesión social facilitaron llevar a cabo no solo la construcción de esta infraestructura, sino también el acopio del café y su exportación, aun sin contar con recursos financieros para ello. No podría afirmarse que sin el sistema organizativo de las comunidades oaxaqueñas no se hubiera logrado la consolidación del dispositivo de comercio justo de café, pero sí es incuestionable que esta organización comunitaria fue clave para lograr la cohesión social necesaria para emprender un proyecto de alto riesgo, como lo era la exportación de café. Debe tomarse en cuenta que en México se acababa de llevar a cabo el desmantelamiento del INMECAFE en 1993 y, con ello, la política gubernamental dejó a la deriva el proyecto de impulso a la producción de café, conocido como «el oro verde», destinado a la generación de divisas. No había experiencia en los procesos de acopio y evaluación de calidad, y mucho menos se conocía el intrincado proceso de exportación, acciones que recayeron en la organización comunitaria.

Ciertamente, la incertidumbre y los desafíos que planteaba la exportación de café constituían la única posibilidad para superar las condiciones de

vejación y explotación que imponían los acaparadores y caciques regionales. La historia microrregional de la UCIRI da cuenta de 37 muertos en esta lucha que sostuvieron los comuneros para romper el *statu quo* impuesto por la oligarquía local (Jiménez, Ramírez y Tulet, 2022).

Otro elemento relevante es la propiedad de la tierra de tipo comunal, la cual cobra sentido en los territorios ocupados por grupos étnicos, donde todas las personas, sean hombres, mujeres, niños o ancianos, son «dueñas», poseedoras de la tierra, un recurso no negociable. En términos concretos, en estos territorios, si bien existe lo que se denomina «venta de parcelas», esta solo puede darse entre los miembros de la comunidad, nunca con personas ajenas a ella, a excepción de lo que implican las normas relacionadas con el matrimonio.

No se apuesta en este trabajo por elaborar una lista de los elementos que definieron el proceso formativo del comercio justo, pero sí por valorar aquellos que jugaron un rol decisivo. En este sentido, es importante mencionar el sentido de comunidad y la identidad relacionados con la fe religiosa, en particular con la tradición católica. Aunque el análisis de la ideología rebasa los límites de este texto, resulta evidente que el sentido de identidad religiosa tiene un peso significativo en las comunidades. Por otra parte, es probable que la visión católica del vínculo entre Dios y los creyentes se concrete en la responsabilidad de cuidar la tierra como un elemento otorgado por Dios y, a la vez, como base de la vida misma. En este sentido, resulta reveladora la siguiente consideración:

Son seres humanos que defienden su dignidad y mantienen la esperanza y la fe en sí mismos, porque creen en el Dios de Jesucristo, quien les da fuerza, la luz, el calor, el agua, el fruto y todo lo que necesitan de la tierra. La solidaridad y el cuidado mutuo que están sembrando en las montañas es la misma solidaridad y cuidado que el Padre Dios tiene por ellos (Van der Hoff, 2002: 4, traducción propia).

Indiscutiblemente, la UCIRI desempeñó un rol fundamental para hacer posible el comercio justo, y fueron características como la identidad indígena de sus miembros y su sistema organizativo interno las que permitieron que la organización se posicionara en este segmento de mercado con rapidez, con

un ritmo de crecimiento en el volumen de ventas comparable al de pocos sectores del ámbito agroalimentario. Por ello, resulta incomprensible, en términos de razonamiento «lógico», por qué en 2019 el propio sacerdote Frans van der Hoff mencionó que la UCIRI cambiaba de estructura jurídica; dejaba de ser Unión de Comunidades para instituirse como Unión de Cooperativas, esto debido a que los acuerdos comunitarios constituían un obstáculo para el crecimiento de la organización. Argumentó, por un lado, los problemas de falta de relevo generacional y, por otro, las nuevas exigencias de la UCIRI. Por estos motivos, la nueva apuesta consistía en tener socios «individuales» (Jiménez et al. 2022), y no los grupos comunitarios. ¿Qué pasó con el rol central que jugaron las comunidades cuando se fundó la UCIRI? Ciertamente, la crisis social migratoria —en particular de los jóvenes— es un dato para tomar en cuenta; igualmente lo es la incidencia y los daños que causó la roya en toda Latinoamérica. Sin embargo, esta apuesta por la individualización para aumentar el número de socios y, a partir de ello, volver a ser una organización fuerte, aunque no es un hecho aislado en el país, resulta incomprensible si se considera que proviene de quien supo identificar la fortaleza de la organización comunitaria de los pueblos oaxaqueños. Justamente, los procesos de individualización en la organización social, orientados a incrementar la participación en el mercado, se inscriben en una perspectiva neoliberal que sitúa el mercado como principal regulador de la vida, tema que discutimos en el primer capítulo de este libro bajo los argumentos expuestos desde una dimensión histórica por Polanyi (2003) en su obra *La gran transformación*.

Llevar a cabo una revisión histórica de la emergencia y el desenvolvimiento de los mercados alternativos obliga a adoptar una visión crítica de los acontecimientos en su dimensión societal; es decir, no es posible analizarlos desde lo coyuntural, como resultado de decisiones puntuales y, mucho menos, ingenuamente. Ello nos obliga a observar los hechos y a los actores más allá de su ideología y de los discursos de solidaridad hacia los cafetaleros indígenas, en los que se reconoce su condición de pobreza económica. Como afirmaron sus ideólogos creadores, Frans van der Hoff y Nico Roozen, «Este tipo diferente de mercado es la práctica de hacer que el mercado convencional sea distinto» (Van der Hoff y Roozen, 2002, citado en Van der Hoff, 2009).

La trayectoria de la UCIRI es larga y, por supuesto, ha estado marcada por éxitos y desencantos en la construcción de sus alianzas y proyectos. En este

sentido, la literatura que aborda las distintas etapas de la UCIRI y los proyectos en los que ha incursionado es amplia (Hernández, 1995; Murray, Raynolds y Taylor, 2003; Chávez-Becker y Natal, 2012).¹²

MAX HAVELAAR, UN SELLO DE MERCADO

La elección del nombre de Max Havelaar obedece al título homónimo de una novela publicada en 1860 por Eduard Douwes Dekker —bajo el pseudónimo de Multatuli—, un escritor holandés que describió las condiciones de vida en las plantaciones de café de las Islas Orientales. La novela pasó a ser una especie de «emblema» de la explotación humana en torno al aromático. Si bien la obra alcanzó relevancia a raíz de la constitución del sello de comercio justo, no fue sino hasta 2017 cuando apareció traducida al español (Multatuli, 2017).

La creación del sello de Max Havelaar se concretó en 1988 y, de manera paralela a las negociaciones comerciales que hicieron posible su funcionamiento, también fue necesario definir su imagen y su posicionamiento principalmente en el imaginario de los consumidores, así como en el de los diversos actores involucrados en el dispositivo de comercialización, incluidos los cafetaleros que fueron integrándose al sistema de comercio justo. La imagen elegida fue el torso de un campesino, con bigote y sombrero de paja, cargando un bulto de café con mecaval, circundado por el nombre Max Havelaar en caracteres de color terracota sobre un fondo azul (véase figura 1). Este es el sello que se estampaba en los empaques individuales de café para que los consumidores identificaran el producto de comercio justo; asimismo, es el sello que aparecía en los carteles de las cooperativas pioneras del comercio justo, y en el que de algún modo se vieron reflejadas.

La estrategia del uso del sello ha tenido otras implicaciones además de las que permiten generar identificación o empatía. Sirve para marcar el producto y para permitir un complejo sistema de trazabilidad que dará certi-

¹² Para dar una idea de las publicaciones que abordan la historia, los desafíos y las realidades de la UCIRI baste mencionar que, tomando como palabra clave «UCIRI» en una búsqueda realizada en Google Académico (agosto de 2025) resultan 1 440 entradas; la plataforma Redalyc bajo los mismos criterios y fecha reporta 54 artículos. A este tipo de literatura habría que agregar las tesis universitarias en las que se estudió la UCIRI y, por supuesto, las publicaciones en otros idiomas.

dumbre y posibilitará identificar el origen —incluso a nivel de parcela y de productor— en la conformación de los paquetes de 250 gramos que integran un lote en el anaquel de un supermercado. La trazabilidad no solo permite asegurar al consumidor que tiene en sus manos un producto de comercio justo, sino también contabilizar el negocio de los agentes comerciales que intervienen en el dispositivo de comercialización.

Figura 1. Sello de Max Havelaar



Finalmente, este sello, como elemento que genera identidad entre quienes participan en los procesos de comercio justo, se inscribe en la dinámica de cualquier otro logo. Es decir, en el contexto de un mundo global, de anomia, de distancia geográfica y, por ende, de impersonalidad, la opción de identificarse con un logo resulta una estrategia asociativa que proporciona la sensación de pertenecer, de formar parte de un grupo que nos permite trascender el anonimato. La adhesión a un logo a través del consumo es una estrategia que puede ir más allá de la calidad del producto, pues para quien lo consume puede ser más importante portar el logo, poseerlo a través de la compra.¹³ Es en este punto donde, igualmente, el sello de comercio justo se inscribe en la misma dinámica que otros logotipos del mercado convencional; es decir, se utiliza la imagen del logo como recurso de marketing —la figura de un campesino pobre cafetalero—, con el propósito de sensibilizar

¹³ Los trabajos de Naomi Klein (2005) son por demás ilustrativos de la envergadura comercial que implica la movilización de un logo. Marcas del medio deportivo, como Adidas, o incluso orientadas a la infancia como Walt Disney, se convierten en negocios de cifras millonarias al movilizar emociones positivas entre los consumidores.

la conciencia de los consumidores. Esto refleja una contradicción: a la par de los postulados de solidaridad y de la declaratoria «¡Comercio, no ayuda!», el comercio justo se inscribe en las mismas dinámicas de marketing a través del logo, pues se utiliza la estrategia mercadotécnica de las emociones, de la pertenencia y de la ostentación de una imagen, que permite al consumidor ser diferente y, sobre todo, ser mejor o estar por encima de otras personas. El consumidor de productos de comercio justo habrá de sentirse satisfecho con su acto de compra y con el consumo de un café que porta el logotipo del campesino. Esta imagen sirvió de sello del comercio justo hasta 1997, año en que este fue modificado.

Por otro lado, ese mismo logo no pasaba inadvertido para los campesinos cafetaleros indígenas de Oaxaca, Chiapas y otros lugares, pues refuerza la imagen del trabajo arduo que implica la cosecha del café, transportada con mecal, y afianza la identidad de quien soporta duramente la carga de la cosecha. ¿Es posible que esta imagen haya reforzado una representación de personas en situación de pobreza y desventaja? Independientemente de la consideración que pueda tener el lector o lectora, es un hecho que, con frecuencia, los miembros de organizaciones cafetaleras declaran autorreconocerse como pobres y necesitados, en este caso, necesitados de un comercio que se considera justo.

Hasta aquí hemos descrito el rol central de la UCIRI en el lanzamiento del comercio justo y en su incursión en el café orgánico. A continuación, interesa mostrar el tejido que se fue generando a través de las acciones de esta organización, no solo por el posicionamiento que logró en el mercado internacional, sino también por los vínculos que estableció con organizaciones campesinas con las que compartió su conocimiento sobre el proceso orgánico del café, así como por su aprendizaje sobre el sistema organizativo comunitario que le permitía participar en el mercado internacional. Una de las acciones que proporcionó mayor fortaleza a la UCIRI fue su apuesta por crear un modelo educativo que permitiera formar jóvenes capaces de dar asesoría técnica y organizativa a sus productores. Los socios tenían muy claro que el modelo educativo formal no estaba orientado a resolver los problemas reales que ellos enfrentaban. Por un lado, la enseñanza en las escuelas y universidades especializadas de agronomía mantenía estrechos compromisos y lealtades con el modelo productivista de tipo «Revolución Verde», mientras que la en-

señanza de la agroecología y de los manejos orgánicos ocupaba una posición bastante marginal, no por la relevancia de sus aportes, sino por el peso en la toma de decisiones de las estructuras universitarias. Como dato ilustrativo, la Universidad Autónoma Chapingo abrió su especialidad en Agroecología solo hasta 1995. Por su parte, las políticas públicas destinadas al sector rural estaban fundamentalmente interesadas en los modelos ligados a los paquetes tecnológicos de altos insumos.

La educación técnica orientada a la cafecultura tenía igualmente pocas opciones en la educación no escolarizada. En este sentido, es necesario mencionar, entre las más tempranas ofertas, los diplomados ofrecidos por el Centro Regional Huatusco de la Universidad Autónoma Chapingo y por El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR).

Fue así como la UCIRI concentró gran parte de sus recursos provenientes de la prima social por el pago de café del comercio justo en la creación del Centro de Educación Campesina (CEC) en 1986, ubicado en San José El Paraíso, municipio de Santo Domingo Tehuantepec (Juárez y López, 2021: 68), con el objetivo de ofrecer capacitación, en primer lugar, a jóvenes originarios de las comunidades socias de la UCIRI. Conforme esta meta se concretaba, el centro recibió también a estudiantes de otros estados cafetaleros y de organizaciones hermanas —término que se utiliza coloquialmente y remite a relaciones de proximidad, de apoyo y ayuda mutua—; sin duda, esta apertura estaba relacionada con una identidad común en torno a creencias católicas.

El CEC se concibió como un sistema de educación popular dirigido a formar a jóvenes, hombres y mujeres, que pudieran incorporarse a las tareas de la cooperativa, pero también a otras que se requerían en las comunidades indígenas. El objetivo era proporcionar una educación que respetara los conocimientos y contextos locales mediante un proceso educativo horizontal. El modelo se estructuró en dos años: el primero está destinado a recibir formación en las instalaciones del CEC, donde los participantes reciben hospedaje y alimentación, y el segundo año se define como una etapa de servicio social, para lo cual los jóvenes regresan a sus lugares de origen a fin de poner en práctica lo aprendido a través de un proyecto acordado con las comunidades.

Los jóvenes formados en el CEC han tenido la oportunidad de incorporarse como empleados a la UCIRI, lo cual representa una opción viable para formar el relevo generacional y crear empoderamiento local, ya que en la

actualidad el personal es de las propias comunidades, incluso el que realiza actividades muy especializadas, desde cuestiones de asesoría técnica para el manejo orgánico, hasta otras relacionadas con la recepción del café en grano para evaluar su calidad, con el control contable para el pago a socios o con los procesos de exportación. Anteriormente estas tareas las realizaba básicamente personal ajeno a las comunidades o a la región. En este sentido, la UCIRI considera de gran valor contar con técnicos de campo formados en el manejo orgánico y con la posibilidad de que el personal especializado se comunique con los socios en sus propias lenguas,¹⁴ hecho que facilita la formación de los productores.

Si bien hemos puesto especial atención en destacar las acciones de la UCIRI vinculadas con su programa educativo a través del CEC, en la organización se llevaron a cabo otras actividades de la misma envergadura que contribuyeron a fortalecerla a nivel regional, como la operación de vehículos que ofrecían servicio de transporte a la población de las comunidades cafetaleras más alejadas de los centros con mayor infraestructura y jerarquía poblacional. Esto benefició no solo a los socios, sino a la población en su conjunto.

Las acciones emprendidas por la UCIRI con los recursos de la prima social otorgada por el comercio justo generaron un amplio espectro de beneficios en áreas como educación, transporte y capacitación técnica en manejo orgánico. Estas ventajas sin duda fueron incentivos para que los socios continuaran en la organización, pero no puede dejar de señalarse que los beneficios más directos e inmediatos derivaron del acceso a un mercado estable en términos de compromisos de compra, del pago de un sobreprecio derivado tanto del comercio justo como de la calidad orgánica del producto, y del abono de la prima social, que incidió en los beneficios mencionados compartidos con las comunidades.

¿DON, SOLIDARIDAD, COOPERACIÓN O CARIDAD?

Después de haber revisado el surgimiento del comercio justo a través de la UCIRI, cabe preguntarse cuáles fueron y siguen siendo las motivaciones de

¹⁴ Una revisión amplia de las acciones del CEC la presenta Jurado Celis (2005) en su tesis de licenciatura, que realizó en la UCIRI.

las organizaciones sociales y de los agentes comerciales para participar en este sistema. Esta pregunta no solo atañe a los consumidores denominados reflexivos (Nigh y González, 2015), sino también a las personas que forman parte de las cooperativas cafetaleras que participan en el dispositivo de comercio justo.

Una primera pista que seduce como respuesta es la búsqueda de un modelo explicativo basado en el don en el sentido maussiano, es decir, en un sistema de flujo donde las cosas o los bienes no se movilizan por su valor económico (Mauss, 2009). Se considera que para que un don sea considerado como tal debe ser voluntario y personal. Por otra parte, el don no es abstracto, sino que se manifiesta en un contexto dado, es decir, en una estructura sociocultural donde donante y donatario tienen una relación directa y donde cobra sentido la consideración de «ce qui oblige à donner est précisément que donner oblige»¹⁵ (Godelier, 2004: 20). Quien recibe el don, el donatario, no se encuentra en una situación de necesidad, pero desde ese momento estará asimismo obligado a donar, condición que permite crear una línea de continuidad bajo la estructura social en que se gesta el don.

Si esta es la condición previa para que el don exista, entonces no puede hablarse de que esté presente entre los agentes comerciales que intervienen en el dispositivo de coordinación del comercio justo, ya que las relaciones son puntuales y no hay vinculación personal directa. Además, el pago de un precio justo —definido por un sobreprecio—, acompañado de una prima condicionada para proyectos de desarrollo social, no provoca la obligatoriedad de que las organizaciones campesinas que participan en el comercio justo continúen con una cadena de dones, sino que constituyen actos puntuales que se inscriben en la lógica de la economía política occidental.

Ya se trate de los consumidores que compran café en los supermercados, los importadores, los procesadores o los distribuidores comerciales, la situación es la misma. Sus actos son puntuales y una vez realizada la operación comercial no existe ningún vínculo directo que los articule. Los agentes comerciales se movilizan en espacios sin interacción entre ellos, y aún más distantes quedan las cooperativas de campesinos cafetaleros indígenas que participan en el sistema.

¹⁵ «Lo que nos obliga a dar es, precisamente, el hecho de que dar crea una obligación» (traducción propia).

Por otro lado, el don en el sentido maussiano no puede idealizarse y ser visto como un elemento opuesto al *homo economicus*. Si bien donar, recibir o devolver —contra-don— no son actos que se realizan a partir de la necesidad y son de carácter individual y voluntario, en sí implican también fuerzas que se moverán en la misma dinámica. Dado que se otorga un don mayor, se expresa la capacidad de dar y, por ende, se ocupa una posición de poder sobre quien recibe. Así, la continuidad de donar, recibir y devolver lleva implícito un proceso de dominación. Esta visión de Mauss sobre el don ha dado lugar a críticas por la forma en que se ha interpretado. Así, por ejemplo, Godelier retoma las aportaciones de Lévi-Strauss, quien señala la descontextualización que hace Mauss de lo referido por su informante respecto a la creencia de que: «los objetos dados tienen un alma que los impulsa a regresar hacia la persona que los poseyó y los dio primero» (Mauss, citado por Godelier, 2004: 25, traducción propia).

Esta búsqueda de una explicación a partir del don en el sistema de comercio justo ha sido explorada por algunos autores. Por ejemplo, Espinosa (2017) recurre a la propuesta de Boltanski sobre el amor-*ágape*:

Para Boltanski, el amor-*ágape* es un don que ignora el contra-don y se sitúa por fuera de la reciprocidad; es una situación extrema, cercana a la utopía, que introduce otras condiciones que aquellas que Callon y Latour habían asociado al don. La descripción de este régimen es susceptible de servirnos de punto de referencia para comprender más finamente un gran número de lógicas de acción de los promotores del comercio justo: aquellas en las cuales aceptan, por ejemplo, abandonar sus cálculos y expectativas de reciprocidad para comprometerse con los (pequeños) productores en una relación de don desinteresada (Espinosa, 2017: 79).

Si bien el planteamiento anterior resulta interesante, consideramos que queda en el plano del pensamiento utópico, esto debido a que el amor-*ágape* no explica las transacciones comerciales ni las valoraciones que hace un consumidor anónimo al momento de decidir, con base en sus posibilidades económicas, si compra un café solidario o uno convencional, cuando el primero puede tener un sobreprecio de al menos un 30 %.

El comercio justo parte del planteamiento de que los consumidores participan en un mercado pagando un precio justo, y no otorgando «una ayuda». El acto comercial es solo un intercambio y, por tanto, se encuentra lejos de cualquier emulación de don. Sin embargo, los consumidores que se adhieren a este tipo de comercio lo hacen buscando encontrar valores éticos de solidaridad en un producto alimentario, en este caso, el café. Entonces, lo que motiva al consumidor para adquirir café con el sello de comercio justo es su interés por comprar, o por intercambiar su dinero por unos «kilos de solidaridad», expresión que puede parecer reduccionista, pero que ejemplifica el tipo de intercambio. En este sentido, ¿qué distancia habría entre esta clase de solidaridad y el precepto religioso de caridad tan expandido en las sociedades judeocristianas? Quizás en este punto se encuentra el hilo que puede explicar con más claridad la voluntad de los consumidores, aunque resulta difícil de discutir debido al influjo de las emociones y a los prejuicios subyacentes.

Dominique Temple permite entender que uno de los errores de Mauss al estudiar el don consistió en que lo analizó a partir de los planteamientos de un mundo basado en la rentabilidad y la ganancia, «cuando lo adecuado hubiera sido conceptualizarlo dentro de las categorías de la economía de redistribución» (Temple, 1986).

En otro espacio de acción se plantea la siguiente pregunta: ¿qué es lo que ha llevado a las organizaciones campesinas cafetaleras a compartir con otras organizaciones que no son capaces de abastecer en el comercio justo sus conocimientos o su segmento del mercado? En este caso, nuevamente, no es posible afirmar que el acto se trata de un don, ya que carece de sus elementos fundamentales: acción voluntaria, personal y sin valor económico. Si no es un don, ¿es entonces un intercambio? La respuesta sería igualmente negativa porque quien recibe la capacitación no está comprometido a devolver nada. Ahora bien, ubiquemos que las relaciones de este tipo se producen entre cooperativas «hermanas», llamadas así por los lazos que han creado a través de la religión católica profesada por sus miembros y por las relaciones establecidas entre grupos religiosos de la corriente de la teología de la tierra y de la liberación.

Finalmente, más allá del campo de acción en que se desenvuelven los sujetos que participan en el dispositivo de comercio justo, nos inclinamos a considerar que no existe una acción de don, y se coincide con Godelier cuan-

do considera que: «La donación se ha convertido en un acto que vincula a sujetos abstractos: un donante que ama a la humanidad y un beneficiario que encarna, durante unos meses, el tiempo que dura una campaña de donaciones, la miseria del mundo» (Godelier, 2004: 12, traducción propia).

La discusión sobre el don nos obliga a cuestionarnos sobre el concepto de valor, tema que se ha abordado desde distintas perspectivas disciplinarias, probablemente con contribuciones inacabadas. En aras de construir una teoría del valor desde la antropología, Graeber se pregunta qué somos: «Si no somos individuos calculadores tratando de acumular la mayor cantidad de poder, placer y riqueza material posibles» (Graeber, 2018: 35).

El valor se plantea como eje central en la explicación de las decisiones de un grupo social, y lleva a Graeber a proponer que: «El valor [...] puede verse como el modo en que las acciones adquieren significado para el actor al incorporarlas en alguna totalidad social más amplia, aun cuando en muchos casos la totalidad en cuestión exista, en primer lugar, en la imaginación del actor» (Graeber, 2018: 35).

Es esta visión, la del actor que lleva a cabo acciones para dar sentido a su realidad, lo que nos orienta a plantear las aristas que definen el comercio justo y la agricultura orgánica, en tanto que estos sistemas se consideran valores en el sentido sociológico, para movilizarlos como mercancías en el mercado. En la medida en que se pongan en evidencia las distintas aristas de las acciones de los actores en torno al valor, podremos imaginar y construir nuevas realidades en los dispositivos de comercialización que se analizan en este libro; por ejemplo, podremos imaginar otra estructura social que no esté regida por «[...] un conjunto de individuos interesados solo en adquirir la mayor cantidad posible de lo que quieren y hacen el cálculo racional de que solo pueden lograrlo acordando respetar la propiedad del otro u honrando acuerdos comerciales» (Graeber, 2018: 343).

CRECIMIENTO DE LA DEMANDA DE CAFÉ EN EL SISTEMA DE COMERCIO JUSTO

El anhelado crecimiento de la demanda de café en el sistema de comercio justo no tardó en materializarse. En un principio, la capacidad productiva de la UCIRI no fue suficiente para satisfacer la demanda del incipiente nicho de

mercado, y fue necesario hacer un llamado a las organizaciones hermanas para cumplir con los contratos de exportación que se suscribieron.

Antes de adentrarnos en el análisis de la incorporación de las organizaciones cafetaleras al sistema de comercio justo nos detendremos a explicar las condiciones que prevalecían en Oaxaca y el contexto global del sector.

El café es uno de los productos agrícolas que cuenta con una larga historia de cotización en las principales bolsas de valores del mundo. Se cotiza en la bolsa de Nueva York desde inicios del siglo XIX, lo que permitió resolver las dificultades asociadas al manejo de grandes volúmenes del producto, aunque también introdujo la desventaja de favorecer la especulación, ya que los precios se fijaron en función de compromisos establecidos «a futuro», una condición que prevalece hasta nuestros días y provoca las mismas condiciones de riesgo financiero.

El siglo XIX fue el periodo en el que se extendió el cultivo de café en el mundo, lo cual obedeció a un proceso continuo de ocupación de los considerados «espacios vacíos» en los países tropicales, muchos de ellos colonias o antiguas colonias de países europeos. Estos espacios resultaban atractivos para la inversión debido a la disponibilidad de mano de obra barata y de terrenos propicios por sus condiciones agroclimáticas favorables para el establecimiento de plantaciones de café.

La expansión de la cafecultura en Chiapas puede explicarse a partir de dos grandes tendencias; tuvo lugar, por un lado, en el contexto del periodo porfirista (1876-1911), cuando se otorgaron facilidades a inversionistas norteamericanos para que ocuparan las tierras despobladas del sur de México y, por otro lado, a partir de la llegada de finqueros alemanes que estaban asentados en Guatemala y posteriormente se fueron trasladando hacia el Soconusco. En ambos casos, se implementaron sistemas de manejo bajo el modelo de finca; es decir, los patrones o sus representantes se instalaban en una casa con todas las comodidades, en torno a la cual se establecían las áreas de procesamiento para el beneficio húmedo y seco del café. El sistema de plantación de las fincas se extendió a otras regiones de Chiapas, lo que contribuyó a mantener las relaciones sociales de explotación de la población indígena (Toledo, 2002). El Soconusco, así, comenzó a caracterizarse por los paisajes cafetaleros de la finca y por la voluntad de expresar la diferencia y el

origen extranjero de los finqueros, quienes incluso optaron por importar las «casas grandes» prefabricadas desde Estados Unidos para dar cuenta de su distinción en el espacio de residencia¹⁶ (Mejía, 2019 y 2022).

Durante los siglos xix y xx, las fincas cafetaleras chiapanecas se mantuvieron boyantes en términos económicos debido a su inserción en el mercado de exportación, aprovechando la mano de obra indígena de la región Altos del estado, así como de Guatemala. El proceso migratorio estacional de población indígena para el corte de café se caracterizó por condiciones de explotación, en particular porque parte de esta población era trasladada contra su voluntad mediante el mecanismo de «enganchamiento», con el pago de salarios paupérrimos. Esta situación perdió fuerza cuando el Estado mexicano puso en marcha una política indigenista a partir de la segunda mitad del siglo xx, la cual se concretó con la creación en 1948 del Instituto Nacional Indigenista (INI). Esta institución atravesó distintas fases, pero fue en 1955 cuando se concretó con la propuesta de Gonzalo Aguirre Beltrán, quien planteó la «teoría del centro coordinador», mediante la cual la gestión institucional del territorio indígena se basó en una ciudad rectora y su entorno, con el fin de proporcionar atención a la población en distintos campos (Zolla y Zolla, 2004).

Durante la consolidación institucional del país que se llevó a cabo en ese periodo, en 1958 se creó el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), instancia que, en el caso específico de Chiapas, llevó a cabo sus acciones a través del INI, apoyándose en el trabajo fino de articulación que este instituto llevaba a cabo en el territorio indígena. El INMECAFE orquestó la política nacional de este producto en materia de producción y comercialización para la exportación a través de programas específicos, y la generación de divisas derivada de este proceso habría de incidir en el fortalecimiento de la construcción de una nueva apuesta para el país, más ligada a la tecnificación. En función de esta apuesta, el INMECAFE asumió como meta la ampliación de la superficie cultivada con café, con una orientación principal hacia los territorios indígenas que contaban con condiciones biogeográficas propicias para este cultivo.

¹⁶ Actualmente, el Soconusco ha movilizad el paisaje cafetalero y de las «casas grandes» como patrimonio paisajístico asociado al turismo, orientado a públicos que valoran la naturaleza, la distinción, la elegancia y el buen gusto (González, Jimenez y Tulet, 2022a).

El INI desarrolló la cafeticultura en Chiapas en zonas indígenas bajo un modelo que reprodujo a pequeña escala el manejo agronómico que se utilizaba en las fincas: uso de fertilizantes, sistema de podas en cafetales, variedades adaptadas a los pisos altitudinales y uso de sombra monoespecífica con especies del género *Inga*. Adicionalmente a la calidad derivada de los criterios altitudinales, el INMECAFE promovió que el café cultivado a partir de los 600 m s. n. m. se sometiera al proceso de beneficiado húmedo a fin de potenciar los sabores que pueden alcanzarse con las variedades propias de estos pisos altitudinales. Por debajo de esta cota, los espacios se orientaron a procesar el grano secado al sol sin proceso de fermentación y al despulpado.

Trabajar en un cultivo orientado a la exportación, que debía generar divisas, exigió la construcción de un proceso organizativo en las comunidades indígenas que comenzaron a cultivar café. Fue así como el INI creó las llamadas Unidades Económicas de Producción Campesina (UEPC), concebidas como células de grupos de cafetaleros en función de su pertenencia a determinados asentamientos poblacionales. Estas UEPC se convirtieron en las unidades organizativas que gestionaron tanto la capacitación, como la programación de actividades, desde la siembra hasta el acopio del aromático. Los ingenieros agrónomos debían acudir a las parcelas para enseñar las prácticas de manejo y para verificar que estas se llevaban a cabo tal como se indicaba; sin embargo, en un buen número de situaciones las parcelas eran tan distantes entre sí, esparcidas en el territorio y de difícil acceso debido a lo abrupto del terreno, que con frecuencia las visitas de los ingenieros no llegaban a concretarse. En un momento dado, esta situación se consideró como una desventaja debido al abandono y la desatención por parte de los especialistas; sin embargo, a largo plazo, tal abandono técnico y la práctica de una cafeticultura específica indígena —por decirlo de algún modo—, favorecieron las condiciones de base que posteriormente habrían de valorarse en la agricultura orgánica.

La revisión de la política pública del INMECAFE a través del INI implicó la adopción de otras acciones en las parcelas, además del manejo de sombra diversificada —frente a la sombra monoespecífica en el caso de la variedad *Inga* promovida por el modelo intensivo— y del uso de los fertilizantes distribuidos con este fin. Por ejemplo, un eje que marcó la dinámica socioterritorial cafetalera fue la infraestructura que enlazó cada una de las fases del procesamiento: el despulpado, el beneficio húmedo —incluyendo las consi-

deraciones sobre los daños ambientales por las descargas residuales— y los sistemas de secado en espacios alrededor de las viviendas de los productores, quienes también se enfocaron en cuidar la inocuidad del grano.

En relación con el beneficio húmedo, vale remarcar que en Chiapas el INI impulsó el beneficio húmedo artesanal, llamado así porque lo llevan a cabo directamente los campesinos en sus parcelas o en áreas cercanas a sus viviendas. En otras entidades, como en Veracruz, se utilizó como estrategia el establecimiento de beneficios húmedos de tipo industrial. Esta diferencia trajo consecuencias favorecedoras para la cafecultura campesina en Chiapas, ya que dejó en manos de los productores la capacidad de participar en otra actividad específica, el beneficio húmedo, lo que incidía en el incremento del valor del grano. Igualmente, el beneficio húmedo se asocia con un menor daño ambiental derivado de las aguas residuales en comparación con el proceso industrial; en este sentido, las organizaciones con certificaciones orgánicas y de comercio justo han establecido sistemas de lixiviación y filtrado para reducir aún más el efecto nocivo de las mieles residuales. Asimismo, es necesario aclarar que la realización de este proceso —despulpado y beneficio húmedo— incide en la liberación de aromas y sabores en taza, los cuales no se alcanzan en los cafés que no lo llevan a cabo.

Después del beneficio húmedo, el campesino cafetalero debe realizar el secado del grano. El INI otorgó financiamientos para la construcción de patios de secado adyacentes a las viviendas. El secado al sol implica remover el grano constantemente, tarea que compromete a toda la familia.

Una vez que el café pergamino se encuentra en las casas de los productores es necesario que inicie su recorrido. Para ello, el INI construyó en Chiapas una red de centros de acopio establecidos conforme a la jerarquía de los asentamientos poblacionales y el acceso a vías de comunicación. Una vez acopiado el café pergamino, la última fase para obtener el café de calidad exportación constituyó otro campo de acción del INI, la cual consistió en el establecimiento de una compleja infraestructura: los beneficios secos.

Los beneficios secos de café son áreas que permiten el acopio en costales que se estiban en tarimas de madera. Para los cafés de exportación, es un espacio donde la calidad no debe descuidarse, por lo cual se atienden criterios relacionados con la humedad, el polvo y el ataque de roedores que puedan afectar la inocuidad. Generalmente los beneficios consisten en una sola nave

que puede contar con dimensiones variables, y el piso normalmente se ubica en alto con el fin de que el producto se encuentre a un nivel que facilite la descarga de los camiones. Contienen también un conjunto de tolvas que, a través de rodillos y zarandeo, eliminan el último tegumento del grano hasta convertirlo en café verde, estadio en que generalmente se exporta.

Si bien la acción del INI fue fundamental para consolidar la cafeticultura indígena, debe entenderse que el papel de otros actores también tuvo importancia, lo que se hizo más manifiesto durante los procesos de acopio de cosecha. Por un lado, se encontraba la red de centros de acopio que creó el instituto, articulada a los beneficios secos de café; por otro lado, paralelamente, las fincas siguieron existiendo como sistemas de plantación y como agentes de comercialización de grano. Así, los cafetaleros indígenas de Chiapas coexistieron con las tensiones presentes tanto en el sistema de acopio y beneficio del INI, como en el de los finqueros. Por un lado, el INI ofrecía mejores precios, pero solo cubría un primer pago al momento de la entrega; para recibir el pago del «remanente» o diferencial del precio alcanzado por la venta había que esperar un largo periodo. Por otro lado, los acopiadores o coyotes regionales ligados a los finqueros ofrecían un mayor pago desde un inicio. En ambos casos, los indígenas cafetaleros se encontraban sujetos a las decisiones arbitrarias de quienes determinaban la calidad y el peso de su café —tomadas por los coyotes o los acopiadores del INI—, lo que les dejaba al margen de toda posibilidad de aprendizaje sobre los aspectos técnicos que definían la calidad del café en esa etapa del proceso.

La literatura sobre la acción pública del INMECAFE en Chiapas a través del INI es extremadamente basta. Tómese en cuenta que este cultivo fue considerado el «oro verde», principalmente porque representó hasta inicios de este siglo el principal ingreso monetario de un gran número de familias campesinas indígenas en el estado.

En la cafeticultura se utilizan distintos nombres para el grano según diversos criterios. A modo de ejemplo, el café es un cultivo con una marcada diferenciación en función de su calidad. Para facilitar la comprensión de los criterios que lo regulan en las etapas de cultivo y procesamiento postcosecha, en el cuadro 1 se muestran algunas precisiones respecto de los tipos de café según su acceso al mercado (véase cuadro 1).

Cuadro 1. Tipos de café en el mercado

Criterio	Variedades y descripción
Según el manejo agrícola	– Café orgánico certificado: debe cumplir las reglas mínimas de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) y las que especifique la agencia que emita el certificado. – Café convencional: no se aplica ningún manejo específico y no se descarta el uso de agroquímicos.
Según la altura sobre el nivel del mar a la que se cultiva	– Prima lavado: se cultiva a altitudes entre 600 y 900 m s. n. m. – Extra prima lavado: se cultiva a altitudes entre 700 y 900 m s. n. m. – Altura: se cultiva a altitudes entre 900 y 1 200 m s. n. m. – Estrictamente altura: se cultiva a altitudes mayores a 1 200 m s. n. m.
Según el procesamiento del grano	– Natural: conocido también como capulín, bola y cerezo. Tras la cosecha, el grano se somete a un proceso de selección y se traslada al espacio de secado sin haber eliminado ninguna cubierta; el secado puede llevarse a cabo en patios, camas o con equipos que usan calor con fuentes de energía. – Lavado o beneficiado en húmedo: se trata del grano que después de la cosecha se despulpa —se elimina la cubierta de la cereza—, y luego se coloca en recipientes donde se somete a fermentación húmeda —con agua— y se busca eliminar la «baba» (mucílago) del grano. Este proceso varía en función de las consideraciones del cafetalero —12 a 24 horas, lo más común—. El grano lavado se somete después al proceso de secado en patios, camas o mediante procesos mecánicos. – Honey: el grano cosechado se despulpa y pasa directamente al proceso de secado, el cual puede variar en función del resultado en cuanto a coloración de grano, asociado al sabor que desee obtener el cafetalero.

UNA REVISIÓN DEL PERIODO DEL INMECAFE Y EL INI EN CHIAPAS

Para comprender el dispositivo de comercio justo es necesario analizar los distintos planos en los que participan los actores implicados. En esta sección se explica cómo se integraron otras cooperativas en los años iniciales, así como algunos de los principales problemas que enfrentaron.

Un primer eje que permite entender cómo se fueron integrando las cooperativas de cafetaleros indígenas al sistema tiene que ver con una identidad étnica compartida; en este sentido, formar parte de un pueblo indígena se configuraba como el distintivo más cohesionador. A la par de esta característica, se entrevera la identidad productiva en torno a la cafecultura, la cual se construyó en la región a partir de historias de trabajo en las fincas cafetaleras, donde fueron comunes las condiciones laborales extenuantes y las vejaciones desde finales del siglo xix hasta bien avanzado el siglo xx. Estas múltiples identidades compartidas se afianzaron particularmente durante el periodo del INMECAFE (1958-1989), ya que a partir de la relación con esta institución los campesinos de la región aprendieron a manejar este cultivo, desde los aspectos técnicos para establecer los viveros y las plantaciones, hasta su gestión productiva, la cosecha y la comercialización. En ese tiempo, la identidad múltiple indígena cafetalera se vinculó igualmente con la de los campesinos, quienes a través del café se insertaron también en el mercado internacional. El periodo en el que el INMECAFE operó significó una oportunidad para romper con las desigualdades asociadas al trabajo agrícola de los campesinos como peones «enganchados», y los empoderó en cuanto a su capacidad negociadora frente al Estado, lo que condujo a la consolidación del sector cafetalero indígena campesino. Los tiempos del INMECAFE y de su brazo ejecutor en Chiapas, el INI, estuvieron marcados por la prevalencia de condiciones de corrupción en todos los niveles, desde el personal técnico de campo hasta quienes realmente orquestaban el negocio del café en el mercado internacional. Los campesinos cafetaleros indígenas dejaron de sufrir en manos de los patrones finqueros y su sistema de explotación, pero pasaron a entablar nuevas relaciones de índole similar con los actores del sector estatal.

En el proceso de construcción de la identidad del campesino indígena cafetalero se forjó un conocimiento sobre el manejo de la planta de café y

sobre los criterios de calidad del producto que se validan al momento de la entrega en los centros de acopio, cuando se observa el cumplimiento del delicado proceso de despulpe y beneficiado húmedo, todo lo cual se reflejará en la calidad del café en taza. En este punto cabe preguntarse en qué momento estos actores aprendieron y forjaron los criterios gustativos que definían la calidad de su café en el mercado internacional. La respuesta es simple: nunca. A diferencia de otros cultivos introducidos en las parcelas campesinas, el café, si bien se ubicó como la principal fuente de ingresos, nunca pasó a desempeñar un rol relevante en el consumo bajo los criterios que prevalecían entre los pueblos que lo habían degustado por antonomasia. Cualquier persona que haya visitado los hogares de las familias cafetaleras de pueblos indígenas habrá observado que, cuando se prepara esta bebida, suele hacerse a muy baja concentración, frecuentemente al inicio de la jornada, y se sirve a temperatura ambiente, salvo en las ocasiones en que se consume en el desayuno o la cena cuando el tiempo es más fresco. El café, como bebida estimulante, no forma parte de la cultura alimentaria del sector cafetalero indígena de Chiapas.

Esta realidad respecto al consumo del café por parte de quienes lo cultivan obliga a buscar ejes explicativos. Por un lado, es innegable que los relatos familiares transmitidos de una generación a otra sobre las condiciones de vida en las fincas deben provocar un rechazo íntimo o inconsciente, no menor, como forma de autoprotección frente al ejercicio del poder. Sin embargo, la ausencia de consumo del café que ellos mismos cultivan se observa también en tiempos recientes; esto puede deberse a la expansión de productos de alimentación global, como el café instantáneo que se comercializa en las zonas cafetaleras chiapanecas con la etiqueta comercial de la transnacional Nestlé. Consumir y ofrecer un café a la persona visitante constituye una ocasión para reafirmar una posición de prestigio, dado que la etiqueta de la bebida, como se observa en las imágenes publicitarias que circulan en los ámbitos urbanos y, por supuesto, también en el medio rural, contribuye a la construcción de estatus.

Este breve bosquejo de las identidades múltiples que definen a los campesinos indígenas cafetaleros puede explicar los elementos que los vincularon en el mundo de las organizaciones que debieron constituirse tras el des-

mantelamiento del INMECAFE y de los acuerdos comerciales internacionales en los que eran los Estados nacionales los que tomaban las decisiones por el «bien social» del país.

Sin embargo, referirse a la identidad nacional obliga también a reconsiderar el discurso oficial que ha ponderado la identidad mestiza como crisol del indígena y del criollo español. Esta tarea exige repensar cómo la identidad indígena ha sido constantemente estigmatizada, hecho que, por tan cotidiano, ha dejado de sorprender. El estigma social¹⁷ de ser indígena está tan introyectado que no lo asumimos ni lo planteamos como eje de análisis en las investigaciones. Las reflexiones que guían la revisión que aquí se presenta sobre la participación campesina indígena en los llamados mercados alternativos no ponen en discusión la experiencia histórica y permanente de los indígenas respecto a la estigmatización que enfrentan en la sociedad. Al identificar a una persona como indígena, se le confieren una serie de características en función de su apariencia y su forma de hablar, y ella deberá, a través de sus actos, probar que, «no obstante» su identidad, es capaz de cumplir las expectativas de la persona con quien interactúa. Por supuesto, esto sucede cuando el indígena se confronta a un espacio público, fuera de su entorno íntimo, el cual no se limita a la familia, sino al territorio donde coexiste con quienes comparten la misma identidad. En este sentido, la incorporación de la población a organizaciones sociales en las que sus miembros comparten la identidad indígena actúa como mecanismo de protección y de lucha frente al constante estigma social. El reto de la revisión que aquí se realiza consiste en evidenciar los puntos en los que tal estigmatización cobra presencia, con miras a generar nuevas posibilidades de negociación en la construcción de reglas sociotécnicas que definen los mercados alternativos.

Fue en este marco en el que, en el ciclo 1988-1989, la UCIRI planteó a organizaciones chiapanecas «hermanas», que compartían la misma confesión religiosa católica, acopiar su café para exportarlo con el sello de comercio justo. La primera exportación de café chiapaneco con este sello la llevaron a cabo dos organizaciones indígenas con una larga y sólida trayectoria de lucha agraria y de apropiación del proceso productivo de café: Unión de Ejidos de la Selva de R. I. (La Selva) y un grupo de productores de la región del muni-

¹⁷ La reflexión sobre el estigma está respaldada en los trabajos de Goffman (2008 [1968]).

cipio de Simojovel de Allende.¹⁸ Uno de los fundadores de La Selva describió así cómo concretaron la primera exportación, ya que para la organización fue muy importante:

A fin de no perder la oportunidad de exportar, UCIRI acopió café de otras organizaciones. Don Arturo Jiménez, socio fundador de La Selva comenta que en 1988, ellos exportaron su café pergamino a través de UCIRI. Entregaron en total 500 sacos: 350 de La Selva y 150 de la región de Simojovel (González, 2003: 170).

La Unión de Ejidos de La Selva sin duda es una organización emblemática en el marco del sistema de comercio justo, tanto por su posicionamiento en las exportaciones, como por su visión pionera y su capacidad organizativa en términos territoriales dentro de la Selva Lacandona, particularmente en la región de Las Cañadas.

El desmantelamiento del INMECAFE en 1993 dejó al sector cafetalero indígena sin opciones inmediatas para la comercialización y la formación de las cooperativas. En años anteriores, la organización promovida por esta institución sirvió no solo para el funcionamiento de tiendas de abasto rural y el anhelado sueño de lograr mejores opciones de comercialización del grano de café, sino también para organizar la lucha por la tierra. En este sentido, el vacío que dejó INMECAFE aceleró la consolidación de las organizaciones y les obligó a negociar con el Estado el manejo de las instalaciones de los centros de acopio y de los beneficios secos. Debe señalarse que en Chiapas la mayor parte del café de altura —a partir de los 900 m s. n. m.— se procesa mediante beneficiado húmedo; la conjunción de la altura y el proceso de fermentación propio de este método confieren una calidad organoléptica altamente apreciada en el mercado. Las negociaciones dieron sus frutos y, así, se produjeron las transferencias de esa valiosa infraestructura.

En la revisión de literatura sobre la inserción de las organizaciones cafetaleras chiapanecas en el dispositivo de comercio justo, cabe señalar que en la década de los noventa del siglo pasado ninguna institución disponía de listas o padrones de las organizaciones campesinas que contaban con los sellos de

¹⁸ Grupo que más tarde, en 2009, constituyó Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende, S.S.S. (CIRSA).

certificado orgánico o comercio justo. Las plataformas y los sitios web de las instancias certificadoras disponían aún de poca información sistematizada y no se mantenían actualizados, hecho que contrasta con la alta eficiencia que tienen hoy en día. En aquella época, la información se transmitía a través de las mismas redes sociales que prevalecían en los lazos de cooperación. Un listado de 11 organizaciones chiapanecas realizado por González (2003) da cuenta del fuerte arraigo social de cada una de ellas en sus historias de lucha por la tierra o por demandas sociales de carácter gremial, como el magisterio, así como de una cooperativa que se reconocía como base de apoyo del EZLN.

El análisis de estas cooperativas se presentó en un estudio pionero sobre el comercio justo realizado por la Universidad de Colorado (Murray, Raynolds y Taylor, 2003), en el cual se analizaron las cooperativas chiapanecas Unión de Ejidos de La Selva y Muk Vitz. Estas organizaciones destacaban por la cohesión social entre los agremiados y por el apoyo que recibieron de agencias y fundaciones internacionales, instancias que facilitaron los procesos de capacitación técnica para la producción del café orgánico, el cumplimiento de las normas y el seguimiento administrativo para la exportación. Sobresalen diversos agentes que otorgaron los fondos necesarios para constituir las empresas sociales. En especial, destacan fundaciones como Ford, Rockefeller, Interamericana y MacArthur, la embajada de Canadá y otras instancias más que escaparon a la sistematización (González, 2003). Un último actor que señalar es la Iglesia católica, cuyos miembros de diferentes órdenes religiosas asesoraron y actuaron como líderes de las organizaciones campesinas pioneras en los mercados de comercio justo y orgánico. Es también recurrente observar que en esas cooperativas se desarrolló una cultura de «trabajo común organizado», término que varias organizaciones cafetaleras, como Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador (ISMAM), Profesor Otilio Montaña y La Selva, utilizaron para referirse a las actividades relacionadas con el café que se llevaban a cabo de forma colectiva. Realizaban en común actividades como la limpieza del cafetal de «malas hierbas», la cosecha, el despulpado, el beneficiado húmedo y otro tipo de tareas de competencia colectiva, no solo acotadas a las labores del cafetal, sino a otros ámbitos, como la rehabilitación o construcción de casas. Por ejemplo, un grupo de socios podía reunirse para atender los requerimientos de un compañero y

posteriormente acudían todos juntos a realizar la tarea siguiente. Esta forma organizativa se llevó a cabo de manera muy exitosa, pero se abandonó con el paso de los años ante las crisis sociales derivadas de la migración, la baja de precios del café y el arrasamiento que provocó la roya.

En efecto, las agencias internacionales tuvieron una incidencia directa en el empoderamiento de las organizaciones campesinas de café, y a su vez el Estado siguió llevando a cabo acciones que favorecieron al sector a través del Programa de Fondos Regionales Indígenas, dependiente del INI, que más tarde devendría en la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indios (CDI).

En este sentido, me interesa mostrar el entramado de la política pública crediticia de apoyo al sector agrícola. El gobierno federal distingue dos grandes grupos objetivo para el financiamiento del campo: por un lado, los productores cuyo nivel de productividad y activos fijos¹⁹ les permiten acceder a créditos a través de la banca comercial y de organismos federales, los cuales apoyan a este tipo de agricultores que se encuentran en proceso de convertirse en empresarios agrícolas. Por otro lado, un segundo sector es el campesinado indígena que se considera con cierta capacidad de «despegar» —en el sentido de crecimiento económico como indicador de desarrollo— para constituir empresas sociales; este grupo optó por acceder a los financiamientos operados por los Fondos Regionales. Fue así como esta ingeniería de financiamiento gubernamental facilitó la compra de la infraestructura de los beneficios secos que otrora habían sido operados por el INI en Chiapas.

Puede afirmarse que las primeras organizaciones cafetaleras que incurrieron en el comercio justo —y que continúan en la actualidad— tienen bases gremiales católicas (véase cuadro 2). Asimismo, cuidan el respeto a la libertad de credo religioso y a la libre expresión de la posición política, conforme a los postulados del comercio justo, estructurado inicialmente por organizaciones como Max Havelaar y más tarde integradas en la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

¹⁹ Activos fijos se refiere a bienes inmuebles o equipamiento, además de a derechos que no serán movilizados como dinero en efectivo durante el año en curso, como, por ejemplo, un edificio, maquinaria o inversiones.

Cuadro 2. Organizaciones campesinas chiapanecas que comercializan o han comercializado en mercado solidario

Organización	Localización	Inicio formal de la organización	Características sobresalientes sobre creencias y funcionamiento de la organización
Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador, Unión de Ejidos (ISMAM)	Acacoyagua, Amatenango de la Frontera, Ángel Albino Corzo, Bellavista, Cacahoatán, Chicomuselo, Escuintla, Huixtla, Independencia, Mapastepec, Margaritas, Pijjiapan, Porvenir, Siltepec, Tapachula, Trinitaria y Unión Juárez.	Su primera sede fue Motozintla. Surgió en 1986 con 250 socios. En 2003 tenía 1 280 agremiados y su sede se encuentra en Tapachula, Chiapas.	La mayoría de los agremiados profesan el catolicismo. Destaca el liderazgo de la gente de la Iglesia.
Unión de Ejidos de La Selva	Cañada de Las Margaritas y comunidades de Oxchuc.	Inició en 1976. En 2003 reportó 973 socios.	Apoyada en sus relaciones con la UCIRI, comenzó a exportar en el mercado solidario de café en 1994, pero perdió su acreditación en 2000. Sus líderes fundadores fueron catequistas de la Iglesia católica.
Unión de Ejidos San Fernando	Agrupa más de 1 014 familias y se ubica en los municipios de San Fernando, Ocozacoatlán, Villa Corzo, Villa Flores, Siltepec y Tuxtla Gutiérrez.	Se fundó en 1984.	Es una de las organizaciones más exitosas y se caracteriza por no tener adeudos con las instituciones crediticias que le han financiado.
Unión de Ejidos y Comunidades Majomut	Comunidades indígenas de los Altos de Chiapas.	Sus miembros se organizaron en 1981 y se legalizó en 1983 con 1 500 familias.	Su constitución fue promovida por agencias gubernamentales con el fin de coordinar a los productores del sector cafetalero en organizaciones de segundo piso. Su incorporación a la producción orgánica fue impulsada por asesores externos con el apoyo financiero de fundaciones internacionales y dependencias gubernamentales. No se caracteriza por una identidad religiosa en particular. En 2003 no reportó adeudos con las instituciones de crédito y logra comercializar el 100 % de la producción de sus socios en el mercado solidario.
Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende	Base social en el municipio del mismo nombre.		Los socios de la organización se identifican a partir de su participación en grupos de discusión de la Iglesia católica. Sus líderes y asesores externos forman parte de la Iglesia, apegados a la teología de la tierra.

Organización	Localización	Inicio formal de la organización	Características sobresalientes sobre creencias y funcionamiento de la organización
Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende	Base social en el municipio del mismo nombre.		Los socios de la organización se identifican a partir de su participación en grupos de discusión de la Iglesia católica. Sus líderes y asesores externos forman parte de la Iglesia, apegados a la teología de la tierra.
Unión de Ejidos Profesor Otilio Montaño	Varios municipios de la Región Sierra, con sede en Motozintla.		Predominan los socios católicos, pero no mantiene relación directa con la Iglesia católica. Está relacionada con Solidaridad Campesino Magisterial, A.C. (SOCAMA), una organización del gremio magisterial que se caracteriza por su apoyo incondicional al gobierno. Perdió su acreditación en el mercado solidario en 1997. Sus agremiados fueron acusados de formar parte de grupos paramilitares. La organización consideró que fue una acusación arbitraria.
San Juan Cancuc, S.S.S.	Comunidades del municipio de Cancuc.	Fue registrada en 1996 con 400 socios.	Fue promovida por un líder comunitario con apoyo gubernamental. Diferencias políticas en el municipio provocaron su fragmentación en 1997, tras lo cual quedó únicamente el 40 % de sus miembros.
Sociedad Cooperativa Tzeltal Tzotsil	Comunidades de la Zona Norte.		Inició como organización productiva de miel en el mercado solidario y en 1999 comerciaba café bajo el mismo sistema. Sus grupos iniciales tuvieron una estrecha relación con los colectivos de catequesis de la diócesis de San Cristóbal de Las Casas.
Tzotzilotic la Tzobolotic	Comunidades del municipio de El Bosque.	Se registró en 1992 con 840 agremiados.	Sus socios no tienen una identidad religiosa en común y su formación fue promovida por agencias gubernamentales. En 2003 su base social no se identificó ligada a una propuesta política específica.
Muk Vitz	Agremia 27 comunidades zapatistas del municipio de El Bosque.		Sus agremiados son parte de las comunidades de base del EZLN.
J'amteletic, S.S.S.	Fue registrada como empresa exportadora de café por el Consejo Estatal del Café en 2003.		

Organización	Localización	Inicio formal de la organización	Características sobresalientes sobre creencias y funcionamiento de la organización
Comercializadora Más Café, S.C.	Fue constituida en 1999 por ocho organizaciones campesinas indígenas de Chiapas en diferentes regiones: · Unión de Ejidos Juan Sabines Gutiérrez · Tiemelonla Nich K'ulum · Tz'ijib Babi · Tzajalchen · Kulaktik en los Altos · Flor del Cafetal en la Selva · Emiliano Zapata en la Sierra · PROCAFESUR en Motozintla		Es una comercializadora acreditada por FLO Internacional. Nació a raíz de la ruptura de organizaciones campesinas con experiencia en el mercado solidario; por este motivo, algunas organizaciones aparecen en el cuadro en dos ocasiones. El 100 % de sus agremiados tienen café orgánico certificado y el 40 % de la producción se comercializa a través del mercado solidario. Sus asesores tienen una larga experiencia con organizaciones pioneras en el mercado solidario. Cuenta con una estructura organizativa que garantiza la participación de los representantes de cada grupo.

Fuente: tomado de González, Linck y Moguel (2003: 35-36).
Nota: S.S.S.: Sociedad de Solidaridad Social; S.C.: Sociedad Civil.

Si bien el comercio justo inició su camino sin la intervención del Estado, el éxito logrado en términos de los volúmenes de exportación que alcanzaron las cooperativas indígenas «llamó la atención» del sector gubernamental. Fue así como se gestó una especie de «segunda ola», o nueva generación de organizaciones de comercio justo, como resultado del apoyo de las instancias gubernamentales que las respaldaron desde su constitución mediante figuras asociativas, hasta el proceso de conversión de café convencional a orgánico y la obtención de las certificaciones orgánicas y de comercio justo. En estas organizaciones no existió necesariamente una cohesión social particular, como sí la hubo entre las organizaciones que pueden considerarse pioneras.

ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS Y COMERCIALES DE LAS ORGANIZACIONES CAFETALERAS INDÍGENAS DE CHIAPAS

Rebasa los alcances de esta obra el documentar los logros y desequilibrios de las organizaciones cafetaleras indígenas que han tenido y mantienen la certificación de comercio justo, pero es importante detenernos a señalar cuáles han sido las estrategias más importantes que han puesto en juego.

La Unión de Ejidos de La Selva, organización que puede considerarse hasta cierto punto icónica, puso en marcha un conjunto de estrategias comerciales diversas que la han consolidado como un referente. Este colectivo, además de ser pionero en la exportación de café certificado en el sistema de comercio justo, tuvo también la oportunidad de comprar el beneficio seco ubicado en Comitán de Domínguez, un lugar estratégico en términos geográficos que facilitó el acopio del café cosechado en la Región Selva de Chiapas. El liderazgo campesino, aunado al liderazgo de uno de los ingenieros agrónomos que trabajó como asesor y gerente, orientó la inversión de la cooperativa en maquinaria para afinar el proceso de selección del grano de café destinado a la exportación; adquirieron, así, seleccionadoras ópticas y formaron personal, particularmente femenino, para escoger de forma manual los granos defectuosos. La apuesta consistió en el establecimiento de un estricto control de calidad en el beneficiado seco.

Los líderes campesinos y el cuadro de asesores consideraron que la calidad debía estar presente desde el manejo en las parcelas; por ello, se en-

focaron en el fortalecimiento de la capacitación a productores en prácticas culturales, como la poda y la cosecha —cuidar de coleccionar únicamente granos maduros y no dejar granos en planta o en el suelo, como medio de control biológico contra la roya (*Hemileia vastratrix*)—. En terrenos con pendientes —inclinados— se capacitó a los campesinos para establecer barreras vivas y muertas como medida preventiva para disminuir los daños derivados de la erosión por las escorrentías en tiempos de lluvia. Para completar los ciclos de calidad, se dio gran importancia a las capacitaciones para la elaboración de compostas utilizando la pulpa del grano de café, la cual permite generar abono orgánico para restituir la fertilidad de los suelos.

La capacitación sobre prácticas culturales se llevó a cabo con un innovador sistema organizativo; se conformaron grupos comunitarios con los que se realizaba la capacitación, que comúnmente era impartida por un técnico —por lo general ingeniero— que contaba con más experiencia y conocimiento sobre el proceso de innovación. Sin embargo, la capacitación no se concibió como un acto aislado, sino como un proceso de acompañamiento permanente; para ello, se puso en marcha la formación de promotores comunitarios a fin de dar seguimiento a la realización de las actividades de innovación impulsadas por la cooperativa. Las personas que asumieron ese rol debían contar con los conocimientos requeridos para desempeñarse como promotores y, al mismo tiempo, con el reconocimiento de los socios de la cooperativa.

Estos grupos comunitarios y sus promotores fueron la base para el establecimiento de un sistema de control interno que facilitó a esta cooperativa, así como a otras, tener certidumbre sobre el cumplimiento de los itinerarios técnicos requeridos y auditados por los inspectores externos durante el proceso de certificación orgánica y de comercio justo. La incursión en las normativas de estas certificaciones a la larga implicó altos costos sociales y económicos.

ESTRATEGIAS DEL MERCADO NACIONAL

Las organizaciones que han incursionado en el comercio justo han buscado diversificar y ampliar sus estrategias productivas y comerciales. El trabajo

pionero de Murray, Raynolds y Taylor (2003) da cuenta de cómo algunas de ellas voltearon la mirada al mercado nacional a inicios de este siglo; en este sentido, La Selva, asociada con Tiemelonla Nich K'lum, innovó con la apertura de una cafetería propia, con un estilo que buscaba imprimir la identidad campesina cafetalera indígena en el espacio íntimo de las salas de consumo, así como en toda la gama de presentaciones de café ofrecidos, tanto en taza como molido. La ciudad de San Cristóbal de Las Casas fue la sede de esa primera cafetería, ubicada en una casa de arquitectura colonial típica de la ciudad alteña, que abrió sus puertas ofreciendo, en su sala principal, un mural de mosaico que recrea y evoca la vida del cafetal. Los colores y texturas suaves, la buena iluminación y un servicio profesionalizado del personal marcaron, sin duda, la entrada de las organizaciones indígenas en el sofisticado mundo de las cafeterías, que ofrecen al consumidor un sentimiento de exclusividad y la sensación de ser partícipe de un proyecto social colectivo de solidaridad.

Esta estrategia permitió a las organizaciones colocar una parte de su producción en el mercado nacional; si bien esta producción no debe haber rebasado el 10 % de las cosechas, significó incrementar el margen de ganancia. En este punto centraron su objetivo.

El éxito de la cafetería La Selva estuvo garantizado por la inversión realizada en el diseño de imagen y los espacios, una inversión que debía rentabilizarse más allá de las dos cafeterías que la organización manejó directamente: la ya mencionada de San Cristóbal de Las Casas y, la segunda, en la Ciudad de México. La estrategia adoptada consistió en la implementación de un sistema de franquicias que, de hecho, sigue operando hasta la actualidad, manteniendo el sello distintivo de la icónica casona colonial de la cafetería ubicada en la ciudad de los Altos de Chiapas.

La incursión en el mercado nacional a través de las cafeterías de La Selva fue el inicio de otros proyectos similares que se emprendieron posteriormente, todos ellos con trayectorias y distintivos propios. Organizaciones como la Unión de Ejidos Majomut abrieron cafeterías, como el Café Museo Café y Maya Vinic, ejemplos emblemáticos de la cafetería indígena posicionada en el mercado de San Cristóbal de Las Casas. De algún modo, puede afirmarse que el éxito de las cafeterías establecidas por organizaciones indígenas que ostentaron los sellos de agricultura orgánica y de comercio justo abrió brecha

para un cierto *boom* de cafeterías como negocios privados que buscaron retomar tanto la imagen del café indígena, como los criterios de sustentabilidad y la calidad del grano —incluso manejando microlotes con estrictos sistemas de trazabilidad—. Este *boom* no se ha producido únicamente en San Cristóbal de Las Casas, sino que es un reflejo de la dinámica del mercado que ha ido en aumento en ciertos sectores habitacionales de clase media alta de la Ciudad de México —Polanco, Perisur, Coyoacán, entre otros—, Guadalajara y algunas otras ciudades donde el turismo es un motor importante de la economía y la dinámica social. Esta información puede considerarse positiva, en tanto ha ampliado las opciones de comercialización del café indígena de buena calidad, conforme a los estándares de evaluación de «expertos», pero al mismo tiempo reproduce la vulnerabilidad de los cafetaleros indígenas, quienes venden a intermediarios locales y nacionales que no siempre respetan las relaciones comerciales y que aprovechan ese segmento de mercado nacional, orientado a clientes que buscan la experiencia de un café producido bajo el sistema de comercio justo, respetuoso del ambiente y con identidad indígena. No se trata de descalificar este tipo de iniciativas, algunas de las cuales constituyen ejemplos realmente alentadores, sino de señalar las debilidades de este mercado.

La experiencia comercial del café La Selva se consolidó, como se señaló anteriormente; sin embargo, este logro no estuvo exento de fuertes tensiones entre las organizaciones que participaron inicialmente, pues Tiemelonla Nich K'lum se separó y tomó un camino independiente. No es simple explicar las causas de estas fracturas, pero es fundamental señalar que la inserción en el mercado, en lo que podríamos denominar «grandes ligas», implicó romper con la estructura de toma de decisiones de la sociedad indígena campesina. Las figuras jurídicas de base campesina no pudieron asumir las responsabilidades jurídicas, administrativas y fiscales derivadas de la participación en el complejo mercado del café de exportación, de la administración de un negocio en grandes volúmenes o de la gestión de franquicias —como en el caso de La Selva—. Fue así como aparecieron en escena nuevas empresas para cumplir estos roles, las cuales adoptaron la modalidad de sociedades anónimas bajo distintas especificaciones, y en las que se desdibuja, en todos los sentidos, el carácter social de los primeros emprendimientos de las organizaciones campesinas de base que posicionaron el café indígena de

Chiapas en el contexto global. Estos son aspectos clave que abordaremos en un apartado posterior.

La evolución del comercio justo en Chiapas está ligada a las condiciones que marcaron la irrupción del movimiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). La Selva Lacandona y la Región Altos son territorios donde se ubica la base social campesina de varias de las organizaciones pioneras de comercio justo. Las tensiones y las adhesiones de sus miembros al EZLN en distintos momentos permiten explicar las alianzas estratégicas que surgieron entre las organizaciones indígenas cafetaleras, así como su incorporación al comercio justo de exportación. Por supuesto, las interpretaciones y posturas políticas sobre estos acontecimientos son complejas y reflejan visiones en muchos casos contrarias. Aunque rebasa los objetivos de esta obra hacer una recapitulación de estos hechos, consideramos importante referir algunas publicaciones en las que se exponen, bajo diferentes perspectivas, la conflictividad territorial y las posturas de interpretación geopolítica (Legorreta, 2018; Estrada, 2007; Pérez, 2005).

UNA MIRADA A LOS LOGROS DEL QUEHACER COTIDIANO Y LA RELACIÓN CON EL ESTADO

En las investigaciones académicas, el sistema de comercio justo pasó de ser un tema marginal a finales de los años noventa del siglo pasado, a generar gran cantidad de artículos y libros con rigor científico en los que se han evaluado sus logros y desaciertos.

A manera de referencia, la consulta en bases de datos de publicaciones académicas muestra que el tema aparece de manera constante. La consulta en la plataforma Science Direct con las palabras *fairtrade coffee*²⁰ para el periodo 1994-2026 arroja un total de 85 resultados, mientras que el primer registro corresponde al año 2001. En cuanto a las publicaciones en la plataforma Latindex, como indicador de las publicaciones en América Latina, el Caribe, España y Portugal, no se registran resultados con las palabras «comercio justo café». Sin embargo, a partir de la búsqueda de las palabras «co-

²⁰ Véase: <https://www.sciencedirect.com/search?qs=%22fairtrade+coffee%22&date=1994-2026> (consulta: marzo de 2026).

mercio justo»,²¹ sin delimitar un periodo de búsqueda, la plataforma reporta 43 artículos publicados entre 1998 y 2025. Ciertamente, aunque las bases de datos de publicaciones académicas presentan sesgos e intereses propios que pueden ser cuestionados, las referencias mencionadas permiten tener una idea de la importancia que el término ha tenido en la literatura académica.

Vale la pena señalar algunos aspectos relevantes de los ejes del tema más estudiados. En algunas investigaciones se ha buscado poner en evidencia las bondades del sistema relacionadas con el pago de un sobreprecio y con la prima por la calidad orgánica. Otras se han enfocado en señalar la imposibilidad de este dispositivo de comercialización para resolver problemas estructurales de fondo, algo que en ocasiones se ha considerado incluso ridículo cuando se ha pretendido evaluar el efecto del sobreprecio pagado por comercio justo en el mejoramiento de las condiciones de vida de los campesinos, quienes han continuado en la pobreza o emprendieron el camino de la migración dejando atrás los cafetales. Estas posiciones discrepantes han generado un gran debate sobre el que difícilmente podría construirse un consenso.

No obstante, aquí se abre un espacio para señalar otros aspectos menos resaltados que, sin embargo, tuvieron una fuerte incidencia sobre las organizaciones cafetaleras en los tiempos pioneros del comercio justo. Nos referimos a las relaciones en el interior de las organizaciones cafetaleras indígenas; es decir, a cómo cambiaron los vínculos entre los socios, los líderes, los asesores externos y los empleados participantes en el proceso de acopio y transformación del grano.

Es fundamental reconocer la importancia de las organizaciones cafetaleras como espacios de autorreconocimiento y de construcción de una identidad productiva vinculada, finalmente, a lo propio de los campesinos. Contar con puntos de recepción de café en las bodegas comunitarias y en los beneficios secos donde se procesaba el grano rompió con las relaciones de dominio que ejercían las personas responsables de hacer el acopio sobre los cafetaleros que entregaban sus cosechas. En estas nuevas circunstancias, todos los socios se sintieron iguales y las relaciones de respeto se volvieron cotidianas. Puede parecer banal este señalamiento, pero es en esos pequeños espacios donde se define lo que el campesino recibirá por su cosecha y donde se eva-

²¹ Véase: <https://latindex.org/latindex/Solr/Busqueda?idModBus=3&buscar=comercio+justo&submit=Buscar> (consulta: marzo de 2026).

lúan los criterios de calidad en términos de granos manchados, humedad y, por supuesto, el peso. El recibo de acopio es el documento básico que permite el seguimiento del proceso para recibir posteriormente el pago. Mirando hacia el pasado de estos cafetaleros, era precisamente en ese momento del proceso cuando se iniciaba el despojo, pues se descalificaba el producto con base en arbitrariedades en el pesado del grano y en la determinación de la calidad. Por ello, este constituye un punto central que conviene resaltar como un logro de los procesos organizativos gestados en torno al comercio justo.

Otro ámbito en el que se transformaron las relaciones dentro del sector cafetalero campesino indígena fue el de la negociación con agentes externos, como la banca comercial y el Estado a través de las distintas agencias de gobierno. El incremento en el valor del negocio derivado de la exportación de café lo volvió atractivo para la banca comercial, que comenzó a posicionar créditos de avío —aquellos que permiten acopiar la cosecha y pagar un adelanto a los productores—. En cuanto a las agencias de gobierno, la capacidad de gestionar recursos públicos a través de las organizaciones campesinas les facilitó la negociación y la utilización de fondos. De algún modo, puede afirmarse que se identifica un periodo de bonanza que se extiende desde el inicio de las exportaciones de café con los sellos de comercio justo o agricultura orgánica hasta los primeros años del nuevo milenio, poco después de la formación de FLO-Internacional;²² este periodo se caracterizó por el autorreconocimiento de los participantes como cafetaleros indígenas, por la mejoría de sus ingresos y por el establecimiento de relaciones de respeto en el quehacer campesino cotidiano. Sin embargo, esta situación no se sostuvo y la posición de las organizaciones cafetaleras en el comercio justo perdió estabilidad, lo cual se debió a que el sistema se complejizó, se estandarizó y se globalizó. Asimismo, surgieron nuevos actores y nuevas reglas que dieron cabida a la incursión de café proveniente de plantaciones privadas y a la participación de consorcios empresariales. Para los cafetaleros chiapanecos, esta experiencia los llevó a comprender que el «nicho de mercado» es un segmento comercial que opera bajo un dispositivo de coordinación en el que la «batuta» no se encuentra en manos de los pequeños productores, sino que, nuevamente, se trata de un mecanismo global en el que ellos tienen poco o ningún margen de maniobra para modificar las reglas y mejorar sus condiciones de vida.

²² Tómese en cuenta que FLO-Internacional se constituyó en 1997.

Capítulo III.

Comercio justo y su crecimiento global

Comprender el desenvolvimiento del sector cafetalero en Chiapas obliga a revisar cuáles han sido los cambios en el dispositivo de comercialización que controla el nicho de mercado del comercio justo. La dimensión global/local es hoy en día mucho más marcada debido a las innovaciones tecnológicas y financieras, en particular para las mercancías que, como el café, dependen de un complejo sistema financiero y especulativo que opera a través de los mecanismos de la bolsa de valores.

DEL SELLO MAX HAVELAAR A LA INTEGRACIÓN DE LA FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL (FLO): UN SENTIDO GLOBAL

El comercio justo se concretó y se transformó como dispositivo de comercialización a partir del aporte de la UCIRI, en Oaxaca. Su intervención favoreció la articulación entre organizaciones campesinas indígenas latinoamericanas, lo que permitió ampliar la oferta de café y que en poco tiempo el comercio justo se posicionara como un segmento de mercado, consolidándose como una apuesta comercial sólida. Si bien el café fue el «producto estrella», otros productos alimentarios se incorporaron al dispositivo, entre ellos el té y el cacao, que figuraron entre los pioneros.

El posicionamiento del comercio justo se produjo en un contexto en el que la apuesta neoliberal a nivel global se consolidó y devino como hege-

mónica; debido a ello, en el sector cafetalero se dismantelaron los acuerdos internacionales (Pérez Akaki, 2013). El mercado ha sido considerado como un mecanismo no solo orientado a la distribución de la riqueza, sino también a la eliminación o reducción de la pobreza. En este sentido, el Banco Mundial y otras agencias internacionales apoyaron en sus políticas el desarrollo de sistemas de cultivo vinculados a la exportación (*commodities*) en los países donde se buscó fomentar el crecimiento económico a partir de cultivos vinculados al mercado internacional.

El primer gran paso para la ampliación del comercio justo a una dimensión global bajo criterios y mecanismos estandarizados consistió en la creación en 1997 de Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO), organismo paraguas que comenzó a armonizar las normas que prevalecían en las distintas iniciativas nacionales en Europa, como Max Havelaar, así como en Twin Trading en Inglaterra y Transfair, cuyo origen se sitúa en Estados Unidos. En 2002 se concretó la marca Fairtrade, cuyo logo permite reconocer este dispositivo de comercialización mundialmente. Este sello retoma el símbolo del yin y el yang (véase figura 2), que evoca el planteamiento de la filosofía china sobre las fuerzas opuestas, y ha sido interpretado como una analogía entre consumismo y anticonsumismo (Velut, 2012; Klein, 2005).

Figura 2. Logo de Fairtrade Labelling Organizations



Fuente: tomado de <https://info.fairtrade.net/es/what/how-fairtrade-works> (consulta: agosto de 2024).

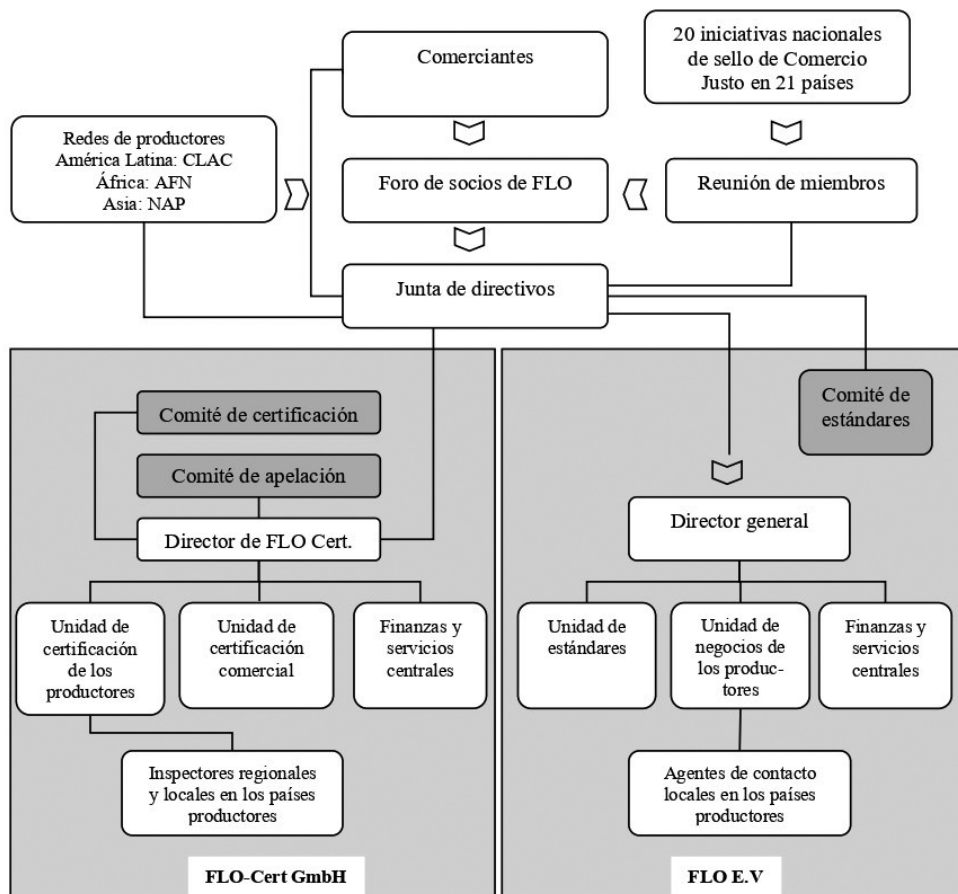
En una primera impresión, puede parecer que el sistema de comercio justo está bastante alejado de las normas de la International Organization for Standardization (ISO) que cualquier ciudadano ha podido observar en procesos vinculados a la confiabilidad de servicios de laboratorios o, más recientemente, en el sector turístico. Sin embargo, la evolución del sector de normalización o armonización internacional extendió su alcance a ámbitos que pueden parecer inusitados, como el campo de la certificación de valores éticos de tipo social o ambiental.

Este innovador organismo transformó las acciones de comercio justo, que se realizaban de una manera que podría considerarse «doméstica», y posicionó el logo como símbolo de una marca de calidad en sus procesos. En el mundo global de los negocios, la calidad implica generar confianza en los consumidores finales, pero también en las firmas —llamadas así en la literatura especializada sobre negocios— o en las empresas que incursionan en la comercialización con el logo Fairtrade. Para esto fue preciso utilizar los mecanismos utilizados en el mundo de los negocios. El primer paso consistió en separar las dos tareas fundamentales que realizaban las iniciativas nacionales: 1) la definición de normas, criterios y procedimientos en las distintas fases de la cadena de valor de los productos agroalimentarios y de otro tipo que se comercializaban y 2) el proceso de certificación realizado por un tercero, como una agencia independiente. Estas dos tareas sustanciales de la empresa Fairtrade debían mantenerse plenamente diferenciadas, con personal, funciones y responsabilidades propias. Nacieron, así, FLO, el buró internacional, y FLOCERT, dedicada a la emisión de los certificados y al proceso de inspección. En la figura 3 se presenta un diagrama que muestra la estructura definida conforme a la norma ISO 65, la cual se ocupa de dar las pautas para el funcionamiento de los procedimientos que validan la calidad a través de los organismos certificadores (Doppler y González, 2006 y 2009).

En el mundo global existen intereses comunes, por lo cual la norma ISO 65 puede tener equivalencia con otras de ámbitos nacionales o regionales, como la norma EN 45011 de la Unión Europea (Dankers, 2004). Por supuesto, estas reglamentaciones son de aplicación «voluntaria» —las comillas se utilizan para enfatizar el sentido equívoco del vocablo—; sin embargo, en caso de que no se tomen en cuenta en los productos, FLO no tendría posibilidad de comercializarlos en el mundo global. Por otra parte, las normas implican costos que se van

sumando; por un lado, se paga por el acceso al documento mismo de la norma y, por otro lado, se paga por el servicio de inspección y la emisión del certificado cuando se ha cumplido correctamente con el *checklist* o lista de verificación y los puntos de control. Estos costos los cubre FLO y terminan repercutiendo en el funcionamiento del sistema, lo que se traduce en un incremento del pago por servicios de inspección y certificación para las organizaciones que buscan obtener un certificado de comercio justo con FLO. Este sistema también repercute en el incremento del precio que paga el consumidor por los alimentos u otros productos certificados por FLO.

Figura 3. Estructura de los órganos de FLO conforme a la norma ISO 65



Fuente: tomado de <http://www.fairtrade.net/structure.html?&L=1>. (consulta: agosto de 2006).

Dankers (2004) elaboró una investigación, editada por la ONU, en la que describe de una manera extremadamente fina y detallada el funcionamiento de los procesos de certificación; no obstante, está lejos de adoptar una visión crítica sobre la validez de las normas y lo que representan para los campesinos que se incorporan a los mercados de comercio justo o agricultura orgánica, como analizaremos en el siguiente capítulo. La aceptación de las normas ISO, más allá de la competencia específica que regulan y de su propósito de orientar hacia la calidad, evidencia un debilitamiento de los Estados como garantes del cumplimiento de los objetivos de su agenda pública. La situación resulta extremadamente desestabilizadora cuando son las mismas instancias gubernamentales las que presumen haber sido certificadas por una u otra norma ISO en función de su especificidad.²³ Es decir, se delega en una agencia internacional especializada la normalización y los procesos de inspección y acreditación, sin tomar en cuenta que tal institución —ISO— no conoce las condiciones específicas en que se desarrollan las tareas de lo que certifica.

Es innegable la magnitud del volumen de negocios que estas certificaciones movilizan y lo que representan para el funcionamiento del sistema global, que ha decidido apostar por el mercado como vía para la redistribución de la riqueza y la reducción de las desigualdades sociales. Es oportuno preguntarse hasta qué punto la calidad, regulada bajo un esquema de cumplimiento de normas y aplicación de sanciones asentado en un organismo internacional —como lo es la ISO bajo la promoción de la OCDE—, es capaz de promover procesos de desarrollo autónomos. En posteriores estudios analizaremos cómo el esquema de certificación de calidad utilizado para la agricultura orgánica y otros ejes de diferenciación productiva se replica bajo los mismos argumentos en otros sectores para su inserción en el mercado internacional.

En este nuevo arreglo institucional, el argumento central es la calidad, fundamentada en la rigurosidad de las evaluaciones que aseguran que «las cosas» se hacen como se dice que se hacen. No está de más detenerse a reflexionar sobre lo que podrían considerarse como pequeñas implicaciones

²³ En este sentido, Vicher-García (2012) analiza la intervención de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en los países miembros para la utilización de las normas ISO en los servicios ofrecidos por la administración pública. Esta imposición de la OCDE a sus países miembros se extiende a todo tipo de actividades vinculadas al mercado global.

de este nuevo arreglo institucional —poco señaladas en los estudios sobre el análisis de sus efectos en el comercio justo—. La sede de Fairtrade se estableció en Bonn, antigua capital de la República Federal de Alemania en 2003, con un pequeño equipo de trabajo integrado por personal proveniente de distintas iniciativas nacionales europeas.²⁴ Las funciones de este buró internacional y de FLOCERT comenzaron a separarse en ese momento, lo que derivó en consecuencias sobre los sistemas de toma de decisiones o de gobernanza.

Los objetivos de FLO, orientados al proceso de armonización de estándares que brindaran confianza al consumidor, se centraron en validar dicho proceso a través del sofisticado mecanismo desarrollado por la International Organization for Standardization (ISO).²⁵ Este organismo con sede en Ginebra, Suiza, cuyos orígenes pueden ubicarse a principios del siglo xx, se consolidó en 1947 como entidad no gubernamental²⁶ dedicada a ofrecer servicios de certificación para múltiples procesos, con el fin de asegurar la calidad y que siempre se lleven a cabo de la misma manera. Esto se sustenta en el seguimiento de bitácoras y en la definición de puntos críticos de control, que permiten establecer «niveles de alarma» para reducir riesgos a lo largo de la cadena.

La idea de riesgo y la ansiedad que la sociedad postmoderna genera en el individuo son el motor que impulsa procesos dirigidos a controlar ese riesgo, lo cual se materializa en el consumo. Es decir, el individuo desea tener seguridad sobre lo que consume, no solo en relación con su cuerpo o su persona, sino también respecto a las responsabilidades individuales que el mercado le permite asumir: en este sentido, la responsabilidad social y ambiental es una preocupación central en el individuo posmoderno. Lipovetsky (2000) se adentra en las preocupaciones del individuo a través del consumo, en las cuales el riesgo, en su sentido más amplio, se hace presente en gran medida en todo lo que atañe tanto a su cuerpo, como a la naturaleza como objeto de responsabilidad individual. Por ello, la existencia de organismos como la ISO está vinculada a las aspiraciones de la sociedad posmoderna del consumo

²⁴ Visita a la sede de FLO en Bonn, Alemania en 2005.

²⁵ Los esfuerzos tempranos en el siglo xx por crear instancias de normalización tuvieron como interés resolver problemas planteados por el uso de diferentes formas de pesas y medidas, con incidencia en relaciones comerciales internacionales.

²⁶ Información más amplia sobre el origen de ISO puede consultarse en el sitio web de ISO: <https://www.iso.org/es/home> (consulta: julio de 2024).

y a sus preocupaciones frente al riesgo. No es banal que el acrónimo de ISO derive en un juego de palabras, ya que en griego significa «igual», término que subraya la rigurosidad aplicada en la evaluación de la calidad, cualquiera que sea el criterio en que se base.

La perspectiva sobre el manejo del riesgo en los procesos de certificación, aplicados por estos dispositivos de coordinación que generan confianza en el consumidor, resulta lógica; en este sentido, la idea de «lógico» se aplica para los razonamientos del individuo como ente que participa en el mercado. Sin embargo, recordemos que el lugar central de nuestra discusión lo ocupan los campesinos cafetaleros indígenas que cultivan café en regiones tropicales húmedas, donde la aleatoriedad de los fenómenos climatológicos los mantiene en una situación de permanente riesgo. Para ellos, la lógica expuesta en términos de los organismos de certificación queda no solo lejos, sino en un sentido diametralmente opuesto. En este marco, el riesgo que enfrentan los campesinos no es un asunto que forme parte de la matriz que se discute en las sociedades posmodernas, sino que sigue siendo propio de las sociedades campesinas, que se mantienen en el doble movimiento descrito, en el sentido propuesto por Polanyi: por un lado, siguen la dinámica de incorporarse al mercado y, por otro, regresan a prácticas que les permiten mantener su estrategia de autoabasto alimentario.

ISO Y LA TRAZABILIDAD: ¿CÓMO LO VIVEN LOS PRODUCTORES?

Resta preguntarnos cómo se concretan las normas ISO para los campesinos cafetaleros en su vida cotidiana. Podría afirmarse que, para ellos, nada cambia en su quehacer como campesinos, como cuidadores, como cultivadores. En realidad, las normas ISO se aplican, como ya se mencionó, para los agentes comerciales, quienes solicitan a sus proveedores —las organizaciones campesinas de productores— que presenten la documentación que valide los procesos que llevan a cabo. Esto se aplica especialmente en relación con las tareas que se realizan en los beneficios secos, donde el grano es sometido a un manejo físico y mecánico para dotarlo de las propiedades finales requeridas para la exportación. Hasta este punto, el asunto permanece distante de los campesinos, pero se hace presente cuando deben participar, individual y

colectivamente, en las inspecciones internas que realiza el personal —remunerado o no— de la organización u asociación. En ese momento se elabora una ficha escrita en la que se asientan las labores realizadas, la estimación de la cosecha y la ubicación de los predios; recordemos que cada campesino cafetalero de Chiapas suele contar con al menos dos parcelas y, en algunos casos, hasta con cuatro. Esta es una tarea ardua y minuciosa que tiene como objetivo reafirmar los procesos de calidad y la trazabilidad.

Este último y nuevo término, trazabilidad, en principio es sinónimo de huella; significa seguir la huella, la traza del proceso. En el caso del café, y en otros que conciernen al sector agroalimentario, también está ligado a la idea de riesgo. El proceso o la cadena productiva deben permitir identificar el origen de los errores o fallos en la calidad, así como reconstruir la trazabilidad completa del producto a lo largo de todo el procedimiento. ¿En qué beneficia esto al productor? Desde un fundamento agronómico o agroecológico, es difícil construir un argumento sobre sus ventajas. Se trata, en todo caso, de una preocupación por el riesgo en su sentido amplio, tal como lo experimenta el ciudadano contemporáneo que participa en el mercado; ese individuo que, como mencionamos previamente, confiere al mercado el rol de agente regulador de sus preocupaciones y sus angustias frente al riesgo que implica vivir en un mundo global.

Los estudios biomédicos tienen un peso considerable en la explicación del riesgo alimentario por el uso de determinados ingredientes en el proceso de industrialización —conservadores, aditivos, grasas saturadas, entre otros—; sin embargo, desde una visión más amplia puede explicarse el riesgo a partir de las percepciones sociales, y es posible poner en evidencia que tales percepciones tienen un componente multifactorial que va más allá de la yuxtaposición entre lo industrializado *versus* lo natural, ya que se movilizan muchos otros elementos para definir lo que el riesgo alimentario implica (Zafra, Muñoz y Larrea, 2016). Desde una perspectiva socioantropológica, las preocupaciones que genera este riesgo se explican por el sentido de «incorporación», en tanto que el alimento pasa a formar parte de nuestro cuerpo, de tal modo que las características y atributos que se le confieren se transmiten directamente al cuerpo de la persona «comiente» (Poulain, 2002). A partir de estas consideraciones sobre el riesgo, a continuación retomaremos el hilo explicativo sobre las normas ISO en la alimentación.

La estrategia de certificación respaldada por estas normas ha evolucionado: de certificar únicamente los procesos de iniciativas con trayectorias y objetivos propios, ha pasado a ofrecer certificaciones específicas, como la sostenibilidad ambiental ISO,²⁷ cuyos criterios de control y verificación se basan en aquellos negociados en los mercados verdes y respaldados en los informe ESG (*Environmental, Social and Governance*) en inglés o ASG (Ambiental, Social y Gobernanza) en español; estos criterios se asocian a la toma de decisiones.

La trazabilidad es un concepto clave en la construcción de los dispositivos de comercialización en los que participan los campesinos indígenas. No obstante, la forma en que esta se traduce en los espacios culturales sigue pareciendo lejana y se concreta, básicamente, en las normas y la documentación que deben cumplirse para obtener una certificación que permita acceder al mercado. De igual modo, es innegable que el grado de información y comprensión —en el sentido de la incorporación de estas normas a los sistemas de valores culturales propios— varía entre los miembros de las cooperativas de campesinos cafetaleros. Ocupar un puesto directivo o mantenerse como socio sin esa responsabilidad marca la diferencia en cuanto a apropiarse de la información. Esto se observa en el tipo de discurso que ofrecen los productores cuando explican su participación en el sistema de comercio justo o de agricultura orgánica; se aprecia, igualmente, que los jóvenes son más abiertos a integrar el discurso que explica el funcionamiento y las ventajas del cumplimiento de las normas y los sistemas de gobernanza de las certificaciones.

El desfase que existe entre hombres y mujeres en las cooperativas en cuanto a su grado de participación en las actividades directamente relacionadas con la gobernanza es otro ámbito que se busca atender, ya que constituye un criterio de evaluación en las consideraciones sobre la sustentabilidad y, en general, en los criterios del comercio justo. Resolver la brecha de género no ha sido simple; ha pasado por momentos de avance, pero, en la práctica, es una tarea aún pendiente, ya que sigue siendo reducido el número de mujeres que figuran como titulares directas de derechos ejidales y sus participaciones tienden a acotarse en los roles de esposas, hijas o madres de los socios cafetaleros. Ciertamente la carga de trabajo doméstico y las relaciones patriarcales siguen siendo ejes explicativos para la baja participación de las mujeres

²⁷ Para más información, véase <https://www.iso.org/es/sectores/medioambiente>

en las organizaciones cafetaleras. Esto es algo que se reconfigura de manera diferenciada en las regiones, dado que recientemente se han registrado casos de mujeres jóvenes que se han articulado para comercializar café con el distintivo de ser producido exclusivamente por mujeres. Esto se explica, en parte, por los procesos migratorios, pues sigue siendo predominante la migración de varones hacia otros estados del país o Estados Unidos (Cárcamo et al., 2010; Sarmiento y Chávez, 2019). Es también un hecho que los dispositivos de comercio justo y los organismos no gubernamentales han impulsado la formación de grupos de mujeres para la comercialización de café, lo que ha derivado en un gran número de marcas que actualmente se ofrecen en el mercado bajo la referencia «café de mujeres».

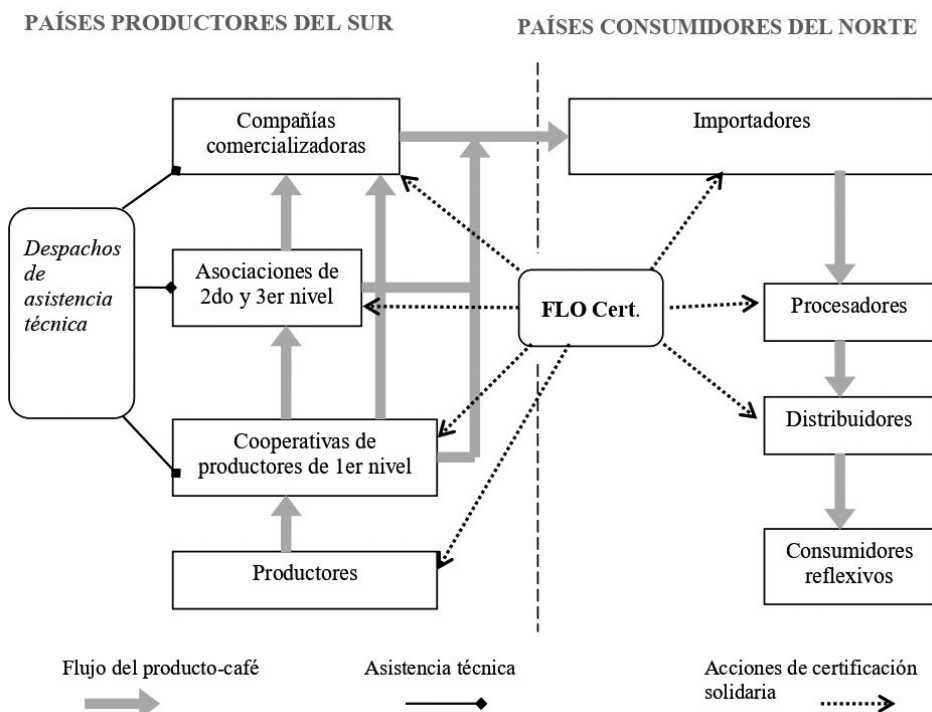
LOS FLUJOS DE LA CERTIFICACIÓN

Retomemos la reconstrucción de las líneas que explican el funcionamiento de FLOCERT. Esta agencia, que otorga los certificados, ofrece a las organizaciones cafetaleras la posibilidad de comercializar a través de este dispositivo. Para describir el proceso reconstruiremos los flujos del producto, la asistencia técnica y, por supuesto, las acciones que implica la certificación solidaria (véase figura 4).

En la figura 4, una línea punteada conecta los países productores del sur con los países consumidores del norte; en el centro del esquema figura FLOCERT, de donde parten las líneas punteadas finas que indican a quienes certifica. La labor certificadora de la agencia está dirigida a los actores de los países del sur, desde el productor individual de café hasta las cooperativas de primer nivel y las asociaciones de segundo y tercer nivel, términos que remiten al tipo de figura asociativa según el número de agremiados. La dinámica del mercado internacional empuja hacia una lógica competitiva. En cuanto al café, la exportación —generalmente por vía marítima— se realiza en contenedores con capacidad de 500 sacos de café, los cuales pesan cada uno 70 kilogramos —69 de café y uno del saco mismo—. Considerando estos volúmenes, una pequeña organización de cafetaleros indígenas no alcanza la escala necesaria para negociar en lo que algunos llaman «las grandes ligas». Esta situación ha llevado a la constitución de organizaciones de segundo y

tercer nivel, como sucedió en los casos de la UCIRI, en Oaxaca, y de las organizaciones cafetaleras que siguieron el camino que la primera trazó en la exportación de café con el sello de comercio justo.

Figura 4. Esquema del proceso de certificación solidaria de FLOCERT



Fuente: tomado de Doppler y González (2006: 197).

Habida cuenta de que las organizaciones cafetaleras indígenas incorporadas al comercio justo se consolidaron en el proceso productivo de café e incorporaron los procedimientos que les permitieron la certificación orgánica, la exportación se complejizó, por lo que se «justificó» la entrada en escena de un nuevo actor: las compañías comercializadoras. Estas son figuras asociativas de carácter privado, capaces de concertar la relación con los clientes comerciales, lo que implica, entre otras tareas, enviar muestras de café, negociar el volumen de venta, y definir el precio y las condiciones de pago que se concretarán en los contratos comerciales. Su tarea no acaba allí, ya que estas

compañías también llevan a cabo procesos relacionados con la exportación, como la obtención de los permisos aduanales y la recepción de la mercancía en los puertos de destino.

En este sofisticado contexto comercial, las cooperativas campesinas indígenas cedieron la responsabilidad de estas funciones a las empresas comercializadoras. En este sentido, el término «ceder» puede resultar cuestionable, pero, en realidad, no tuvieron otra opción. El sistema organizativo del mercado internacional del café de calidad prefiere —o precisa— tratar con agentes comerciales ágiles que den respuesta inmediata y que estén basados en una estructura gerencial. Entonces, ¿dónde queda el principio del comercio justo para certificar que el café proviene de pequeños productores? La solución que adoptó la compañía fue certificar a todos los agentes comerciales de la cadena productiva a fin de asegurar la trazabilidad de la calidad que certifican, entiéndase, comercio justo o solidaridad. La lógica de control de trazabilidad se aplica igualmente en el país consumidor.

En el seguimiento de las organizaciones indígenas cafetaleras de Chiapas, desde 1994 se ha observado un cambio en las estructuras internas de asistencia técnica. Apostar por un café solidario y, más tarde, por la calidad orgánica se tradujo en el mejoramiento de las condiciones mismas del cultivo. La línea marcada por la UCIRI en Oaxaca fue seguida por las organizaciones de Chiapas, las cuales llegaron a contar con excelentes técnicos comunitarios que capacitaron a los grupos de productores en el manejo de podas, el control y la diversificación de la sombra, la preparación de compostas con la pulpa de café, el manejo de almácigos y el proceso de despulpado y beneficiado húmedo. Sin embargo, una vez que las organizaciones de productores se especializaron, fueron cediendo responsabilidades a los nuevos agentes; fue así como emergieron los despachos de asistencia técnica. De hecho, estos nuevos agentes cobraron fuerza al mismo tiempo que el sector gubernamental y la banca comercial se interesaban en financiar al sector cafetalero en auge. Los esquemas crediticios para el acopio de café de un buen número de organizaciones indígenas cafetaleras han funcionado con la banca de desarrollo de segundo piso,²⁸ como es el caso de los Fideicomisos Instituidos

²⁸ El término «banca de segundo piso» se refiere a las instituciones orientadas al desarrollo económico que no están facultadas por la legislación nacional para otorgar créditos de manera directa, por lo que para hacerlo deben recurrir a la estructura bancaria de primer piso autorizada.

en Relación con la Agricultura (FIRA), un agente del Banco de México, cuyos alcances están lejos de fomentar el desarrollo, como se señala en la siguiente cita: «[...] la intervención de la banca de desarrollo del sector rural se concentra básicamente en colocar recursos, arriesgar poco, no aportar innovaciones para el desarrollo de los procesos financieros, ni asumir un papel protagónico» (De la Vega et al., 2017: 27).

El esquema de financiamiento del FIRA abarca también apoyos a la reconversión productiva orgánica bajo el modelo de asesores externos que operaba desde los años ochenta del siglo pasado. En general, FIRA otorga créditos a las organizaciones cuyos agremiados no tengan malos antecedentes crediticios; son susceptibles de financiamiento los componentes de infraestructura para la producción como los patios de secado, las despulpadoras, los costos de inspección y certificación orgánica y, por supuesto, el acopio de la cosecha. Con el objetivo de garantizar el éxito del proyecto financiado, se exige la contratación de un equipo técnico denominado «despacho». A diferencia de los cuadros técnicos que se formaron en las organizaciones cafetaleras pioneras en los mercados alternativos de Oaxaca y Chiapas, los «despachos» son instancias externas desligadas de los procesos sociales de las organizaciones cafetaleras indígenas que pasaron a ofrecer un servicio. Estas condiciones derivaron en un gran número de fracasos y en la generación de carteras vencidas entre las organizaciones cafetaleras de reciente creación que buscaban abrirse un espacio en el mercado internacional a través de las certificaciones de comercio justo o agricultura orgánica (González y Nigh, 2005).

Estos agentes financieros cobraron importancia en el ámbito de la cafeticultura indígena vinculada a los mercados de exportación, pero entraron en una fase de debilitamiento con la llegada de la devastadora crisis de la roya del cafeto.²⁹

²⁹ La roya se reportó en México desde 1981 y adquirió un carácter catastrófico a partir de 2012. Sus daños son más severos en la variedad arábica, justamente en la que se enfocaron las organizaciones indígenas orientadas a la exportación con sellos de comercio justo y agricultura orgánica. La siguiente cita no deja duda de la debacle que causó: «A nivel nacional, ha provocado una reducción en la producción de más de 50 % entre 2012 y 2016 (de 4.3 millones a sólo 2.2 millones de sacos de 60 kilos) (USDA 2013, 2016), lo que corresponde a los niveles más bajos de los últimos 50 años» (Escamilla, 2016: 5-6, citado por Henderson, 2019: 389).

NUEVAS FORMAS DE COYOTAJE

Uno de los grandes objetivos y logros iniciales del comercio justo fue dismantelar las estructuras de explotación que ejercían los coyotes³⁰ en los países productores (véase figura 4). Recordemos que el término «coyote» se utiliza en el medio rural para referirse a los agentes comerciales que recorren las zonas cafetaleras y compran el grano a los productores. Como abordamos ampliamente en el capítulo anterior, los coyotes compran a los productores directamente y, en general, ejercen una posición de dominio en la medida en que son quienes valoran la calidad del grano y fijan el precio, pues saben que, probablemente, son las únicas personas que llegarán a comprar el café en determinadas zonas. Tras la intervención de los coyotes, la cadena comercial sigue su camino hacia otros actores que cuentan con mayor capacidad de compra o directamente se entrega a las grandes compañías cafetaleras que existen en la región. Sin embargo, estos agentes comerciales son poco comunes, pues el comercio justo favoreció su reducción, al menos en el segmento de mercado del café.

En relación con los agentes comerciales de los países consumidores o del norte, FLOCERT ejerce su acción de manera continua sobre importadores, procesadores y distribuidores. En esta parte del proceso se mantiene el principio de trazabilidad y se verifica el cumplimiento de las condiciones para el establecimiento de contratos y de pagos bajo el sello de comercio justo.

Los criterios de FLOCERT no han sido los mismos desde su creación en 1997 hasta nuestros días, ya que se han afinado y creado sistemas de monitoreo para su validación. No obstante, algunas consideraciones fundamentales en los planteamientos del comercio remiten, sobre todo, a las relaciones comerciales mismas; en primer lugar, al pago de un precio justo —se incluyen elementos relacionados con los costos de producción y salarios, entre otros—. Igualmente, como punto de partida indispensable se lleva a cabo la firma de convenios o contratos comerciales, y las diferencias que surjan deben resolverse mediante el diálogo; en estos convenios se estipulan los volúmenes de compra, el precio y las condiciones de prefinanciamiento.

³⁰ El término coyote se usa en varios contextos en México. En el caso que nos ocupa, hace referencia a los intermediarios comerciales, locales o externos, quienes, dadas las condiciones de aislamiento geográfico u otras de tipo social, frecuentemente toman ventaja y pagan a los campesinos precios muy bajos por sus cosechas.

El acopio de la cosecha es el «talón de Aquiles» de las organizaciones cafetaleras indígenas. Contar con el dinero suficiente para ofrecer un pago a sus agremiados en el momento de la entrega, al menos parcial, es fundamental para el reconocimiento y la permanencia de su membresía. Por ello, la oportunidad de recibir un prefinanciamiento, junto con el precio justo, es el mayor incentivo que motiva a las organizaciones indígenas cafetaleras para formar parte del dispositivo de FLO.

Como se señaló antes, FLOCERT ha afinado sus mecanismos de supervisión en cuanto al cumplimiento de los criterios que exige; sin embargo, persiste una gran fragilidad, ya que estos mecanismos se basan únicamente en la revisión documental de los contratos firmados y en las declaratorias de cumplimiento de los criterios. Pero ¿hasta qué punto estos contratos se negocian de manera honesta? Aunque el uso de esta palabra puede resultar altisonante para un gran número de empresas que utilizan la certificación de FLO, esto no ha sido impedimento para que algunas negociaciones concluyan en que la organización cafetalera acepte vender mayor volumen de café, en detrimento de recibir el prefinanciamiento, o incluso que el precio justo se aplique solo a un parte del volumen total negociado.

Situaciones como la descrita me han sido relatadas por miembros de organizaciones cafetaleras indígenas de Chiapas que participan en FLO. Este tipo de negociaciones suele ocurrir en un ambiente velado, lo que podría acarrear consecuencias negativas no solo para el importador, sino también para la organización campesina, dado que ambas partes infringen las normas.

El prefinanciamiento presenta varias aristas complicadas y los productores no lo ejercen realmente, como se describe en la siguiente cita que figura en un estudio realizado por la Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH):

Los productores solo reciben el pago por su café cuando lo entregan en el almacén de su organización. Este pago es en realidad un monto fijo que se reajusta al final del año según los costos de transformación de ese período. Esto se debe a que, en el pasado, algunas organizaciones ofrecieron prefinanciamiento a sus productores, pero estos no entregaron el café comprometido, lo que obligó a las organizaciones a absorber un déficit. Actualmente, los productores venden sus primeros sacos de café cosechado a intermediarios locales, lo que les permite

obtener la liquidez que necesitan durante el período de cosecha. Algunas organizaciones incluso fomentan esta práctica entre sus productores al inicio y al final de la cosecha, ya que se trata de café de menor calidad, lo cual representa un problema para las organizaciones al momento de vender ese café en el mercado de comercio justo (Bisaillon, Gendron y Turcotte, 2005: 80-81, traducción propia).

En el sistema de comercio justo, más allá de las voluntades, los coyotes locales siguen cumpliendo el rol, poco reconocido, de financiadores para los campesinos en las áreas rurales aisladas durante los periodos de cosecha. Valdría decir que, en algunos casos, establecen relaciones de amistad y solidaridad con los campesinos cafetaleros a quienes compran su café. Indudablemente, estas aristas del rol que desempeñan los coyotes locales quedan muy alejadas de las relaciones a distancia que se establecen en el mercado internacional.

Podría afirmarse que «no todo es blanco y negro», ya que, en algunos casos, las empresas compradoras dentro del sistema de comercio justo entregaron el anticipo correspondiente sin llegar a recibir el grano en Europa debido a problemas internos de las cooperativas (Bisaillon, Gendron y Turcotte, 2005: 80-81). Ante hechos de este tipo, algunos compradores optan por recurrir a bancos de desarrollo internacionales, lo cual presenta igualmente contingencias, como se señala en la siguiente cita:

La cooperativa es candidata a un crédito [con un banco de desarrollo] siempre y cuando entregue como garantía el contrato de venta que han pactado entre la cooperativa y el comprador. El banco, una vez que valora el caso, le otorga el crédito a la cooperativa con cierto porcentaje de intereses, no significativamente elevados. «Después el banco recibe el pago del cliente comprador, ya no de la cooperativa. Esas son las prácticas comerciales que se tienen que organizar» (agente comercial de empresa de comercio justo en Europa con clientes en Chiapas) (González Escalante, 2024: 188).

La estrategia comercial establecida ofrece seguridad a los compradores y a los bancos, pero deja en una posición incómoda, por decirlo suavemente, a las cooperativas, lo que reproduce una situación de tutelaje y subordinación, y no se les reconoce su plena autonomía como agentes comerciales

que gestionan créditos. En todo caso, los importadores harán presión sobre las organizaciones de productores para ganar en la negociación; dicho de una manera coloquial, estos agentes pueden asumir el comportamiento estereotipado de los «coyotes» en una nueva versión. Entonces, la paradoja del comercio justo radica en que eliminó los coyotes en los países productores de café, pero se crearon nuevas figuras y esquemas que reproducen los comportamientos originalmente sancionados.

La creación de los bancos internacionales puso en evidencia las normas de la globalización, ya que se pasó de negociar entre agentes comerciales, al campo de la financiarización. La materia prima, así como el trabajo de los cafetaleros indígenas, se convierten en instrumentos financieros que protegen el capital del riesgo, pero no la materia prima —el café— ni el trabajo invertido. El riesgo, en todo caso, lo siguen corriendo únicamente los campesinos, porque los agentes comerciales de las «grandes ligas» crean su propio espacio de certidumbre. Visto de esta manera, el sistema de comercio justo refleja otra arista nada halagüeña y poco discutida en los innumerables trabajos que se centran en el análisis de sus normas en términos formales y hacen referencia a la OMC, pero en los que no se cuestiona el fundamento central que ha convertido este organismo en el regulador de los intereses de la vida social de los pueblos y, sobre todo, de la agricultura, la alimentación y la salud.

La información sobre los mecanismos de financiarización movilizados en el comercio justo es difícil de recuperar debido al secretismo y la distancia, de todo tipo, de las empresas comercializadoras y de los bancos que intervienen en las operaciones del sistema. Sin embargo, es evidente el rol que juega la financiarización en el contexto de la globalización contemporánea, ampliamente estudiada por Bonanno; para puntualizar, se retoma a continuación la conceptualización propuesta por este autor sobre esta práctica que asola al mundo productivo:

La financiarización es un proceso económico surgido a fines de la década de 1990 e impulsado por desregulación neoliberal y la crisis del sector productivo. Está basado en dos tendencias. Primero, en el predominio —en términos de ganancias— del sector financiero sobre la economía real (la manufactura y agricultura). Segundo, en la reducción del valor producido por instrumentos financieros, es decir, activos negociables dentro de esos mercados. Este proceso,

hegemonizado por grandes bancos y empresas, se caracteriza por la racionalidad cortoplacista, la desproporción entre ganancias y salarios, la especulación, la inestabilidad económica y la incertidumbre (Bonanno, 2024: 635).

Estas nuevas relaciones entre las organizaciones cafetaleras y los bancos de desarrollo internacional reproducen la misma posición que anteriormente se mantenía con los coyotes que compraban sobre el terreno. Al llegar a una comunidad, los coyotes compraban a los cafetaleros sin que estos conocieran el precio en la bolsa, una información que ellos sí conocían, lo que los situaba en una posición de ventaja. En los casos de financierización, las organizaciones conocen poco sobre las condiciones de los contratos de los créditos que reciben «gracias» a la intervención de los compradores de comercio justo; por lo general asumen que recibirán «buenas condiciones crediticias», pero carecen de los elementos que les permitan comprobarlo. Este es el motivo por el cual, si bien estos créditos resuelven la necesidad de fondos para el acopio de las cosechas, las relaciones comerciales siguen estando basadas en una información asimétrica entre los cafetaleros indígenas y los compradores del sistema de comercio justo, ahora con la presencia de los nuevos agentes bancarios internacionales. Al mismo tiempo, esta situación evidencia la ausencia del Estado —en este caso, en México—, que no ofrece opciones de financiamiento a los pequeños productores.

Retomando el hilo conductor, las críticas al funcionamiento del proceso de certificación de FLO han sido abordadas en distintos momentos por diversos autores, algunos mediante un rechazo absoluto, como es el caso de Christian Jacquiou (2006). Las referencias de este autor quizá carecen de una contextualización detallada de los casos específicos y de una visión analítica más fría del dispositivo de FLO; es decir, podría no limitarse a considerarlo como el «actor malo», sino entenderlo como parte del mecanismo en el que se gestan los arreglos globales del mercado internacional y de las instancias que lo forjan.

Por otra parte, Raynolds y Wilkinson (2007) señalan la presión que ha ejercido el comercio justo por aceptar los procedimientos de certificación ISO 65, e igualmente se plantean dudas sobre los resultados de estas medidas.

El comercio justo también enfrenta un aumento de la presión regulatoria por parte del Estado. FLO ha sido presionada para alinear sus procedimientos con

la verificación ISO 65, principalmente por preocupaciones relacionadas con la trazabilidad. Mientras que el sector corporativo privado —particularmente el minorista— lidera la regulación global de los estándares de calidad, los estrechos vínculos entre la calidad y los problemas de seguridad cada vez más inciertos reavivan cuestionamientos sobre la naturaleza y el alcance de la regulación pública (Raynolds y Wilkinson, 2007: 39, traducción propia).

Por supuesto, no todos los casos de comercio justo están marcados por relaciones negativas; lo que buscamos en este análisis es poner en evidencia que el sistema de control a través de los sofisticados y caros mecanismos de calidad asentados en la certificación bajo las normas ISO —impuestos por el mercado internacional— no garantizan la eliminación de las prácticas negativas, lo cual oscurece la idea original del dispositivo de comercio justo.

VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN Y DE COMERCIALIZACIÓN

A lo largo del proceso del comercio justo, como se ha mencionado, la trazabilidad es uno de los principios clave a lo largo de la cadena global de las mercancías; los objetivos responden a diversos intereses. Fundamentalmente, el dispositivo de coordinación del comercio justo vela por el cumplimiento de las expectativas de los consumidores finales reflexivos, quienes comprarán productos que cuenten con el sello; de ahí la importancia de la trazabilidad. Solo el café o cualquier otra mercancía que haya accedido al dispositivo de coordinación a través de la certificación de FLOCERT debe llevar el sello que garantiza la confianza en el trabajo a lo largo de la cadena. Asimismo, otro objetivo del mecanismo de trazabilidad consiste en vigilar los flujos del volumen de la mercancía y, por ende, del valor de negocio generado. Los documentos que amparan las operaciones comerciales indican el volumen que se moviliza, sobre el cual FLO aplica los cobros correspondientes por el derecho de uso del sello. Entonces, si por un lado la trazabilidad tiene el objetivo noble de respaldar la confianza expresada por el consumidor reflexivo en su acto de consumo, por otro es un mecanismo de auditoría y control con fines comerciales.

Es posible considerar que no hay nada extraordinario en este planteamiento en tanto que vigila la cadena global de las mercancías y el cumplimiento de los preceptos o principios éticos con los cuales surgió el sistema, pero resulta válido plantearse la pregunta: ¿dónde queda la capacidad de innovación del dispositivo de coordinación del comercio justo, el cual se pretende que sea un mecanismo alternativo al mercado convencional? Otra pregunta interesante sería la siguiente: ¿quién o quiénes asumen los costos de este complejo sistema de control de trazabilidad del producto? En cuanto a innovación, parece que el sistema se ha quedado corto, ya que, al haber elegido como estrategia el uso del sello, únicamente reproduce el mecanismo utilizado por cualquier otra marca, aunque con valores éticos. En cuanto a la distribución de los costos, todo parece indicar que los extremos de la cadena de valor son los más vulnerables.

Antes de abordar los cambios más recientes en los criterios de FLO, es importante analizar algunos elementos que permitan ubicar la importancia económica del comercio justo conforme al volumen de negocio en el sector café. Retomo los datos de Fair Trade International (2024), en cuyo informe estima que, en 2022 en América Latina y el Caribe el 62 % del volumen de ventas se había llevado a cabo bajo este sello, frente al 38 % del café convencional; en el informe, México ocupaba el quinto lugar, con 13 185 toneladas métricas. La lista de producción estaba liderada por Perú y Honduras, con 59 818 y 51 729 toneladas métricas, respectivamente, seguidos de Colombia y Brasil, con 32 450 y 16 539 toneladas métricas. Estos datos evidencian que México, pese a ser el país pionero en el uso de este sello, se encuentra muy por detrás de los países de América del Sur en cuanto a los volúmenes que hoy comercializa, un tema que sin duda ameritará reflexiones específicas.

En cuanto a las cifras sobre la participación de México en el sector cafetalero, nos dimos a la tarea³¹ de buscar bases de datos sobre la producción intercambiada bajo el esquema de comercio justo, aunque, desafortunadamente, no encontramos resultados. Buscamos otras fuentes indirectas, pero solo localizamos algunos referentes. Respecto a estadísticas oficiales de México, todo parece indicar que no se ha llevado a cabo una sistematización consistente de información sobre la producción nacional que se intercambia

³¹ En la revisión de estos datos recibí el apoyo de la doctora Ángeles Tépo, economista especialista en estudios de mercado y conocedora del sistema de comercio justo.

a través del sistema de comercio justo. Sin embargo, en el caso de Fair Trade International sí existe un poco más de información, aunque no es homogénea; es decir, hay datos para ciertos años y productos, pero no siempre están desagregados por país.

Según la información disponible en la página web de Fair Trade International, los primeros informes datan de 2004, año en que el registro de café en México fue de 10 000 toneladas métricas (Fair Trade International, 2010: 7). El último dato identificado para este país corresponde a 2023, con 13 185 toneladas métricas (Fair Trade International, 2024: 8). En el informe de este organismo sobre América Latina y el Caribe de ese año, se incluye cierta información sobre miel y se identifican los reportes anuales que contienen datos sobre la producción de café, aunque no desagregados por país; en otros casos, se menciona información sobre otros productos, pero no sobre el café.

Como se aprecia, no existe un rubro que permita identificar las exportaciones mexicanas que utilizan este sello, hecho que es diferente en el sistema de la agricultura orgánica, sobre el cual sí existen cifras oficiales.

En función de los principios de transparencia del dispositivo de comercialización del comercio justo, TépoX considera lo siguiente:

[...] es indispensable la creación de un sistema de estadísticas a nivel oficial, tanto de instancias gubernamentales como del propio dispositivo, para analizar la dinámica del intercambio comercial bajo este esquema. Tener información estadística, a su vez, es una pieza clave para generar indicadores que probablemente arrojen luz sobre los impactos del comercio justo y sobre todo que se puedan cuantificar (Ángeles TépoX, comunicación personal, noviembre de 2024).

El vacío de información sobre comercio justo en lo relativo a cifras homogéneas y consistentes es posible que no sea fortuito, sino que puede obedecer a que se trata de un sector reglamentado por la Organización Mundial del Comercio (OMC), aspecto que analizaremos más tarde.

¿QUÉ OTRAS NORMAS SE IMPONEN?

La revisión de los estándares y normas que se validan para las certificaciones de valores éticos queda como una tarea pendiente de profundizar. Para abordar algunos de ellos, de especial relevancia para la vida comunitaria de los miembros de las organizaciones cafetaleras, pueden mencionarse aquellos que remiten a la aplicación del concepto y la práctica del ejercicio democrático.

El sistema de comercio justo requiere que las organizaciones de productores que busquen esta certificación cuenten con prácticas democráticas. Este criterio se valida mediante la revisión de las actas de los grupos comunitarios y de las asambleas generales en las que participan los representantes o delegados —titular y suplente— de dichos grupos. Las actas deben reflejar el proceso de votación sobre los puntos discutidos en las reuniones; es decir, el número de personas que votaron a favor, en contra y las abstenciones. En estas reuniones puede observarse que la votación se realiza a mano alzada. Sin embargo, es una realidad que la definición de procesos y la toma de decisiones no se lleva a cabo en estos espacios, sino que previamente, en ámbitos íntimos como las cocinas y patios de las casas familiares, se han discutido los pros y contras de los problemas que habrán de resolverse. Es penoso que estos procesos sociales no sean reconocidos y respetados dentro de los estándares de comercio justo.

Valdría la pena preguntarse cómo se evaluaría —dado que actualmente no ocurre— en el sistema de comercio justo el trabajo de los lobistas de consorcios globales como Nestlé o Starbucks —por mencionar solo un par de ejemplos— en las tomas de decisiones que se gestan al interior de organismos como la ONU y la OMC.

En este orden de ideas, resulta pertinente abordar el controvertido tema de la aplicación de la prima social que se paga a las organizaciones campesinas en el sistema de comercio justo. En este caso, la norma establece que dicha prima debe aplicarse a proyectos de beneficio social colectivo; sin embargo, la gama de opciones es muy diversa, ya que las organizaciones pueden destinarla a cuestiones de infraestructura productiva —como el mejoramiento de patios de secado o la adquisición de despulpadoras, entre otros de mayor envergadura—, cuyo beneficio se refleja directamente en la

actividad productiva. En otros casos, esta prima social se distribuye directamente y de manera equitativa, en función de los volúmenes que cada socio entrega a la organización. Las formas en que se aplica la prima social pueden ser varias; sin embargo, en todos los casos se exige un proceso de registro, documentación, transparencia y comunicación hacia el conjunto de agremiados de la cooperativa.

Estas consideraciones no pueden sino resultar lógicas y justas. Entonces, ¿cómo podrían cuestionarse si todo «apunta» al desarrollo de las organizaciones campesinas? Desafortunadamente, existen elementos que permiten cuestionar el cumplimiento de esta norma. ¿Quién ha otorgado al dispositivo de comercio justo la capacidad definir qué es «lo válido» en la correcta aplicación del pago que denominan «prima social»? ¿Hasta cuándo las organizaciones campesinas serán consideradas «menores de edad», como entidades cuyo buen comportamiento debe ser vigilado? Y, más grave aún, ¿hasta cuándo se cuestionará su derecho a ejercer y administrar el pago por las cosechas de sus parcelas?

Algunas personas podrían argumentar que la acción de control y vigilancia del comercio justo se justifica por la falta de sistemas de gobernanza interna sólidos que garanticen el correcto uso y distribución de los pagos realizados dentro de este dispositivo. Probablemente esto sea cierto en algunos contextos, pero no justifica la postura ni la acción de control. En este sentido, es necesario explorar otras vías para construir sistemas de gobernanza democráticos, transparentes y justos.

CAMBIOS EN LOS CRITERIOS DE FLO

El análisis del dispositivo de comercio justo a través de FLO —utilizado aquí como ejemplo de este tipo de dispositivos de coordinación basados en el uso de sellos— obliga a revisar los cambios que repercutieron de manera significativa en las organizaciones cafetaleras de Chiapas y, sin duda, en las de todos los países cafetaleros.

Probablemente el cambio en las normas que más afectó a los pequeños productores de café fue la decisión de permitir la participación en el dispositivo de FLO de las grandes plantaciones bajo el modelo de finca de

tipo empresarial privado. Esta medida existió desde un principio en el caso del té proveniente de países asiáticos; sin embargo, para el café, producto emblemático, la apuesta consistió en priorizar a los pequeños productores en respuesta a las realidades de los países latinoamericanos. A continuación, analizaremos los argumentos que indujeron este cambio, tanto en términos formales o declarados por FLO, como en otros no del todo evidentes.

Bajo el argumento de apoyar al sector cafetalero basado en el trabajo de jornaleros agrícolas, se abrió el espacio para empresas con buenas prácticas sociales hacia sus trabajadores, definidas en los siguientes puntos:

- prácticas empresariales responsables y relaciones comerciales fiables a largo plazo
- precios más justos y mejores condiciones laborales para agricultores y trabajadores,
- ausencia absoluta de trabajo infantil, forzado o de explotación,
- producción sostenible de alimentos y protección del medio ambiente,
- equidad de género y
- libertad de asociación de los trabajadores.³²

Estas generalidades se desglosan en documentos específicos disponibles en el sitio web de FLOCERT en función del producto que se certifique.³³

Este lanzamiento, que partió del noble argumento de incidir en la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores agrícolas en el sistema de plantación de café, significó ampliar las ventas bajo el sello de FLO, aunque muy pronto surgieron inconformidades en el sector cafetalero de América Latina. Debe tomarse en cuenta que, en particular, el café latinoamericano de pequeños productores se volvió emblemático como pionero en el uso del sello como estrategia comercial del comercio justo.

Estos cambios abrieron la puerta del comercio justo a las fincas de propiedad privada, y Chiapas no fue la excepción. Igualmente, se dio entrada a corporaciones transnacionales. Otro ejemplo de este tipo de inequidades se observa en la situación de los campesinos cafetaleros de la Reserva de la Biosfera El Triunfo en Chiapas, quienes, bajo las políticas de la organización no gubernamental estadounidense Conservación Internacional —financiada

³² Véase la sección «Criterios de cumplimiento» en la página web de FLOCERT: <https://www.flocert.net/es/criterios-de-cumplimiento/>

³³ Véase la página web de FLOCERT: <https://www.flocert.net/>

por la Agencia para el Desarrollo de Estados Unidos—, recibieron financiamiento para cumplir con los criterios de certificación de comercio justo y café de sombra,³⁴ bajo una estructura de «colaboración» con Starbucks como único comprador. De este modo, Starbucks puede impulsar campañas publicitarias que ofrecen a los consumidores una imagen de solidaridad social y ambiental, aunque las compras que realiza bajo estas condiciones no representan ni el 1 % del volumen de sus ventas (González y Nigh, 2005; Renard y Pérez-Grovas, 2007).

Este tipo de apuestas en el sistema de comercio justo abrió un camino claro para que las empresas privadas pudieran acreditar sus buenas prácticas laborales y ambientales y, con ello, encontraran un espacio en la preferencia de los consumidores reflexivos. Sin lugar a duda, esto implicó la aparición de un nuevo competidor en el segmento del comercio justo. La posibilidad de crear una imagen positiva permitió a las empresas no solo beneficiarse de un mejor precio bajo este sistema, sino también extender esa buena imagen de responsabilidad social al conjunto de sus ventas.

La acción de los consumidores, las nuevas normativas de los Estados nacionales y la capacidad organizativa de los sindicatos en distintos sectores productivos agrícolas e industriales condujeron a la apertura de otro campo de acción de las certificaciones, identificado como «responsabilidad social de las empresas», que se ha movilizado en diversas áreas productivas industriales y en cultivos vinculados a los mercados internacionales (Gendron y Girard, 2013),³⁵ como el café —lo cual analizaremos posteriormente— o la palma africana (Castellanos, 2024) en Chiapas, o el aguacate de Michoacán (Villafán y Ayala, 2014).

Las ventas de FLO han mantenido un ritmo de crecimiento constante. Sin embargo, no solo fueron las empresas privadas las interesadas en posicionar

³⁴ El café de sombra (*shadow coffee*) es una etiqueta que fue generada para «dar servicio» a consorcios internacionales que buscaban tener esta imagen de «buena conciencia» ambiental y social; sin embargo, los criterios ambientales que manejan se encuentran muy por debajo de los estipulados originalmente por las agencias pioneras de agricultura orgánica. Esto es lo que coloquialmente se ha dado en llamar la *lightización* de los sellos con criterios ambientales y sociales.

³⁵ Corinne Gendron y su equipo de colaboradores de la Universidad de Quebec, en Montreal, realizaron trabajos pioneros sobre comercio justo y, posteriormente, se han enfocado en los estudios sobre responsabilidad social de las empresas, como una muestra de esta tendencia hacia procesos de certificación con criterios de sustentabilidad. Puede consultarse la evolución de las publicaciones de Gredron en: <https://professeurs.uqam.ca/professeur/gendron.corinne/>

su producción en este segmento de mercado. En el interior de FLO, así como entre los agentes comercializadores de los países consumidores, surgieron nuevas reflexiones: ¿hasta cuándo se apoyaría a las cooperativas pioneras?, ¿cuánto tiempo deberían permanecer en este nicho de mercado como entrenamiento para insertarse en el mercado convencional?, ¿cuándo alcanzarían las organizaciones con mayor trayectoria en el comercio justo la capacidad para producir café de alta gama, como los de especialidad más competitivos en el mercado internacional?

A la par de estas discusiones, se intensificó la presión sobre los países del África Subsahariana y sobre Vietnam para integrarse a los esquemas de comercio justo; este último país se posicionó en 2002 como el segundo productor de café a nivel mundial y el primero de la variedad robusta.³⁶ Las agencias internacionales de desarrollo, como el Banco Mundial, incidieron en estos países para apoyar la inserción de la cafecultura en los procesos de certificación de comercio justo y agricultura orgánica. Más allá de los logros alcanzados, las dificultades derivadas de las carencias en infraestructura, el cambio climático y la fluctuación de los precios internacionales siguen dejando en una situación vulnerable a los pequeños productores de estos países (Giovannucci et al., 2004; Huu Nong et al., 2021).

UNA NUEVA APUESTA: EL SELLO PEQUEÑO PRODUCTOR

La inserción de organizaciones cafetaleras de otras regiones del mundo en el sistema de comercio justo hizo necesaria una revisión de los costos de producción como referente utilizado para determinar el precio mínimo que se otorgaba al productor —base para definir un precio equitativo— en el dispositivo de coordinación de FLO. En este sentido, un logro sustancial, no fácil de alcanzar, fue que FLO reconoció estos diferenciales. Actualmente, existe una mayor especificación de los precios mínimos de los productos comercia-

³⁶ El posicionamiento vertiginoso de la producción de café de Vietnam a nivel mundial fue consecuencia de las políticas de inversión para el desarrollo impulsadas por el Banco Mundial y por el Departamento de Desarrollo Internacional, órgano del gobierno del Reino Unido (Giovannucci et al., 2004: 10).

lizados con el sello FLO, y en el caso del café estos se definen en función de las distintas regiones productoras del mundo, así como de las variedades.³⁷

El sector latinoamericano cafetalero, caracterizado por una larga trayectoria organizativa, percibía que el comercio justo bajo el sello FLO había desdibujado su principio inicial de apoyo a los pequeños productores; por ello, emprendió una nueva estrategia a través de la definición de un nuevo sello que se agregó al de FLO. Se trata del Sello Pequeño Productor (SPP), cuya imagen puede observarse en la figura 5, la cual representa de manera estilizada la cooperación entre productores y, de algún modo, evoca trazos de las culturas prehispánicas.

Figura 5. Logo del Sello Pequeño Productor (SPP)



Fuente: tomado de <https://SPP.coop/el-spp/nuestra-historia/> (consulta: agosto de 2024).

El nuevo dispositivo de coordinación se concretó en 2006 a través de la Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo (CLAC), retomando principios básicos de FLO, pero enfatizando la comercialización exclusiva de café producido por pequeños productores, hecho que refleja una revitalización de los lazos de las organizaciones pioneras del comercio justo, tal como se resalta en la siguiente cita:

En el caso de Chiapas, cerca de diez organizaciones cafeticultoras cuentan con la certificación SPP, entre las que se encuentran: Unión Majomut, Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH), Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende (CIRSA), Finca Triunfo Verde, Unión de Ejidos y

³⁷ Puede consultarse en línea la tabla de precios mínimos y la prima de comercio justo Fairtrade en: https://files.fairtrade.net/Fairtrade_Minimum_Price_and_Premium_Table_SP_PUBLIC.pdf (consulta: agosto de 2024).

Comunidades San Fernando. Y a nivel nacional, organizaciones históricas como la Coordinadora Estatal de Productores de Café del Estado de Oaxaca (CEPCO), la Unión de Comunidades de la Región del Istmo (UCIRI) y Tosepan Titataniske ostentan el sello (SPP, 2019). Buena parte de estas organizaciones, pioneras en el Comercio Justo, fungieron como colaboradoras en la conformación del sello SPP (Tépoxy y González, 2021: 204).

La nueva estrategia del SPP constituye una manera de «recuperar el buen camino» del comercio justo; no obstante, retoma entre sus mecanismos el mismo planteamiento de certificación por organismos de tercera parte, igualmente validado por los estándares de calidad ISO, en particular por la norma número 65, especializada en la certificación de productos agrícolas. Puede afirmarse que, actualmente, el SPP se ha posicionado entre los consumidores y que las organizaciones han encontrado aliados para comercializar de forma simultánea bajo los dos sellos. Aunque esto constituye un logro, otras realidades se imponen como negativas: por un lado, la dependencia a los sistemas de certificación impuestos por el mercado internacional y, por otro, que las organizaciones deben asumir un nuevo costo: la certificación del SPP. Sin embargo, este hecho no es percibido de la misma manera por todos los miembros de las cooperativas; para los fundadores, el SPP constituye una acción de lucha, un símbolo de persistencia, mientras que para los miembros jóvenes se reduce a un requisito más para comercializar el café de la cooperativa (Tépoxy y González, 2021: 205).

El dispositivo de coordinación SPP se consolidó como propuesta de la CLAC en 2006 y creó una instancia sin fines de lucro con sede en México para actuar en la constitución del sello. En sus inicios, quienes conocían bien la trayectoria de Max Havelaar, y posteriormente de FLO, tenían poca confianza en la propuesta, ya que consideraban que debilitaría lo alcanzado por FLO-Internacional.³⁸

SPP ha experimentado un proceso de afianzamiento; en 2011 lanzó el sello como una iniciativa global, con lo cual dio la oportunidad de participar a organizaciones de otras regiones del mundo. Su sitio web ofrece una base de

³⁸ Entrevista a Guy Durand en 2016, primer presidente de la asociación Max Havelaar Francia, quien ha sido investigador y participante del movimiento de comercio justo en Francia, en ocasión de su visita a la cooperativa Majomut en Chiapas.

datos que permite identificar a las organizaciones que participan, detallando el tipo de producto que ofrecen y el estado de la certificación. Uno de los puntos que es importante resaltar de esta experiencia es que las organizaciones campesinas tienen derecho a voto en la asamblea general, un asunto que se desdibujó en los procedimientos de FLO.³⁹ A esta gran diferencia se suman otras relacionadas con las medidas que buscan incidir en la reducción de los costos de operación del sistema para el conjunto de los agentes que participan en el dispositivo de coordinación.

Podría afirmarse que el futuro del SPP ya no está en duda,⁴⁰ pero ¿hasta cuándo podrá realmente posicionarse de manera independiente del sello de FLO? Aunque persiste el desafío de ampliar el consumo en los países netamente consumidores, se busca de manera paralela fortalecer los mercados nacionales de los países productores e impulsar colaboraciones orientadas a un mercado sur-sur. Esto se hace cada vez más perentorio ante las condiciones que están en puerta a partir de la normativa FLO, en respuesta a las preocupaciones y a la agenda ambiental de los países europeos.

NORMAS DE FLO FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO Y LOS DAÑOS AMBIENTALES

Las preocupaciones ambientales, derivadas principalmente del cambio climático como proceso global, se han incorporado a la agenda del dispositivo de coordinación de FLO y se concretan en nuevos criterios que deben cumplir las organizaciones campesinas. En México, la mayor parte del café certificado por FLOCERT se exporta con una certificación orgánica que es independiente de los criterios de FLO; sin embargo, los clientes europeos prefieren adquirir productos con la doble certificación. Particularmente, las organizaciones cafetaleras y productoras de miel de Chiapas se orientan a clientes que adquieren con esta doble certificación, de ahí que las implicaciones de la nueva reglamentación europea tengan una influencia significativa para ellas.

³⁹ Información tomada de <https://SPP.coop/el-spp/nuestra-historia/> (consulta: agosto de 2024) y obtenida a partir del seguimiento de las acciones de las organizaciones cafetaleras de Chiapas en su participación en el SPP.

⁴⁰ No se encontraron datos sobre los volúmenes de negocio del SPP en su sitio web: <https://SPP.coop/> (consulta: agosto de 2024).

Entre los nuevos lineamientos, algunos generan especial preocupación y ponen en evidencia la distancia entre el mercado internacional y las realidades de los campesinos indígenas cafetaleros. Estas preocupaciones han sido expresadas por el representante de México ante el Consejo Directivo de la CLAC, Ángel Burgos Barreto, quien a su vez ocupa el cargo de secretario del Consejo de la CLAC.⁴¹

Con el objetivo de identificar el café proveniente de pequeños productores en la certificación de FLOCERT, uno de los criterios es que los socios de una organización no pueden poseer parcelas mayores a cinco hectáreas. En términos amplios, esto puede observarse como algo positivo, pero representa un problema para regiones como Soconusco y Sierra, donde algunos socios tienen superficies mayores. Se trata principalmente de personas con una larga trayectoria en sus cooperativas, cuyos volúmenes de acopio son constantes, de buena calidad y permiten alcanzar las cantidades de compra estipuladas. La salida de estos productores de las cooperativas pone a estas en riesgo de no cumplir con los volúmenes de café que habitualmente tienen negociados con los compradores. La medida se impone de manera arbitraria, sin tomar en cuenta las alianzas entre los socios de las cooperativas ni las realidades regionales. El sentido positivo de solo focalizarse en productores con menos de cinco hectáreas podría hacer que una cooperativa se retire del sistema de comercio justo, ya que el reemplazo de productores con superficies mayores a cinco hectáreas no puede hacerse de manera automática, y recuperar un cliente, después de haber incumplido en el volumen de café que solicita, es igualmente difícil.

Como complemento a esta norma que acabamos de analizar, se propuso la puesta en marcha de una condición que establece que las organizaciones —llamados operadores por las agencias certificadoras— no rebasen los 2 000 miembros. Además, se solicita que: «Las explotaciones de los integrantes del grupo deben estar en lugares próximos geográficamente y el grupo debe disponer de un sistema conjunto de comercialización» (Mayacert,

⁴¹ 2da Competencia de Brew Bar y Coctelería, Café México, capítulo Chiapas, realizada en San Cristóbal de Las Casas el 5 de abril de 2024, organizada y patrocinada por la Alianza Mexicana del Café, Café Museo Café, la Academia Mexicana del Cacao, Ressio, Lamitec y Destroyer Designers México.

2023).⁴² Estos criterios ponen en riesgo la permanencia de las organizaciones cafetaleras que, para hacer frente a los costos de las certificaciones y tener una mayor capacidad de acopio y negociación en el mercado, se integran en asociaciones de tercer nivel.⁴³

Existe asimismo un criterio relacionado con la proximidad entre las parcelas de los productores. Se trata de un criterio ambiguo que, además, pone en riesgo el reconocimiento de las organizaciones cafetaleras de tercer nivel asociativo, muchas de las cuales abarcan, en algunas ocasiones, hasta varios municipios.

Como puede observarse, no existe una separación plena entre las certificaciones de comercio justo y las de agricultura orgánica; efectivamente, aunque sus trayectorias y mecanismos presentan estructuras diferentes, el mercado internacional concentra estos criterios en los productos que ofrece a los consumidores reflexivos en los países desarrollados, su principal destino. En el siguiente capítulo profundizaremos en los orígenes de la agricultura orgánica como movimiento mundial y en la forma en que se ha expresado en las organizaciones campesinas chiapanecas.

Comprender el comercio justo desde las experiencias del café o la miel, principales productos agrícolas con certificación de comercio justo y agricultura orgánica en Chiapas, obliga a adoptar una visión integral que articule la manera en que las leyes internacionales del mercado se reflejan y repercuten en la población campesina. Si la apuesta para alcanzar el desarrollo de las sociedades rurales ha sido la integración al mercado internacional, cabe preguntarse si esta ha sido la mejor elección a partir del análisis del comercio justo desarrollado por FLO hasta ahora.

⁴² Mayacert, una de las certificadoras que actualmente tiene mayor presencia en México para certificación de café y miel, efectuó una síntesis de las modificaciones de la norma europea de producción orgánica. Documentos como este permiten responder a las dudas de las cooperativas campesinas sobre las implicaciones en sus procesos de acreditación (véase Mayacert, 2023).

⁴³ Las asociaciones de tercer nivel son confederaciones de productores que integran organizaciones con menos miembros y se encuentran asentadas en regiones más acotadas.

Capítulo IV.

El movimiento de la agricultura orgánica y la orquestación del proceso de certificación

Comenzaremos por puntualizar cómo el término «orgánico» dejó de ser utilizado coloquialmente para referirse a los sistemas de cultivo o cría de animales en los que no se utilizan insumos de síntesis química, que aprovechan agua no contaminada y que realizan una serie de prácticas que contribuyen a la conservación de la vida en el suelo. Actualmente, resulta una especie de aberración aceptar que el término está protegido por los marcos jurídicos nacionales e internacionales, los cuales obligan a que se utilice únicamente en los casos en que los procesos de cultivo o de cría de animales han sido avalados por una certificación de tercera parte. Recordemos que el término «tercera parte» remite a la intervención de agencias especializadas para avalar que un producto o proceso cumple con normas previamente definidas. En este capítulo revisaremos las trayectorias iniciales de las agencias que han tenido una presencia importante en la certificación del café y la miel orgánica en Chiapas. Esto nos dará pauta para analizar las implicaciones que estas agencias han tenido para los campesinos indígenas que orientan su producción al mercado orgánico certificado, así como las salidas que han desarrollado las organizaciones campesinas.

ORIGEN DEL CONCEPTO

Una revisión de la agricultura orgánica permite conceptualizarla y ubicarla en su dimensión de movimiento social. Debe reconocerse que el sistema como tal no tiene un «inventor», sino que responde a procesos sociotécnicos que han ocurrido en distintos lugares del mundo. Existe una cierta tendencia a posicionar el origen de la agricultura orgánica en un determinado lugar, con un grupo social o con una persona, lo cual no permite una comprensión adecuada. Ciertamente, aunque existen actores claves y relevantes en la evolución de este sistema, es incuestionable que surgió como una acción contestataria frente a la agricultura convencional ligada a los grandes proyectos de la agricultura moderna intensiva y asociada al uso de insumos externos a la unidad de producción.

La agricultura orgánica responde a la preocupación de los productores que se interesan por producir y consumir alimentos libres de agrotóxicos, que utilizan métodos de control biológico, que rechazan el monocultivo y el material reproductivo manipulado genéticamente, que realizan prácticas de conservación de suelos, que utilizan agua no contaminada para el cultivo y la cría de animales, y que evitan la contaminación del ambiente derivada de la producción y el procesamiento de los alimentos. Esta postura contestataria se suele integrar a la categoría de los «movimientos rebeldes»;⁴⁴ en su base, cuestiona la trasposición de los criterios productivistas de la industria a la agricultura, y durante los años sesenta del siglo pasado facilitó que se pusiera en marcha la Revolución Verde. Estudiar la agricultura orgánica implica posicionarse en una dimensión histórica, así como comprender su naturaleza interdisciplinaria y su orientación como movimiento social; debe considerarse un proceso voluntario y consciente que conlleva una postura política por parte de las personas que lo promueven, como los agricultores y los consumidores. Bajo esta consideración, es conveniente analizar en qué contextos se practica la agricultura orgánica y distinguir este sistema de otros, los cuales, aunque apliquen las mismas recomendaciones sociotécnicas, se inscriben en contextos culturales específicos, sin un posicionamiento político o teórico expreso sobre las ventajas del sistema orgánico, sino que son el resultado

⁴⁴ La definición de rebelde se construye en relación con un movimiento que cuestiona un orden establecido frente a la visión dominante de la sociedad.

de complejos culturales de grupos de campesinos. Aunque ambas realidades son valiosas, no pueden considerarse equivalentes; por ello, primero se expondrán los elementos que han contribuido a conformar el concepto de agricultura orgánica.

En cuanto al origen del concepto, se reconocen ampliamente las aportaciones del británico Albert Howard —1873-1947—, quien trabajó en la India, donde aprendió el manejo campesino tradicional, lo que le permitió valorar y preferir esta modalidad agrícola sobre los sistemas de producción de la agricultura intensiva moderna (Hollard y Joliet, 2015). En sus aportaciones, otros estudiosos de la agricultura hicieron énfasis en la importancia de la salud de las plantas ligadas al suelo como entes vivos. Si los suelos cuentan con los elementos necesarios para la nutrición de las plantas, estas podrán ser capaces de sobrellevar los ataques de plagas y enfermedades. Es importante reconocer que lo que hoy se denomina erróneamente «agricultura convencional» —término inexacto, pues no se determinó mediante una convención, sino por los intereses de reproducción del capital— se gestó bajo la influencia del paradigma societal de la Revolución Industrial. En este marco, el ser humano sería capaz de rebasar los límites de la naturaleza y de incrementar los rendimientos de manera exponencial, pero falló el cálculo del crecimiento infinito.

Como se ha mencionado, originalmente la agricultura orgánica surgió como una respuesta alternativa al modelo dominante de la agricultura, vinculado a prácticas intensivas, al uso de agrotóxicos y al paquete tecnológico de la llamada Revolución Verde (Pizaña, 2024), y regido por el criterio de maximización de la ganancia, que considera los alimentos como simples mercancías para el mercado. La agricultura convencional se posiciona predominantemente en un sistema empresarial que destina los recursos económicos y la tierra disponibles para aplicar innovaciones tecnológicas; sin embargo, la utilización de este modelo se produce en una gama más amplia de condiciones. Por ejemplo, lo emplean muchos productores del sector agropecuario y forestal que, independientemente del tipo de propiedad que posean —privada o social, en el caso de México— y de los recursos económicos de que dispongan, incorporan las innovaciones tecnológicas de la agricultura convencional para lograr, al menos marginalmente, las ventajas del anhelado incremento de productividad. Así, estos productores incorporan, en la medida de sus posibilidades, elementos tecnológicos como el uso de

semillas mejoradas vía hibridación o ingeniería genética, sistemas de riego tecnificados, uso de agrotóxicos, fertilización química y mecanización de las labores agrícolas. El acceso a estos recursos tecnológicos no sucede de manera espontánea, sino que está ligado generalmente a las oportunidades de acceso a créditos, ya sea mediante mecanismos institucionalizados de tipo privado o gubernamentales, o mediante coyotes locales que otorgan créditos refaccionarios a cambio de recibir las cosechas, por lo general bajo condiciones leoninas. De acuerdo con estas consideraciones, puede determinarse que la agricultura convencional se extiende ampliamente a los productores que buscan acceder al mercado bajo el paradigma productivista, el cual, como hemos mencionado, convierte los alimentos en mercancías.

Paralelamente a esta realidad descrita, se encuentran los pequeños agricultores que, si bien pueden estar insertos en el mercado, mantienen una producción orientada al autoabasto, que no pasa por la lógica de la maximización de la ganancia, sino que prioriza el sentido de producir y evitar comprar en el mercado, lo que les permite generar cierto nivel de autonomía y soberanía alimentaria. Estos productores, generalmente campesinos —en muchos casos vinculados a poblaciones indígenas—, poseen conocimientos empíricos que son transmitidos oralmente y a través de la práctica, lo que hace posible el mantenimiento de una agricultura que coincide con los postulados e intereses de la agricultura orgánica, aunque los productores pueden no tener necesariamente una postura declarada de rechazo a la agricultura convencional. Sin embargo, aun cuando no exista un rechazo expreso a esta última modalidad, se trata de campesinos que mantienen su historia, su identidad y que hacen posibles redes de conocimiento y relacionales ancladas a un territorio.

De manera un tanto imperceptible, en las últimas tres décadas se ha afianzado y ha cobrado fuerza un nuevo contexto de agricultura orgánica. Me refiero a la promovida por empresas privadas que han retomado un sentido de preocupación por cuestiones ambientales y sociales con una larga historia de anclaje en la sociedad civil, lo que plantea nuevos desafíos y nuevas formas de despojo.

LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE AGRICULTURA ORGÁNICA

A continuación, interesa ubicar cómo se forjó el concepto y la operacionalización de la agricultura orgánica. Para ello, nos remitiremos a las preocupaciones de productores agrícolas en distintas partes del mundo por hacer valer los alimentos que producían bajo principios e itinerarios técnicos de la agricultura orgánica. En la medida en que estos alimentos se pagaban con un diferencial positivo respecto de los provenientes de una producción no diferenciada, se registraron casos de fraude, en los que los agricultores llegaron a posicionar en el mercado alimentos sin cumplir los criterios orgánicos. Esta situación motivó a los agricultores para desarrollar mecanismos dirigidos a evitar tales fraudes. Dos de las asociaciones de productores que actuaron en este sentido fueron Organic Crop Improvement Association (OCIA), en Estados Unidos, y Naturland, en Alemania⁴⁵ (véase figura 6).

Figura 6. Logos de las certificadoras Naturland y OCIA



Fuente: imágenes tomadas de los sitios web de las agencias certificadoras.

Estas asociaciones en un primer momento actuaron en sus contextos regionales y nacionales, pero posteriormente ampliaron sus actividades de certificación al ámbito internacional. Esto se debió a que el crecimiento de la demanda de alimentos orgánicos en los países desarrollados se extendió

⁴⁵ Los planteamientos de este apartado se presentaron en González y Nigh (2005) y se actualizaron a partir del permanente seguimiento de la autora, como investigadora y docente, a organizaciones cafetaleras de Chiapas. Para ampliar información sobre los procesos formativos de Naturland y OCIA, se recomienda visitar sus sitios web: <https://www.naturland.de/es/naturland/lo-que-representamos/produccion-ecologica-en-todo-el-mundo.html> y <https://ocia.org/about-2/acerca-de-ocia/> (consulta: octubre de 2024).

más allá de los cultivados por los agricultores de sus países de residencia. Los consumidores, entonces, comenzaron a requerir la certificación orgánica de los alimentos provenientes de otras regiones. En este marco, el café se posicionó como uno de los cultivos tropicales —básicamente ubicados en países en desarrollo— líder y pionero para acceder a la certificación orgánica.

El desenvolvimiento de Naturland en Alemania, en 1982, sirvió de ejemplo para otras iniciativas similares en países europeos. Esta asociación estuvo guiada por el interés de sus productores agremiados en ofrecer un producto orgánico a sus clientes y establecer un sistema de certificación por tercera parte. Comenzó sus actividades en el ámbito regional y nacional, pero en 1989 amplió su campo de acción y se consolidó como agencia internacional al ofrecer sus servicios en otros países.

Por su parte, la experiencia de OCIA, en Estados Unidos, se remonta a 1985, cuando un grupo de agricultores buscaba compartir información para resolver sus problemas en torno a cuestiones de manejo orgánico. Al igual que Naturland, su crecimiento la llevó a posicionarse a nivel internacional en 1988. En particular, la evolución de OCIA resulta relevante en Chiapas, ya que esta asociación fue líder en la certificación orgánica del café chiapaneco, tanto por el número de productores certificados, como porque facilitó el proceso de aprendizaje sobre certificación de tercera parte en el sector.

El interés por los productos orgánicos y la evolución de los mercados nacionales en países consumidores, básicamente del Norte, junto con el intercambio comercial cada vez más complejo de los productos primarios y la preparación de alimentos procesados, condujeron a un diálogo para facilitar la interrelación y el reconocimiento de los estándares manejados por las iniciativas nacionales de agricultura orgánica. Esta acción se concretó a través de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés), que se constituyó en 1972 y en cuya fundación participaron cinco iniciativas, de Inglaterra, Suecia, Sudáfrica, Estados Unidos y Francia. En su constitución sentaron las bases que habrían de constituir el pilar de la certificación orgánica por tercera parte; para ello, retomaron los planteamientos del «Cuaderno de especificaciones» y la «Declaración de principios» que habían elaborado las organizaciones pioneras.⁴⁶ En general, la

⁴⁶ Las organizaciones pioneras de la agricultura orgánica utilizaron el término «Cuaderno de especificaciones» para referirse al documento en el que figura el conjunto de indicaciones

visión se asienta en los mismos planteamientos de la certificación de tercera parte para el caso del comercio justo, explicada en el capítulo anterior; es decir, se trata de un proceso en el que organismos de la sociedad civil desempeñan labores que, de algún modo, reemplazan al Estado como garante de la incorporación y movilización de criterios, en este caso de la calidad orgánica (Gereffi, Garcia-Johnson y Sasser, 2001). Como apuesta societal, en los inicios de la IFOAM y durante los años posteriores se consideró que este esquema de certificación sería una vía para mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores agrícolas en el contexto del libre comercio. No obstante, abordaremos cómo este postulado resultó erróneo o frágil, esto debido a los intereses que se movilizan en los espacios internacionales.

Retomando el contexto de inicio de la IFOAM, es importante señalar la discrepancia que se presentó entre esta federación y Nature et Progrès, una asociación francesa constituida en 1964 y que en 1978 probablemente elaboró el primer sistema de garantía participativa (SPG) (Torremocha, 2015; Reyes Gómez, 2019). El asunto no puede considerarse intrascendente, ya que marcó los dos grandes caminos en la evolución de la agricultura orgánica. Por un lado, se situó la IFOAM como un sistema que apuesta por la certificación por tercera parte y, por otro lado, se posicionó Nature et Progrès, orientada a un proceso participativo para la construcción de la agricultura orgánica que cuenta con principios y se aleja de la lógica de la certificación por agencia o de tercera parte.

La certificación por agencia o de tercera parte planteada por la IFOAM sentó sus bases en el cumplimiento de los criterios a partir de la verificación —en campo y documental— por un especialista: el inspector. Esta persona entrega a la agencia certificadora un informe escrito, el cual se basa en una lista de verificación de los criterios (*checklist*), acompañado de anotaciones adicionales sobre puntos que identifique como pertinentes.

La situación es muy distinta en el caso de las iniciativas que han apostado por el proceso propuesto por Nature et Progrès. En este caso, la estrategia también se basa en el otorgamiento de un sello, pero su meta fundamental es

relacionadas con el manejo y los itinerarios técnicos que se sugieren a los agricultores, productores agropecuarios y procesadores de alimentos; a su vez, la «Declaración de principios» es el documento en el que se sientan las bases en términos éticos. Ambos documentos se caracterizan por su carácter orientador, a diferencia de los documentos normativos que se generaron posteriormente bajo el influjo del proceso marcado por la certificación de tercera parte.

acompañar a los agricultores que deciden incorporarse a la agricultura orgánica; este planteamiento se lleva a cabo con la participación de agricultores o consumidores con mayor experiencia, que forman a los nuevos agricultores orgánicos.⁴⁷ El planteamiento de Nature et Progrès consiste en un proceso de acompañamiento, y no en un acto puntual como la verificación que realiza un inspector para alcanzar una certificación por agencia. Para distinguirse del sistema de la IFOAM, la asociación utiliza el término *mención*, y no *certificado* (Reyes Gómez, 2019: 21). El esquema de los sistemas de garantía participativa fue retomado por otras agencias en varias partes del mundo, como Ecovida en Brasil.

ARTICULACIÓN DE ESCALAS PARA COMPRENDER EL PROBLEMA

La información para comprender el entramado de la industria alimentaria no se encuentra articulada, sino que existen campos de información y acción que parecen distantes e inconexos. Por ello, se hace necesario analizar estas articulaciones a fin de ofrecer mejores posibilidades de negociación al campesinado que se inserta en esta industria. El concepto de escalas se refiere a los distintos contextos donde se desenvuelven los actores. Por un lado, se sitúa la arena de los organismos internacionales, las normativas de los países, las agencias certificadoras y los agentes comerciales y, por otro lado, se sitúan los territorios campesinos, donde se encuentran las familias, las comunidades, las organizaciones y otros agentes como los coyotes, el personal técnico de los gobiernos municipales, estatales y federales que aterrizan las políticas públicas, así como un sinnúmero de agentes que en principio no forman parte de la cadena de comercialización de manera directa, pero que marcan las dinámicas rurales, como puede ser la presencia del crimen organizado en algunos contextos.

Las organizaciones campesinas que participan en la agricultura orgánica a través de cultivos como el café o la miel en Chiapas se han centrado en valorar criterios de manejo técnico que inciden de manera positiva en indicadores de sustentabilidad; destaca, por ejemplo, el impacto económico

⁴⁷ El proceso de acompañamiento de Nature et Progrès en IFOAM Organics International (2019).

en la generación de empleos y en el nivel de ingresos para los productores indígenas (Gómez Tovar, Schwentesius Rindermann y Gómez Cruz, 2015). Algunos especialistas han destacado otras ventajas. En este sentido, merecen mención especial los estudios sobre la biodiversidad en cafetales vinculada al manejo de plantación que favorece las condiciones ambientales para el arribo de aves migratorias, así como aquellos que resaltan la disponibilidad alimentaria de los cafetales para las familias campesinas (Soto Pinto et al., 2000; Manson et al., 2018). Por otra parte, en otros estudios se han mostrado inconvenientes; destacan, por ejemplo, estudios relacionados con los procesos organizativos campesinos como estrategia de inserción en el mercado a la luz del establecimiento de innovaciones sociotécnicas marcadas por la agricultura orgánica para la miel, en los que se refleja la decepción de los apicultores al hacer el balance entre lo invertido —capital, fuerza de trabajo y procesos organizativos— y el precio pagado por su producto en los mercados internacionales (Vázquez González et al., 2016).

En Chiapas se ubican dos sedes —Tapachula y San Cristóbal de Las Casas— de El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), un centro del sistema de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) que ha realizado una amplia contribución a través de las investigaciones de sus estudiantes de posgrado sobre cuestiones ambientales y sociales derivadas de la agricultura orgánica practicada en la entidad. Estos estudios resultan relevantes porque han arrojado luz sobre las vetas positivas y las restricciones que la agricultura orgánica presenta en un amplio conjunto de problemáticas.

Las investigaciones que se han desarrollado en los territorios indígenas vinculados a los mercados de agricultura orgánica y comercio justo son diversas, y muchas de ellas han incidido directamente en lo que puede llamarse empoderamiento o poder de toma de decisiones de las organizaciones campesinas. Estas contribuciones tienden a ubicarse en contextos concretos, bajo esquemas y metodologías que priorizan entre sus ejes explicativos los contextos locales y el modo en que las normas que regulan estos mercados de exportación de calidad imponen retos que en ciertos casos las organizaciones logran resolver, aunque en otros ven anuladas sus expectativas de exportación. La pregunta que nos guía en este capítulo y a lo largo de la obra es cómo se produce la articulación de escalas entre los territorios campesinos indígenas y las estructuras jurídicas que rigen el mercado global al que

ellos apuestan. Esta tarea no resulta simple porque implica, en primer lugar, un ejercicio transdisciplinario y, en un segundo momento, un análisis de las estructuras internacionales y cómo estas aterrizan en el Estado mexicano.

De esta manera, buscamos contribuir a la construcción de un puente que permita enlazar la dimensión del contexto global de la agricultura orgánica con la dimensión local. Se trata de realizar un ejercicio para desdoblar los componentes que se encuentran fuera de nuestro campo disciplinario, asumiendo la función de traductores de información, a fin de comprender qué oportunidades tienen las apuestas que realizan los campesinos indígenas de Chiapas —también pertinente para otras regiones del mundo— al insertarse en los mercados globales diferenciados de la agricultura orgánica, que en gran parte de los casos se asocian con las certificaciones del comercio justo y otras que aluden a tipicidades vinculadas a un territorio o al conocimiento ancestral en el manejo del patrimonio biocultural.

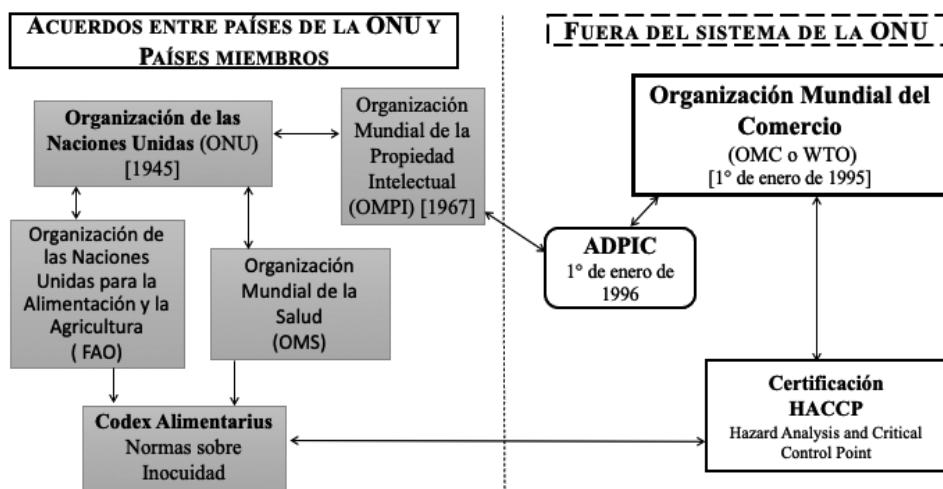
A continuación, revisaremos el concepto de agricultura orgánica en términos de su operacionalización y de quienes participan en el proceso, con el objetivo de crear un mapa institucional de los actores que intervienen en su conceptualización y movilización. Es relevante retomar la definición de agricultura orgánica presentada por la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), como el garante de la relación entre las naciones del mundo, que plantea lo siguiente:

La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema (Comisión del Codex Alimentarius, 1999: 2).⁴⁸

⁴⁸ Las directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente están recogidas en un documento generado en 1999 por el Programa Conjunto FAO/OMS sobre Normas Alimentarias, llamado Comisión del Codex Alimentarius, identificado con el código GL 32-1999, con enmiendas en 2008, 2009, 2010, 2012 y 2013 (Comisión del Codex Alimentarius, 1999).

En lo subsecuente, utilizaremos el esquema de la figura 7 para ubicar los distintos organismos que intervienen en nuestra explicación sobre la reglamentación de la producción orgánica. En primer lugar, destaca que la figura está definida por dos grandes apartados; el primero de ellos, ubica los organismos derivados de la Organización de Naciones Unidas (ONU), instancia constituida en 1945 al término de la Segunda Guerra Mundial en la que actualmente están representados 193 países.⁴⁹ Desde su fundación, ha constituido un espacio de diálogo entre sus agremiados y ha asumido el rol de liderazgo para hacer posibles las relaciones entre los países.⁵⁰

Figura 7. Organismos internacionales en relación con la agricultura y la alimentación



Fuente: elaboración propia.

En la figura 7, en el lado derecho del esquema se ubican organismos que operan fuera del sistema de la ONU y que analizaremos a continuación. En primer término, destaca la Organización Internacional del Comercio (OMC),

⁴⁹ Su historia, estructura, objetivos y países miembros pueden consultarse en el sitio web de la ONU: <https://www.un.org/es/about-us> (consulta: octubre de 2024).

⁵⁰ Queda lejos de las pretensiones de esta obra abordar la validez de la ONU en función de su objetivo primigenio, más aún cuando al momento de redactar este trabajo se están desarrollando dos guerras, cuyo potencial de escalar a conflictos de envergadura devastadora a nivel mundial plantea un futuro incierto: la guerra entre Ucrania y Rusia y la que se lleva a cabo entre Israel y el grupo Hezbolá.

instancia creada el 1º de enero de 1995 —50 años después de la creación de la ONU— que tiene como objetivo normar las relaciones comerciales en el mundo. A diferencia del sistema de la ONU, en la OMC los países pueden participar en tres distintas categorías: como miembros, como adherentes y como observadores. El funcionamiento de la OMC se estructura mediante 32 comités y órganos específicos en los que participan los países miembros y observadores, además de organizaciones internacionales intergubernamentales⁵¹ entre las que destacan, en cuanto al tema que nos ocupa, el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Además, en función de las temáticas tratadas, participan distintos órganos de la ONU; por ejemplo, la FAO y la Organización Mundial de la Salud (OMS) intervienen en la salvaguarda de la alimentación y la salud de la población mundial en el contexto del intercambio de mercancías alimentarias.

A diferencia del sistema ONU, en la OMC sí participan las empresas y corporaciones transnacionales bajo el obvio argumento de que son las que hacen posible el intercambio de mercancías, por lo cual son ellas las que darán cumplimiento a las normas que se generen en el organismo. Por este motivo, tienen un peso significativo en la elaboración y en las estrategias de aplicación de las normas. Planteado así, todo parece positivo; sin embargo, como se expondrá más adelante, las empresas y corporaciones transnacionales no actúan de una manera ingenua, y mucho menos altruista por el bien de la humanidad y del planeta, debido a sus intereses económicos. De hecho, el sitio web de la OMC no presenta información sobre la forma en que se concreta la participación de las empresas.⁵²

Los grupos de *lobby* empresarial se movilizan en los foros, comités y en toda la estructura de la OMC conforme a intereses de proyección comercial, objetivo central de las empresas. La situación es aún más frustrante en tanto que las corporaciones transnacionales llegan a tener mayor fuerza, peso político y, por supuesto, recursos económicos que muchos países del orbe.

El planteamiento de la OMC aparece, entonces, como un marco impuesto que domina el funcionamiento de los países y de nuestra vida cotidiana, frente al cual no parece haber espacio para el cuestionamiento, sino solo

⁵¹ Para más detalle sobre estos comités, se sugiere consultar el sitio web de la OMC: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/igo_obs_s.htm (consulta: octubre de 2024).

⁵² Para más información, véase el sitio web de la OMC: https://www.wto.org/spanish/forums_s/business_s/business_s.htm (consulta: octubre de 2024).

para intentar sortear —pensando que esto sea factible— las restricciones que impone. En esta condición absurda e inequitativa se movilizan la agricultura orgánica y el comercio justo en discursos y trayectorias yuxtapuestas, entre quienes buscan producir bajo condiciones ambiental y socialmente justas, pero que derivan en un camino extremadamente lleno de reglas impuestas desde un orden supranacional instaurado en el poder (González, 2011).⁵³

El interés por explicar estos dos grandes campos de acción del mundo global radica en cuestionar y evidenciar los juegos de intereses que los atraviesan. Ciertamente, de manera «lógica» nadie puede contravenir el planteamiento de que las corporaciones transnacionales son las que hacen posible el intercambio de mercancías, pero ¿cómo no cuestionar el hecho de que son juez y parte en la elaboración de las normas que rigen el comercio?

En este entramado institucional del mercado debe señalarse una de las premisas centrales de la OMC: la consideración que impera en todos los intercambios comerciales dirigida a garantizar que estos se lleven a cabo «con arreglo a las condiciones de no discriminación». Para ello, se utiliza el término «nación más favorecida»,⁵⁴ el cual implica que todas las naciones estarán sujetas al mismo trato. En esta definición puede entenderse, como bien lo señala la OMC, que habrá igualdad en las condiciones arancelarias, por lo que parecería que este organismo está marcado por principios de igualdad entre los países que lo integran. Desafortunadamente, nuestros referentes inmediatos y otros que se señalarán más adelante evidencian que estas normas internacionales no reconocen las desigualdades entre los países, lo que deriva en una serie de inequidades comerciales que repercuten en la perpetuación de los desequilibrios y de la injusticia social en términos económicos y ambientales. Asimismo, existen tratados que soslayadamente favorecen a las naciones con las que ciertos países hegemónicos mantienen alguna relación particular, como el caso de las excolonias.

⁵³ El artículo «¿Es posible un marco jurídico supranacional para el comercio justo?» (González, 2011) me permitió tempranamente concretar los ejes que se cuestionan en este libro.

⁵⁴ Véase el sitio web de la OMC: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm#mfnc (consulta: octubre de 2024).

SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

En el esquema de la figura 7 aparece, asimismo, en el espacio situado fuera del sistema de la ONU, un recuadro que señala el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC),⁵⁵ el cual fue firmado el 15 de abril de 1994 y entró en vigor el 1º de enero de 1995, coincidiendo con la creación de la OMC. El organismo de la ONU que se ocupa del tema de la propiedad intelectual es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), instancia creada en 1967 que repite la lógica de «transferir» su brazo «ejecutor» al ADPIC. Este acuerdo trata cuestiones que tienen que ver con la vida cotidiana, como los derechos de propiedad en el ámbito artístico —literatura, música, dibujo u otros— y otros de tipo industrial. Además, incluye dos áreas estrechamente relacionadas con el sector agropecuario y de alimentación: las indicaciones geográficas y las patentes. «Indicación geográfica» es el término que se aplica para distinguir la región específica de la que proviene un alimento o producto agropecuario. Asimismo, recordemos que el término «región» se refiere a una acotación espacial definida arbitrariamente en función de ciertos criterios; es decir, una región no necesariamente corresponde al territorio de un pueblo campesino indígena. El reconocimiento del origen de un producto ofrece a los productores, en principio, cierta protección frente a copias, fraudes o piratería, argumento que parece válido y correcto en tanto busca proteger la originalidad de los productos agrícolas y de otros, como las artesanías.

Las indicaciones geográficas tienden a confundirse o a equipararse con las denominaciones de origen; sin embargo, estas últimas tienen la especificidad de que la originalidad remite al conocimiento de un grupo social dado, con base en la tradición; es decir, que el producto en cuestión —alimento o artesanía— no podría reproducirse en otro lugar, ya que está vinculado con una población específica. Esta forma de diferenciar los productos tiene su fundamento jurídico en el Acuerdo de Lisboa firmado en 1958. En general, las denominaciones de origen están estrechamente ligadas con la historia de los terruños europeos productores de vino, quesos y charcutería, cuya lógica

⁵⁵ Para más información, véase el sitio web de la OMC: https://www.wto.org/spanish/thewto_/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm#mfntbox (consulta: octubre de 2024).

histórica guarda similitudes con las dinámicas territoriales del campesinado indígena de México.

Es de notar que Estados Unidos no reconoce las denominaciones de origen, lo cual plantea realidades contradictorias en el mercado internacional. Esto se debe a los intereses comerciales de sectores productivos con cifras de negocios atractivas, como el de las bebidas espirituosas y otros alimentos cuya tipicidad está ligada al territorio. Como estrategia comercial, existe también la «marca colectiva», que se sustenta en un sello vinculado a ciertos criterios de calidad, los cuales no necesariamente se basan en los atributos geográficos ni en la tipicidad propia de las denominaciones de origen. Esta forma de distinguir un producto resulta más accesible para pequeños grupos de productores, en tanto exige un menor grado de requisitos en materia de trámites y registros.

Lo interesante de la revisión planteada es que las organizaciones campesinas pueden apostar por integrar sus productos de comercio justo o agricultura orgánica a distinciones y certificaciones de calidad reconocidos. En términos generales, existe un gran interés por contar con estas calificaciones sustentado en la expectativa de lograr mayores ganancias. Las incursiones del campesinado y artesanado en estas experiencias son ya numerosas y no siempre han desembocado en historias de éxito. Recomendamos al lector consultar el libro *Saberes de origen. Experiencias de México y Centroamérica* (Pérez, González y Picado, 2018), donde se analizan las prácticas de campesinos y de pequeños productores de la región centroamericana para diferenciar sus bebidas espirituosas, como el tequila, el mezcal, la bacanora, la charanda y el sotol; o sus quesos —como los de Turrialba en Costa Rica o los de Cotija, de las tierras de Jalisco y Michoacán en México— o los abigarrados ejemplos del café Pluma Hidalgo en México y de Marcala en Honduras. Otros ejemplos menos conocidos son los del ámbar y el mango Ataulfo de Chiapas, el chile habanero de Yucatán y el cacao de Tabasco, o las marcas colectivas de amaranto, de diversas hortalizas o de la cerámica de Talavera. Estos casos ponen en evidencia las frustraciones derivadas de las políticas públicas que no favorecen al campesinado ni a los pequeños productores, además de que se repiten la apropiación de los patrimonios bióticos y cognitivos locales por parte de los consorcios internacionales y el abandono de las instancias de gobierno nacionales.

Hasta este punto todavía no hemos abordado el tema de las patentes, también regulado por el ADPIC, cuyos efectos sobre el despojo del patrimonio biocultural de los pueblos han sido profundos y continuos. Conviene iniciar aclarando el significado de la palabra «patente», que usada como adjetivo indica que algo es manifiesto o visible. Pero ¿cómo transitamos de este significado al que hoy utilizamos habitualmente? Me refiero a su concepción como «[...] un derecho exclusivo que se concede sobre una invención. En términos generales, una patente faculta a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma».⁵⁶ La distancia entre ambos significados es profunda. Para explicar esto, revisemos el origen de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), lo cual permitirá ubicar el sinsentido y el abuso extractivista en torno al derecho exclusivo declarado en la definición de «patente» emitida por este organismo. Al respecto, retomo la cita siguiente de Carrillo:

[...] a finales de los ochentas se gestó un movimiento impulsado por doce de las mayores empresas de los Estados Unidos —Bristol Myers, DuPont, General Electric, General Motors, Hewlett Packard, ibm, Johnson & Jonhson, Merck, Monsanto, Pfizer, Rockwell y Warner—, que conformaron el Comité de Propiedad Intelectual (IPC, por sus siglas en inglés) junto con un conglomerado de empresas japonesas denominado Keidanren, y otro de origen europeo, la UNICE⁵⁷ (Carrillo, 2009: 31).

Este conglomerado de empresas identificó en la propiedad intelectual una estrategia que facilitaría el comercio en la amplia vastedad de sus intereses, al tiempo que se construían las bases para apropiarse, a través de las patentes, de cualquier recurso en cualquier territorio. Fue así como el concepto de «patente» cobró sentido en la innovación; sin embargo, su lógica no reconoce fronteras, ya que se posiciona en el derecho de exclusividad —movilizado en el mercado— tanto sobre la innovación como resultado de un proceso, como sobre la apropiación de lo biológico. Este es el planteamiento con el cual se consolida la posibilidad de convertir en mercancía de uso exclusivo cualquier organismo vivo en tanto se gestione el registro de la

⁵⁶ Véase el sitio web: <https://www.wipo.int/es/web/patents/> (consulta: agosto de 2025).

⁵⁷ Unión de las Industrias de la Comunidad Europea (UNICE).

patente. El argumento resulta, por demás, obtuso, y los resultados han derivado en situaciones de extracción del patrimonio biocultural, en especial de los pueblos indígenas. Ejemplo de ello es la patente de una bacteria del pozol —bebida mesoamericana a base de una masa de maíz nixtamalizado y fermentado posteriormente— que adquirió una compañía holandesa por sus propiedades para la preservación de alimentos.⁵⁸

Otros aspectos son de gran relevancia para el funcionamiento de la OMC, como los que competen al transporte marítimo y aéreo o el que corresponde al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés); profundizar en sus normas y procedimientos evidenciaría las desigualdades que generan, bajo el postulado central de la OMC de hacer un «comercio cada vez más libre».

La revisión de este marco institucional, que hace referencia a los Estados y al rol que estos juegan en la OMC, conduce necesariamente a un cuestionamiento sobre la concepción del Estado en la teoría política. Como señala Mitchell: «La popular definición weberiana del estado, como una organización que reivindica un monopolio dentro de un territorio determinado del uso legítimo de la violencia, es sólo una caracterización residual. No explica cómo habrán de trazarse los contornos reales de esta organización amorfa» (Mitchell, 2015: 156). En la actualidad, según el mismo autor: «El estado se convierte en una maquinaria de intenciones —comúnmente llamada elaboración de leyes, toma de decisiones o formulación de políticas públicas—, el estado se convierte esencialmente en una esfera subjetiva de planes, programas o ideas» (Mitchell, 2015: 157).

En este escenario de marcos institucionales globales por encima de los Estados nación, el debate gira en torno a dos grandes ejes de cuestionamiento. Por un lado, ¿cuál es el rol del Estado en su propio territorio? y, por otro, ¿cuál es su posicionamiento en las estructuras de gobernanza globales? Los Estados participan de manera diferenciada en las instituciones globales, pues operan bajo las directrices y determinaciones del juego geopolítico y geoeconómico mundial. La toma de decisiones en instancias internacionales, como la ONU y sus organismos secundarios, refleja con claridad la gobernan-

⁵⁸ Para profundizar en casos de apropiación de patrimonios bioculturales a través de las patentes puede consultarse el seguimiento realizado por ETC Group (véase <https://www.etcgroup.org/es>) o las publicaciones de Rodríguez (2002 y 2007).

za de fuerzas diferenciadas. A esto se suma la intervención de las empresas transnacionales en los organismos mencionados, una situación que pone en entredicho la validez de la gobernanza global actual.⁵⁹

INSTITUCIONALIZACIÓN DEL CONCEPTO DE AGRICULTURA ORGÁNICA

Retomando el eje de análisis sobre el marco jurídico de la agricultura orgánica, nos remitimos nuevamente a la figura 7, en la que se representan los organismos internacionales relacionados con la agricultura y la alimentación, a fin de ubicar la posición del Codex Alimentarius o Código Alimentario, una instancia de la ONU que normalizó y definió el concepto de agricultura orgánica. Esta instancia fue creada en 1961 bajo la coordinación de la FAO y la Organización Mundial de la Salud (OMS). Si nos detenemos a revisar la lógica de este organismo internacional, su sitio web permite constatar que su finalidad es «garantizar alimentos inocuos y de calidad a todas las personas y en cualquier lugar». En el contexto del libre comercio internacional, los alimentos —convertidos en mercancías— deben producirse y movilizarse bajo condiciones que garanticen llegar en buen estado a los consumidores finales. La definición parece «políticamente correcta» porque pone en el centro la salud de los consumidores globales. En este marco, la FAO establece la aplicación de las normas del Codex Alimentarius en todos los ámbitos en los que la calidad alimentaria pueda verse comprometida. Para ello, se apoya en grupos de trabajo específicos que operan bajo cuatro campos de abordaje:

- El Comité Mixto FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios (JECFA).
- Las Reuniones Conjuntas FAO/OMS sobre Residuos de Plaguicidas (JMPR).
- Las Reuniones Conjuntas FAO/OMS de Expertos sobre Evaluación de Riesgos Microbiológicos (JEMRA).
- Las Reuniones Conjuntas de Expertos FAO/OMS sobre Nutrición (JEM-NU) (Comisión del Codex Alimentarius, 1999).

En los sitios web de estos grupos de trabajo se describe que están integrados por expertos convocados por las instancias «patrocinadoras» (FAO y

⁵⁹ Puede profundizarse sobre este tema en Rodríguez (2022) y Katz (2022, 1 de julio).

OMS). Sin embargo, en el mundo de la industria alimentaria y de la salud, los expertos operan en espacios donde los límites de su adscripción institucional tienden a desdibujarse. Ser experto adscrito a un laboratorio privado de una corporación transnacional o de una universidad puede resultar indistinto, pues no existen fronteras bien definidas en el ejercicio profesional y se ejercen en un mundo marcado por relaciones personales, donde se entrecruzan apuestas que no están necesariamente exentas de intereses económicos que beneficien a una u otra compañía. El término «experto» no garantiza en modo alguno la adopción de criterios éticos que aseguren el cumplimiento de los planteamientos del grupo de trabajo al que se inscriba ni, por ende, su labor en beneficio del bienestar de la sociedad. El fraude alimentario es un tema que no puede soslayarse; su prevalencia está documentada y existen propuestas para su control (Manning et al., 2024). Por otra parte, desde otro campo de acción, el sector asociativo internacional interviene con análisis y propuestas que parten de posturas más contundentes sobre el papel que juegan las empresas transnacionales (International Panel of Experts on Sustainable Food Systems, 2023).

Los cuatro grupos de trabajo de la FAO antes citados son los responsables de definir de manera concreta las normas que publica el Codex Alimentarius y, para ello, establecen relaciones directas con las empresas para orientarlas en sus procesos y en la toma de decisiones. A modo de ejemplo, para comprender los elementos no evidentes en juego, analizaremos las circunstancias que rodean el manejo de los aditivos alimentarios.

UN «INGREDIENTE» POCO DISCUTIDO: ADITIVOS ALIMENTARIOS

El dominio de los aditivos se relaciona con la producción a gran escala y, fundamentalmente, con alimentos que requieren un procesamiento industrial; su uso constituye una preocupación y ocupación reglamentaria para la OMS.⁶⁰

Abordaremos este análisis por etapas, identificando los diversos conceptos que surgen en un contexto marcado por lo «políticamente correcto». Para desentrañar esta madeja conceptual, comencemos por preguntarnos qué son

⁶⁰ Véase la sección «Aditivos alimentarios» en la página de Codex Alimentarius: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/food-additives> (consulta: octubre de 2024).

los aditivos alimentarios. Esta categoría, definida en el marco normativo de la FAO-OMS,⁶¹ engloba los ingredientes que, sin ser necesariamente alimentos, se incorporan a estos para facilitar su procesamiento o prolongar su conservación. Sin embargo, su utilización, considerada como positiva en el manejo industrial de los alimentos, está sujeta a visiones contrapuestas (Fernández Pachón et al., 2006). Ciertamente, su presencia en los alimentos y las concentraciones en que normalmente suelen encontrarse en el organismo —que podrían calificarse como ínfimas— constituyen el principal argumento para considerarlos seguros. Sin embargo, se suscitan preocupaciones importantes entre los consumidores, en particular en un mundo global donde los alimentos son mercancías que deben preservarse por largo tiempo y en situaciones adversas a fin de resistir las condiciones del transporte. En este sentido, el procesamiento y el traslado de los alimentos obligan al uso de aditivos, unas sustancias que parecen «mágicas» —pasan tan desapercibidas que podrían considerarse inofensivas—, aunque nada está más lejos de la realidad. Así lo afirman especialistas de la industria alimentaria:

Transformación de los alimentos. El proceso de elaboración, conservación y embalaje de los alimentos constituye una fuente importante de generación de sustancias tóxicas que permanecen en el alimento y pueden originar efectos nocivos en el consumidor. Es este un tema de gran actualidad en la contaminación alimentaria, que incluye los aditivos, colorantes, edulcorantes, hidrocarburos aromáticos policíclicos, acrilamida, etc. (Pla, Hernández y Gil, 2006: 78).

Dado el riesgo que prevalece por el uso de aditivos, estos quedan sujetos a una serie de reglamentaciones y evaluaciones que son acordadas por bloques geopolíticos, como la Unión Europea, que se apegan a la reglamentación establecida en el conocido como *Libro blanco sobre la seguridad alimentaria*⁶² (citado por Pla, Hernández y Gil, 2006: 77). Una reglamentación similar ha sido definida por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés). En ambos casos se señala que las aprobaciones de ciertas sustancias, como los aditivos, no son permanentes,

⁶¹ Véase el sitio web del Comité Mixto FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios (jecfa): <https://www.FAO.org/food/food-safety-quality/scientific-advice/jecfa/es/> (consulta: agosto de 2025).

⁶² El documento en cuestión fue aprobado por la Comisión de las Comunidades Europeas en Bruselas el 12 de enero de 2000, COM(1999) 719 final (Comisión Europea, 2000).

sino que se revisan en función de los resultados de las investigaciones que se lleven a cabo para la salvaguarda de la salud de los consumidores.

Planteado de esta manera, puede entenderse que la preocupación central de estas instituciones y mecanismos es la salud de los consumidores. Sin embargo, una reflexión sobre quiénes son los «expertos» y cómo se realizan las investigaciones para la elaboración y evaluación de estas sustancias aporta elementos importantes, pues son las mismas empresas que producen los alimentos las que llevan a cabo las investigaciones sobre los aditivos, claro está, con el aval y el respaldo de los Estados nacionales. Entonces, en teoría, resulta inapropiado poner en duda lo que se nos proporciona. Sin embargo, ¿cómo no cuestionar lo que ofrece, por ejemplo, Nestlé —el gigante de la alimentación (Sorvino, 2023, 13 de junio)— como un alimento seguro? Sin duda, es inevitable cuestionar la confianza que otorgamos a esta y a cualquiera otra transnacional que han sido responsables de daños a la salud de niños en todo el mundo.⁶³ Por supuesto, se nos podrá recordar que son los Estados nacionales los garantes del cumplimiento de las normativas avaladas.

El análisis de los aditivos alimenticios pone en evidencia que, detrás de la producción orgánica, existen aspectos no visibles que influyen en los intereses económicos orientados al control de segmentos de mercado, a partir de la utilización de sustancias cuyo uso puede ser cuestionable y que no necesariamente cumplen con el principio precautorio. El objetivo es manipular ciertos criterios para facilitar a los consorcios agroalimentarios que modifiquen el gusto de los alimentos, su vida en anaquel o alguna otra medida con la utilización de estos ingredientes.

Si bien el café es un grano cuyo procesamiento básico —tostado y molido— no suele requerir aditivos que modifiquen algún criterio, es perentorio identificar el juego de intereses que se moviliza en la certificación de calidad orgánica.⁶⁴ Analizar el caso de la miel exige, sin duda, una observación más

⁶³ Por ejemplo, recientemente se desató un escándalo por el uso de fórmulas diferenciadas en alimentos para niños; en los países europeos se comercializan sin azúcar, en tanto que en los países en desarrollo de América Latina y África se elaboran con alto contenido de este ingrediente, lo que contribuye a generar problemas de obesidad en niños pequeños, hecho que influirá contundentemente en la etapa adulta (información presentada en el sitio de Behind the Brands, actualizada el 6 de junio de 2024, <https://www.behindthebrands.org/company-scorecard/>).

⁶⁴ Aunque rebasa los objetivos de este trabajo, es importante mencionar que el café orgánico se ha insertado en el sector de la producción de cápsulas para cafetera. En este caso, los debates pueden centrarse en el procesamiento del grano, pues se requiere un molido extremadamente

detenida; se trata de un producto con mayores desafíos para controlar su estado líquido y su alta sensibilidad a la contaminación por agentes externos.

La exposición aquí presentada busca poner en evidencia el juego de intereses de los consorcios empresariales agroalimentarios, los cuales se movilizan más allá de las legítimas preocupaciones de los consumidores y de la ardua labor de los campesinos, que quedan reducidos a abastecedores de este segmento de mercado. Una vez revisados el origen y las competencias del Codex Alimentarius, observamos que la aplicación de sus normativas se concreta a través del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés Hazard Analysis and Critical Control Point). Aquí se abre otra gran ventana que debe comprenderse en su escala global, pues las normas se aplican de manera directa e incuestionable para quienes aspiran a comercializar sus productos con calidad orgánica. Sin embargo, esta certificación se lleva a cabo fuera de los organismos de la ONU. El cumplimiento y la acreditación de este sistema se rige por el otro gran rubro de nuestro análisis; me refiero al bloque derecho del esquema (véase figura 7), correspondiente al espacio institucional normado por la OMC. Si bien, como se indicó antes, el Codex Alimentarius es resultado de colaboraciones entre la FAO y la OMS, el «brazo ejecutor», por decirlo de algún modo, es el HACCP. Pero ¿cómo se lleva a cabo esta certificación?, ¿tiene implicaciones para los campesinos indígenas de Chiapas? ¿O seguimos lejos de este complejo entramado de organismos internacionales que avalan la calidad?

Como bien se ha señalado, las certificaciones que se requieren para el mercado internacional son expedidas por alguna institución gubernamental, en tanto que los Estados son los representantes ante la OMC. En el caso de México, las certificaciones HACCP se otorgan en función de dos grandes opciones. Por un lado, cuando se trata de alimentos frescos, interviene la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) a través del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA); por otro lado, cuando se trata de alimentos que se someten a algún tipo de procesamiento y que

fino, pero sobre todo en las consecuencias, en términos de generación de basura plástica, de aluminio o de otros materiales que se utilizan en los filtros y la estructura misma de las cápsulas. En este campo, existen ciertos logros en términos de identificación de materiales biodegradables (Andrade, 2021); sin embargo, las investigaciones al respecto están altamente marcadas por criterios de rentabilidad económica y por los intereses comerciales de las empresas líderes en el control de este sector de mercado, como la Nestlé.

no se consideran frescos —la miel se incluye en este grupo—, interviene la Secretaría de Salud a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).

Como se puede apreciar, el entramado normativo de los mercados de exportación se va complejizando. No obstante, nuestro análisis no concluye aquí, pues todavía resta mucho por evidenciar sobre las reglamentaciones que deben conocerse para asumir una postura consciente y crítica sobre el tema.

Siguiendo con la certificación HACCP, es necesario evaluar la incidencia de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos, instancia que, a través de los dos organismos nacionales mexicanos citados anteriormente —SENASICA y COFEPRIS—, ha establecido la Alianza para la Inocuidad Alimentaria (FSP, por sus siglas en inglés). Esta agencia atiende diversos temas; sin embargo, para fines de este estudio debemos ubicarla como el organismo que facilita las exportaciones de México hacia Estados Unidos.⁶⁵ El asunto parece, en primera instancia, una colaboración internacional, pero es también la forma en que el país del norte hace valer sus propias normativas e instancias de certificación —bajo el argumento de proteger la salud del consumidor final— para aceptar los productos alimenticios que buscan ser comercializados en ese país.

Este complejo mundo de certificaciones y normativas requeridas para la exportación es, justamente, el conjunto de reglas que deben cumplir las organizaciones campesinas indígenas. La complejidad de estas reglas se deja en manos nuevamente de los «expertos»; de este modo, no se cuestionan ni la lógica de funcionamiento ni las estructuras de poder que subyacen a su aplicación.

Las preocupaciones por la inocuidad y el cumplimiento de la acreditación HACCP se presentan como un proceso sofisticado y pretenden generar certidumbre sobre la calidad de los alimentos que se exportan de México hacia Estados Unidos. Pero ¿qué sucede con los alimentos frescos que se comercializan en México?, ¿qué tan importante es cuidar la salud de la población nacional? Desafortunadamente, la realidad en ambos países es bastante

⁶⁵ Para más información, véase: <https://www.fda.gov/food/international-cooperation-food-safety/fda-senasica-cofepris-alianza-para-la-inocuidad-alimentaria> (consulta: octubre de 2024).

distinta; en México la aplicación de las normas es, por demás, laxa⁶⁶ y no forma parte de las ocupaciones ni de las prioridades de las instituciones gubernamentales responsables de la inocuidad alimentaria. Cabría preguntarse entonces ¿acaso la salud de la población mexicana es menos importante que la de los consumidores en los países hacia donde se orientan nuestras exportaciones? Esta situación evidencia que las políticas públicas alimentarias —nacionales o internacionales— no se generan bajo la lógica de la preocupación por la salud de los consumidores-comientes, sino en función de intereses económicos que reflejan, igualmente, una jerarquización social.

No se trata solo de desincentivar las medidas que aseguren la salud de los agricultores y consumidores en cualquier lugar del orbe; sin embargo, resulta absurdo que esta preocupación solo se manifieste cuando se trata de cultivos de exportación. ¿Hasta dónde hemos construido un mundo global en el que se sigue reproduciendo un sistema de exclusión? La posibilidad de alimentarse con productos sanos deja de ser un derecho, pues estos pasan a considerarse mercancías cuyo consumo y disfrute se convierten en un privilegio de quien puede pagarlos.

Esta revisión sobre la aplicación de las normas HACCP deja al descubierto las contradicciones y exclusiones que genera el sentido global de las normas del mercado internacional. Esta forma de accionar se reproduce de manera similar en los distintos campos antes citados, donde actúan los comités mencionados de la FAO-OMS, específicamente en lo que concierne a residuos de plaguicidas, riesgos microbiológicos y nutrición.

AGRICULTURA ORGÁNICA Y SU INSTITUCIONALIZACIÓN EN MÉXICO

En esta sección expondremos el contexto en que se ha desarrollado la agricultura orgánica en México. Reconocemos que esta tiene su origen en un

⁶⁶ Las normas HACCP no se aplican para la mayor parte de los alimentos cultivados y comercializados en México. Resultan alarmantes las condiciones de cultivo para el abastecimiento de nopales frescos destinados al abastecimiento de la Ciudad de México que se cultivan en el Estado de México. Los agricultores utilizan estiércol fresco como abono, lo cual provoca infestaciones por *Entamoeba coli* en la verdura y contaminación de los mantos freáticos. Además, se utilizan altas dosis de fertilización química, lo que afecta los suelos y el manto freático (Reyes Terrazas et al., 2023). Ciertamente esta producción no pasa por la certificación orgánica, pero ¿dónde queda el compromiso de las instancias gubernamentales por garantizar la salud de la población nacional?

movimiento social más amplio y que en Chiapas tiene una gran relevancia para la cafecultura indígena, tema que abordaremos en el último capítulo. A continuación, proporcionaremos el contexto que explica la adhesión del gobierno mexicano a la creación de un marco legislativo sobre la agricultura orgánica.

En investigaciones tempranas sobre este tema se hizo énfasis en aspectos tanto positivos como negativos para los agricultores. Autores como Torres y Trápaga (2002) señalaron que en los países desarrollados existen condiciones que favorecen la agricultura orgánica destinada a un mercado interno, mientras que en países con bajo desarrollo económico, como México, esta agricultura se posiciona como una oportunidad restringida, ya que existen condiciones estructurales que dificultan su comercialización. Efectivamente, en países desarrollados, como los europeos, existe una serie de incentivos fiscales, crediticios y de capacitación para los agricultores que desean establecerse bajo este sistema y que apuestan por la certificación. Sin embargo, el acceso a tales incentivos no siempre es simple ni está garantizado. De hecho, en Europa los jóvenes que buscan instalarse como nuevos agricultores o pequeños productores enfrentan exigencias más duras y se les imponen condiciones restrictivas.⁶⁷

Mientras en los países europeos se desarrolló una agricultura orgánica vinculada al consumo local, dirigida a consumidores preocupados por la conservación ambiental, la salud derivada de la calidad de los alimentos que se consumen y la solidaridad hacia los campesinos, en países como México —ubicados geográficamente en la franja intertropical— la agricultura orgánica presentó una oportunidad para acceder al mercado de exportación, aprovechando la demanda de cultivos tropicales en los países de climas más fríos, en especial en los países ricos ubicados en Europa, América del Norte y otros de alto ingreso en Asia.

⁶⁷ Resultó reveladora la información proporcionada en una entrevista por una joven francesa, quien detalló el proceso de instalación de la agricultura orgánica en la región de Bretaña, Francia. Ella explicó el proceso que se seguía para beneficiarse de los fondos públicos, controlados por la Cámara de Agricultura, y dio cuenta de la burocratización, del establecimiento de criterios que no reflejaban las realidades sociales y del uso de normas que respondían a un estándar europeo que desdibujaba las características de los pequeños productores (entrevista a doctora en Desarrollo Rural, Agrocampus, Rennes, febrero de 2014).

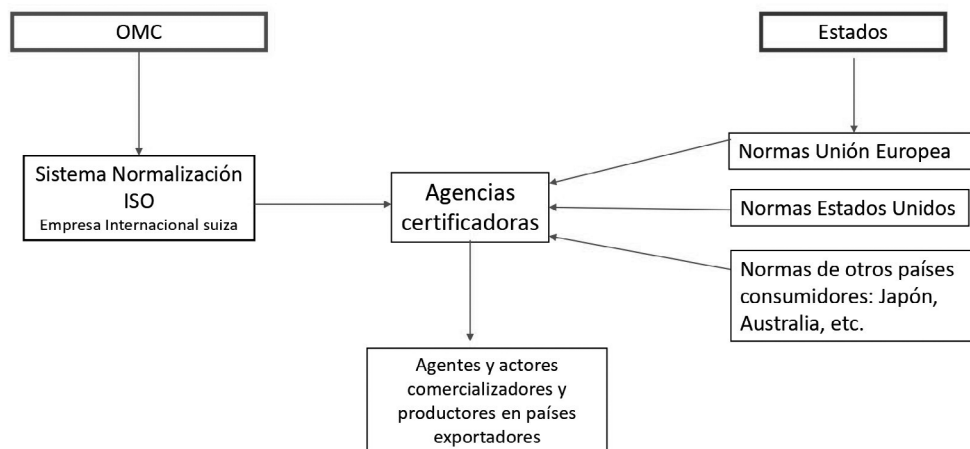
A la par del éxito de la agricultura orgánica en el mundo, diversos estudios han coincidido en señalar el potencial de los territorios campesinos como espacios para este tipo de agricultura y las ventajas económicas que ello podría representar (Gómez, Gómez y Schwentesius, 1999; Torres y Trápaga, 2002). La mirada se centró en los mercados de exportación y en la expectativa de crecimiento de un mercado interno enfocado en un consumidor urbano motivado por deseos de nuevas experiencias, de individualización y de preocupaciones alimentarias orientadas al vegetarianismo, al veganismo o a otras (Torres y Trápaga, 2002), así como por posturas sobre el riesgo calificadas como posmodernistas por Ulrich Beck (1986).

Junto con estas reflexiones, cabe destacar que la agricultura orgánica se venía desarrollando como movimiento social ligado a las organizaciones campesinas cafetaleras orientadas a la exportación bajo el sello de comercio justo. Pero ¿cuál era el contexto nacional en que se inscribía la agricultura orgánica?, ¿cuál fue la postura del gobierno para institucionalizarla y homologarla con las dinámicas del mercado internacional?

La agricultura orgánica ha estado marcada por la dinámica de las agencias certificadoras de los países hacia los cuales se orienta la exportación. No debe olvidarse que el principal cultivo certificado orgánico a nivel mundial es el café, tanto por volúmenes comercializados y superficie cultivada, como por su cifra de negocios y por el número de productores y jornaleros directamente relacionados con su cultivo. Sin embargo, debe entenderse que la necesidad de las agencias certificadoras de los países consumidores de adaptarse a los requisitos de los países que reciben las exportaciones obedeció a distintas condicionantes. En primer lugar, a que se habían desarrollado procesos estandarizados de normas, sistemas de inspección, acuerdos y procesos administrativos para comercializar internacionalmente. Otro factor importante es que las agencias no limitan su actuación a sus mecanismos propios de certificación, sino que también dedican esfuerzo y recursos financieros a campañas publicitarias que les permiten lograr el reconocimiento de los consumidores finales. En este sentido, una agencia certificadora cobra relevancia en la medida en que actúa en ambos frentes; es decir, no basta con contar con normas estrictas y procesos de inspección y certificación, sino que es preciso llevar a cabo campañas publicitarias dirigidas a los consumidores finales para realmente alcanzar éxito comercial.

Para conducir nuestro eje explicativo y de análisis en torno a la certificación de la producción orgánica en el mercado internacional utilizaremos el diagrama de la figura 8. Comenzaremos por señalar que, al igual que en el proceso de certificación de comercio justo, la estrategia orientada a normalizar u homologar los procedimientos entre las agencias certificadoras se realizó a través de la Organización Internacional de Normalización (ISO), específicamente a través de la norma ISO-IEC 17065.⁶⁸ Nuevamente, el Estado transfiere a un ente independiente las acciones normativas de homologación y se limita a validar a las agencias habilitadas para gestionar el sello en cuestión.

Figura 8. Aplicación de procesos normativos para la agricultura orgánica en el mercado internacional



Fuente: elaboración propia.

A continuación, revisaremos cómo se ha producido el crecimiento de la agricultura orgánica. En el contexto mexicano, este sistema tuvo su desarrollo inicial de gran escala con el café orgánico, proceso que en muchos casos coincidió con la certificación de comercio justo. Sin embargo, el interés por la calidad alimentaria en el mercado internacional se extendió a nuevos cultivos frescos y procesados; por ejemplo, a la producción de hortalizas (Brambila,

⁶⁸ Puede consultarse esta norma en: <https://www.iso.org/obp/ui#ISO:std:ISO-iec:17065:ed-1:v1:es> (consulta: octubre de 2024).

Rojas y Pérez, 2025) y de frutas como el aguacate, el plátano, la guayaba, el mango y las bayas, entre otros. Estos mercados han mantenido una tendencia al incremento debido a la respuesta tanto de agricultores empresariales como de actores del sector social.

El lector o lectora encontrará como anexo a este libro una revisión detallada de las estadísticas nacionales sobre el café elaborada por Fredy Jiménez López. Más allá de las dificultades para la ubicación de los datos y la falta de sistematicidad que se intuye en las fuentes, la información recabada ofrece una visión clara sobre el comportamiento de la producción de café, el valor económico y la tasa de crecimiento. Para este análisis, se consultaron referentes nacionales de los principales estados productores del aromático. Cabe destacar que el café orgánico comenzó a ser identificado en las cifras a partir del año 2016.

En cuanto a los campos en que se incrementó la demanda de productos orgánicos en el mercado nacional destaca, por un lado, la aparición de mercados locales en ciudades medias con entornos rurales próximos; estos espacios fomentaron un comercio que revaloriza lo local, tanto en términos de cercanía geográfica como de la participación del campesinado, reconocido ahora como el poseedor de los conocimientos que hacen posible la agricultura orgánica. A través de la CONABIO se llevó a cabo un esfuerzo por registrar las redes alimentarias alternativas en México. El registro fue voluntario, por lo que muy probablemente el número de iniciativas es mayor. Estas experiencias se han documentado en diversas ciudades de México y, aunque no responden a un patrón que explique su desarrollo, destacan casos emblemáticos en la Ciudad de México, Guadalajara y Xalapa, entre muchas otras localidades;⁶⁹ sin embargo, es evidente que el norte del país cuenta con muchas menos experiencias de este tipo. El término utilizado en estos casos es el de redes alimentarias alternativas, en lugar de mercados locales u orgánicos. Estas redes se identifican como «[...] iniciativas territoriales para acercar a los productores campesinos con los consumidores (comercio de circuito corto) y buscar sus intereses comunes, principalmente la producción sustentable de alimentos sanos y culturalmente apropiados» (Higgins, Dibben y Cocklin,

⁶⁹ Puede consultarse en el sitio web <https://www.biodiversidad.gob.mx/diversidad/alimentos/consumidor-responsable> (consulta: octubre de 2024).

2008, citado por Nigh, 2020: 50).⁷⁰ En un ejercicio cartográfico, se señala en Chiapas únicamente el Tianguis Agroecológico Comida Sana y Cercana en San Cristóbal de Las Casas; no obstante, también están bien establecidas las iniciativas de Tapachula, Tuxtla Gutiérrez y Comitán, además de otra en San Cristóbal de Las Casas, de más reciente creación. Aunque dicha información de CONABIO está aún incompleta, constituye el único referente con mayor grado de sistematización disponible hasta el momento. Por su parte, la *sader* no cuenta con información que permita ubicar la superficie, el número de productores y los alimentos producidos bajo estos modelos de articulación entre el campo y la ciudad. Este hecho no debe verse como algo banal, sino como una acción constante de invisibilización que busca soslayar la participación campesina en la producción de alimentos.

Otro gran sector de la agricultura orgánica en México surgió a partir de iniciativas privadas de tipo empresarial que movilizan valores o criterios próximos a los de la agricultura orgánica y el comercio justo. Entre ellas pueden citarse Aires del Campo, probablemente la más presente en supermercados, y Green Corner, una tienda y restaurante en la Ciudad de México.

En términos de movilización de la calidad orgánica de los alimentos, destaca también el sector de cafeterías: desde aquellas promovidas por las propias organizaciones de productores —que han desarrollado esquemas de franquicias— hasta las fundadas bajo modalidades en las cuales las cafeterías y los pequeños torrefactores colaboran para ofrecer un café en taza de alta calidad organoléptica, respaldado por un ensamble de sellos que busca generar confianza en el consumidor final.

En esta rápida descripción de los contextos en que se ha desenvuelto la agricultura orgánica en México es preciso ubicar ciertos momentos que han marcado su devenir. Son los siguientes: 1) la constitución de las primeras certificadoras mexicanas de productos orgánicos, 2) el reconocimiento de la primera certificadora mexicana por la Unión Europea⁷¹ y 3) la promulgación de la Ley de Productos y Procesos Orgánicos el 7 de febrero de 2006.

⁷⁰ Es amplia la literatura sobre los mercados locales o redes alimentarias alternativas en México; en particular destacan tesis de investigación llevadas a cabo en distintos centros de investigación. En ellas prevalece la intención de describir la dinámica organizativa, los itinerarios técnicos de los campesinos que participan y la regionalización enfocada a evidenciar debilidades y fortalezas. Las temáticas son muy diversas.

⁷¹ Diario de campo e igualmente reportada en *Info7* (2012, 17 de febrero).

LOS INSPECTORES ORGÁNICOS

A continuación, trataremos sobre cómo se lograba la certificación de un producto o proceso orgánico en México para los cafetales entre fines del siglo pasado y la primera década de este siglo. Como se mencionó anteriormente, el proceso dependía del país de origen del potencial comprador; es decir, si una cooperativa o un productor individual tenía un cliente en Europa, Estados Unidos o Japón, debía acercarse a las certificadoras reconocidas por esos países. En México, no debía cumplirse ninguna normativa nacional para exportar cualquier producto orgánico.

En un principio, las agencias internacionales tenían una cartera de inspectores en sus propios países, y estos eran comisionados para realizar el trabajo de inspección en los países donde se ubicaba el agente exportador —recordemos que este último podía ser desde una cooperativa de productores hasta un agente comercial privado—. Los inspectores eran evaluados y acreditados por las agencias certificadoras en sus países de origen y, cuando se les asignaba una comisión, se consideraba el pago de una tarifa diaria basada en los referentes del país de la agencia certificadora, además de los costos de traslado hasta el lugar de la unidad de producción a certificar. Por ejemplo, en el caso de la agencia Naturland, el inspector era una persona alemana y percibía su pago según la tarifa de Alemania, además de que viajaba con todos los gastos pagados desde que salía de su casa.

Los costos siempre han recaído en el solicitante de la certificación orgánica; es decir, los han asumido las cooperativas de productores de café. Sin embargo, estos costos, ya extremadamente onerosos —cotizados en euros o en dólares—, se incrementaban debido a que las mismas cooperativas de productores asumían también los gastos operativos para el traslado a las parcelas que debían ser inspeccionadas, algo que aún sigue siendo así. A los gastos de traslado se suman otros, pues la alimentación y el hospedaje deben ser cubiertos por la cooperativa directamente o por los grupos de socios, según el itinerario. En el caso de que haya hospedajes privados próximos a los poblados desde donde parten las rutas de inspección de las parcelas, los inspectores cubren esos gastos; de no ser así, son los socios de la cooperativa quienes asumen también esa responsabilidad, sin que ello implique desembolso alguno para los inspectores.

Esta significativa carga económica para las cooperativas cafetaleras motivó a sus técnicos —en la mayoría de los casos ingenieros agrónomos— a buscar soluciones y, para atenuar tales condiciones adversas, se impulsaron dos caminos. Por un lado, se planteó que las agencias certificadoras extranjeras impartieran cursos de capacitación y procesos de acreditación dirigidos al personal técnico mexicano. El otro camino, con una visión a más largo plazo, estaba orientado a constituir una certificadora mexicana.

Probablemente, uno de los primeros cursos de formación en México fue «el ofrecido en febrero de 1998 en Oaxaca por parte de la Asociación Internacional de Inspectores Independientes y la Asociación Mexicana de Inspectores Orgánicos» (Gómez, Gómez y Schwentesius, 1999: 59), el cual permitió incrementar el número de inspectores reconocidos por las agencias certificadoras; sin embargo, seguían siendo pocos en relación con la actividad que se desarrollaba en México.

Fueron OCIA-Internacional y OCIA-México las organizaciones que lideraron la certificación orgánica de café en Latinoamérica; principalmente, centraron su acción en la formación y habilitación de inspectores mexicanos. Por ejemplo, llevaron a cabo el «Taller de actualización sobre programas de certificación de productos orgánicos, sistemas de control interno en grupos de productores y certificación de café de sombra», del 18 al 20 de septiembre de 2002 en la ciudad de Oaxaca. Participé personalmente en este curso y obtuve la acreditación como inspectora de OCIA, labor que desempeñé durante aproximadamente cuatro años en unidades productivas de Chiapas, tanto privadas como pertenecientes a organizaciones campesinas cafetaleras. Mi participación en esa actividad me permitió conocer desde la práctica las dinámicas sociales que acompañan el proceso de inspección en campo, las tensiones que experimentan las organizaciones de productores cuando reciben a los inspectores, y las relaciones entre los inspectores y las agencias certificadoras. Por supuesto, mi participación en esas actividades estuvo sujeta a un compromiso de confidencialidad; sin embargo, dicha experiencia me permitió desarrollar la abstracción y el análisis que presento en este libro.

Anteriormente describí cómo se desarrollaron las primeras acciones de inspección para la certificación orgánica en Estados Unidos, con OCIA, y en Alemania, con Naturland. En esos casos, quien realizaba la inspección actuaba con un enfoque de orientación y capacitación, y no solo verificaba el

cumplimiento de las reglas. Sin embargo, cuando tomé el curso de formación como inspectora orgánica, se enfatizaba que los inspectores no debíamos cumplir funciones de capacitación, sino únicamente de verificación del cumplimiento; es decir, los inspectores habían dejado de ser parte de un proceso formativo para convertirse en agentes de «chequeo».

La acreditación de inspectores mexicanos tuvo un impacto directo sobre las organizaciones cafetaleras, en primer lugar, porque el pago de honorarios se realizaba conforme a una tarifa en pesos mexicanos y con referencia al mercado laboral nacional. Poco después, la relación entre los inspectores y la agencia se tensó como consecuencia de la tarifa de honorarios porque, si bien se pretendía que fuera homogénea, algunos inspectores aceptaron percibir una tarifa menor al estimar que su labor requería menos tiempo que el calculado por la agencia. Situaciones de este tipo provocaron tensiones en el gremio de inspectores. Si bien utilizo la palabra gremio, no se trataba de un colectivo organizado, pues en realidad los inspectores no conformaron entonces ninguna figura asociativa. En consecuencia, las agencias certificadoras actuaron nuevamente en condiciones de ventaja, con agentes individuales: los inspectores.

Entre las organizaciones cafetaleras y, en general, quienes pagan el servicio de certificación orgánica prevalece la idea de que los inspectores están muy bien remunerados; sin embargo, esto no es del todo cierto, ya que actúan como profesionales independientes, sin recibir prestaciones sociales por parte de las agencias y emitiendo únicamente recibos de honorarios. Además, las jornadas de trabajo son intensas,⁷² ya que pueden iniciar los recorridos antes del amanecer y extenderse hasta la puesta de sol para verificar en campo las parcelas. Al concluir, sigue el trabajo de gabinete en las oficinas de la cooperativa para verificar la documentación, lo que deriva en jornadas de trabajo de 10 a 12 horas aproximadamente.⁷³

⁷² Estas jornadas de trabajo se realizan en zonas con alta incidencia de enfermedades tropicales como dengue, chikungunya o paludismo, además de estar expuestos a mordeduras de víboras y accidentes por las condiciones irregulares del terreno.

⁷³ Presento esta descripción sobre el ritmo y las responsabilidades propias de la labor de inspección porque a lo largo de más de 20 años de experiencia en investigaciones y práctica profesional sobre el comercio justo y la agricultura orgánica he apreciado que existe un desconocimiento profundo, tanto entre quienes realizan investigaciones con enfoques socioambientales como entre funcionarios de gobierno, sobre este trabajo de campo concreto. Estos elementos pretenden dar luz sobre el rol de estos agentes en los procesos de inspección y certificación.

La consolidación de la primera agencia nacional, la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos, Sociedad Civil (CERTIMEX), se concretó el 29 de agosto de 1997 en San Cristóbal de Las Casas. Este gran paso abrió nuevas posibilidades no solo para esta certificadora, sino también para otras que continuaron por el mismo derrotero. Sin embargo, la creación de esta instancia no resolvió el problema de fondo, esto es, el reconocimiento del proceso realizado por CERTIMEX en los países consumidores donde se ubicaban los compradores del café orgánico mexicano. El camino para resolver esta inequidad no fue simple y, mientras tanto, este organismo actuó como una especie de «empresa maquiladora» o subsidiaria de las agencias internacionales reconocidas. El trabajo en campo lo hacía CERTIMEX, pero sin reconocimiento internacional. Esta situación llegó a su fin cuando se consiguió superar el complicado proceso para alcanzar el reconocimiento de la Unión Europea. Al respecto, el director de esta agencia, el ingeniero Taurino Reyes, comentó lo siguiente: «La primera vez que CERTIMEX fue reconocido en la Unión Europea fue en febrero de 2001, ante la autoridad de Salzburgo, Austria; fue con el importador EZA⁷⁴ de Austria para que pudiera comprar un lote de café orgánico de los compañeros de UCIRI» (información proporcionada por correo electrónico, octubre de 2024).

El reconocimiento por parte de la Unión Europea abría las puertas para cumplir las normativas del Departamento de Estados Unidos y alcanzar su reconocimiento, ya que, en general, las regulaciones europeas siempre han sido más rigurosas que las estadounidenses en lo que se refiere a criterios de evaluación. Este reconocimiento significó «abrir brecha» para otras agencias de certificación mexicanas que iniciaban su camino.

El ingeniero Taurino Reyes, director de CERTIMEX, describió como sigue la forma en la que este organismo obtuvo su reconocimiento y se fue abriendo paso:⁷⁵

En ese momento los requisitos para aprobar a la certificadora eran los siguientes:

⁷⁴ EZA Fairer Handel GmbH; véase su sitio web: <https://www.eza.cc/> (consulta: octubre de 2024).

⁷⁵ Puede revisarse información más amplia de CERTIMEX en su sitio web, en particular la línea de tiempo que permite ubicar momentos relevantes para la agencia certificadora: <https://www.CERTIMEXSC.com/conocenos> (consulta: octubre de 2024).

1) Tener una evaluación por parte de un experto en normas orgánicas y la Guía ISO 065, esto lo logramos con la evaluación del Dr. Jochen Nuendorff de la GFRS⁷⁶ de Alemania.

2) Que un importador solicitara ante su autoridad la importación de producto orgánico con certificado CERTIMEX. Esto lo hizo EZA de Austria, para ello CERTIMEX tuvo que enviar los siguientes documentos: Informe de evaluación indicado en el punto 1, certificado orgánico emitido por CERTIMEX a UCIRI para el cultivo, el procesamiento y la exportación del café, el informe de inspección de UCIRI, y llenar un formato de solicitud de importación ante las autoridades de Salzburgo, Austria. Estos documentos se enviaron en papel firmados y sellados.

3) Los documentos eran revisados por la autoridad y si todo estaba en orden emitía el permiso de importación para el importador EZA y exportador UCIRI con certificado CERTIMEX. El permiso tenía vigencia de un año, se podían exportar los contenedores de café orgánico que hubiesen convenido EZA y UCIRI. Por cada lote exportado, CERTIMEX debía emitir un certificado de transacción,⁷⁷ también se enviaba en papel por DHL.⁷⁸

Este sistema funcionó hasta 2011, cuando entró en vigor el sistema de aprobación de los certificadores por parte de la Comisión Europea de acuerdo con los reglamentos UE 834/2007, UE 889/2008 y UE 1235/2008. Existe una lista de los certificadores aprobados la cual vence el 31/12/2024 (https://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/api/report-files/6/download).

A partir de 01/01/2025 se empezará a certificar conforme a los nuevos reglamentos de UE 2018/848 y para ello la Comisión ha establecido un nuevo sistema de evaluación y aprobación de los organismos de certificación. El cambio más importante es que dejarán de funcionar las normas equivalentes (Norma CERTIMEX-01-2020 equivalente con los reglamentos UE 834/2007 y UE 889/2008); se certificarán todos los productos orgánicos conforme a los reglamentos de ue 2018/848.

⁷⁶ GFRS es una certificadora alemana. Véase su sitio web: <https://www.GFRS.de/index/> (consulta: octubre de 2024).

⁷⁷ El certificado de transacción es el «Documento que expide la Secretaría o el organismo de certificación orgánica aprobado en el que se indica la cantidad de producto orgánico a colocar en el mercado, para coadyuvar a una relación de intercambio confiable entre el operador orgánico y el comprador» (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, 2016).

⁷⁸ DHL es un servicio internacional de mensajería privada.

CERTIMEX fue acreditado por Dakks de Alemania en febrero de 2024 y aprobado por la Comisión Europea en junio de 2024 para certificar [con] los nuevos reglamentos; de hecho, para los nuevos proyectos certificados a partir de 24 de junio ya se hacen con la nueva regulación (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401748); pero todavía tenemos productores y organizaciones certificadas con la norma CERTIMEX equivalente; dichos certificados dejarán de ser válidos a más tardar [en] octubre de 2025.

Entonces, el proceso de aprobación de CERTIMEX en UE ha sido cambiante, cada vez más riguroso, en algunos casos menos burocracia en comparación a los primeros años (2001-2011), cuando todo era en papel y envíos por DHL, muy caro; con cada importador y cada exportador, [en] un trámite llegamos a realizar cerca de 43 permisos de importación, era insostenible. Ahora todo es electrónico, funciona mediante plataformas como el OFIS y TRACES,⁷⁹ los certificados se emiten con firmas digitales, creo que en general el proceso funciona mejor y ahorramos unos pesitos (información proporcionada por correo electrónico, octubre de 2024).

La creciente presencia de inspectores mexicanos, junto con el desarrollo de las agencias de certificación en México, se orienta hacia la obtención de reconocimiento por parte de las agencias certificadoras en los países de consumo. Sin embargo, como analizamos en una sección precedente, el proceso de globalización terminó por extender su lógica a los mercados que, en un inicio, se habían posicionado como alternativos a los sistemas hegemónicos. Así, tanto el sistema de comercio justo como el de agricultura orgánica atravesaron procesos de integración, homogenización y estandarización de normas, criterios y principios.

AGRICULTURA ORGÁNICA: ESPECIFICIDADES POR REGIONES GEOPOLÍTICAS

Si bien la globalización de los mercados presenta una tendencia homogeneizadora, también se impone otra directriz marcada por las particularidades

⁷⁹ TRACES son las normativas específicas para la importación de plantas y animales en la Unión Europea. Véase el sitio web: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/traces_en?prefLang=es (consulta: octubre de 2024).

de determinados países y regiones geopolíticas. Esta realidad de igual modo se refleja en la dinámica de la agricultura orgánica y se concreta en marcos diferenciados que validan y acreditan la calidad orgánica.

Aunque la OMC interviene para estandarizar las consideraciones que regulan el mercado, los bloques geopolíticos ejercen presión para actuar e imponer sus propias normas. Actualmente, la entrada de productos con certificación orgánica en un país depende del cumplimiento de las normas del país de destino. En el caso del café y la miel de Chiapas, los principales destinos de exportación son la Unión Europea y Estados Unidos, por lo que las normativas aplicables a la exportación deben ajustarse a las disposiciones de ambas regiones, obligación que recae en la agencia certificadora de agricultura orgánica.

Diversos grupos de investigación han centrado sus estudios en la normativa de las agencias certificadoras respecto a los criterios de sustentabilidad y solidaridad social; entre ellos se encuentran, entre otros: el Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAM), de la Universidad Autónoma Chapingo, con la participación de Laura Gómez, Ángel Gómez y Rita Schwentesius; la Universidad de Colorado, con la participación de Douglas Murray, Laura T. Raynolds y Peter Leigh Taylor, y la Universidad de Quebec, con la intervención de Corine Gendron. Estos grupos han realizado importantes aportaciones en torno a las diferencias e implicaciones entre las normativas de las certificadoras y las legislaciones nacionales de los países consumidores; sin embargo, existe una tendencia a evitar un cuestionamiento profundo al *statu quo* de las reglas del mercado internacional definidas por la OMC, como si fueran algo dado, incuestionable o inamovible.

La revisión del proceso de la agricultura orgánica evidencia nuevamente el papel de la OMC como instancia mediadora del mercado global. El análisis de Dankers (2004) sobre las certificaciones, en especial sobre las normas sociales y ambientales requeridas, da cuenta de su rol definitorio y vuelve a poner esta instancia en el centro del debate, como se ha mostrado en secciones precedentes. La autora revisa la aplicación y la validez de algunas consideraciones y principios de la OMC como los conceptos de: «nación más favorecida» (NMF), «obstáculos técnicos al comercio» (OTC) y «métodos de producción y procedimiento» (MPP). A manera de ejemplo, retomo su análisis sobre la cali-

dad orgánica,⁸⁰ la cual se considera obligatoria solo cuando el producto lleve el etiquetado que lo señale. Aunque esto puede parecer obvio, en las reglas comerciales ¡todo debe ser explicitado! El caso expuesto por Dankers (2004) resulta especialmente clarificador. A la letra, señala:

En el documento presentado al Comité OTC⁸¹ y el Comité de Comercio y Medio Ambiente (CCMA) en Suiza en 2001, se cuestionó la justificación de una distinción entre las normas y reglamentos obligatorios y voluntarios, argumentando que si un estándar tiene como efecto la segregación del mercado, la conformidad con la norma se vuelve obligatoria, para el productor que desea acceder a un nuevo segmento del mercado (OMC 2001a). Algunos países están de acuerdo en que a veces los esquemas voluntarios pueden crear incertidumbre por su naturaleza voluntaria u obligatoria, o que los programas voluntarios pueden tener una relación con la competitividad o percepción y con la elección que hacen los consumidores. Muchos miembros optaron por no considerar este un tema de (re)negociación, opinando que no había necesidad de elaborar documentos explicatorios, aunque estuvieron dispuestos a debatir más sobre el tema para lograr un mejor entendimiento (OMC 2001b, 2001g) (Dankers, 2004).

El debate y el cuestionamiento del orden impuesto por la OMC constituyen una vía para pensar modalidades alternativas de orden global que permitan otros paradigmas sociales de convivencia y formas de vida. En este marco, el análisis del comercio justo y de la agricultura orgánica constituye un ejemplo de las inequidades, los vacíos y la desatención hacia los grupos poblacionales con menor capacidad de incidencia en la distribución de la riqueza, la cual, según la teoría económica, se realiza a través del mercado. A su vez, el mercado diferenciado de la agricultura orgánica acentúa las inequidades sociales y los daños ambientales que, en principio, propone resolver.

⁸⁰ El término orgánico no puede ser utilizado en el empaquetado sin el cumplimiento de los marcos normativos de los países donde se comercializa.

⁸¹ Cabe recordar que otro de los principios rectores de la OMC es la no aceptación de obstáculos técnicos al comercio (OTC).

LEGISLACIÓN MEXICANA SOBRE AGRICULTURA ORGÁNICA

En el contexto de la dinámica globalizadora del mercado, países como México se vieron obligados a definir su legislación nacional para adecuarse a la nueva estructura del mercado internacional dictada por la OMC. El cabildeo y la gestión de la Ley de Productos Orgánicos deben analizarse a partir de contextos bien diferenciados; por un lado, la agricultura orgánica vinculada a la exportación, en la que se insertaron los campesinos cafetaleros y mieleros indígenas de Chiapas, así como campesinos de otras regiones del país con estos y otros productos; por otro, el contexto de los campesinos ligados a mercados de consumo nacional, articulados mediante iniciativas de circuitos cortos o de redes alimentarias alternativas, donde se observan intereses distintos (Monachon, 2020).

No es posible afirmar que se trate de dos grupos separados, pues en algunos casos la experiencia en la exportación impulsó la participación campesina en los mercados locales de agricultura orgánica, mientras que la participación en las redes alimentarias alternativas propició la incursión de algunos grupos campesinos en los mercados de exportación. Lo cierto es que la ley no tuvo el mismo significado para unos y otros.

En lo que respecta a la producción orgánica comercializada a través de las redes alimentarias alternativas, la ley también tuvo un peso importante, ya que en estas redes se habían implementado los sistemas participativos de garantía (SPG), reconocidos por la IFOAM en 2008⁸² y retomados por la Ley de Productos Orgánicos de México. En este caso, los cambios fueron sustanciales, ya que la ley implicó que los productores que desearan obtener el sello distintivo otorgado por la senasica debían cumplir con sistemas de registro y documentación muy similares a los manejados en la certificación por tercera parte. Sin embargo, a diferencia de esta, los SPG se otorgan al conjunto de la unidad de producción del agricultor, y no por cultivo. Además, se estableció como requisito indispensable para la comercialización de productos en los casos en que esta se realizara fuera del mercado local al que pertenecía el agricultor. Por ejemplo, en cuanto al café producido en Chiapas y comercializado en la Ciudad de México o Guadalajara, los agricultores debían cumplir

⁸² Puede consultarse más información en el sitio web de la IFOAM: <https://www.ifoam.bio/our-work/how/standards-certification/participatory-guarantee-systems> (consulta: agosto de 2025).

con las normas necesarias para la obtención del spg. Sin embargo, en la práctica esto no se llevó a cabo, y los agricultores que participaban en las redes alimentarias alternativas continuaron comercializando sin atender esta nueva exigencia legal, lo que les impidió utilizar el término «orgánico». En consecuencia, comenzó a usarse el término «agroecológico», el cual hasta ahora ha quedado fuera de las normativas globales (Monachon, 2020; Espinosa, González y Valero, 2025).

¿Puede hablarse de un movimiento orgánico en México? De manera inmediata, la respuesta sería afirmativa; sin embargo, esto presenta ciertas complejidades, en principio derivadas de los contextos previamente caracterizados, los cuales desembocaron en dos grandes perspectivas; por un lado, la agricultura orgánica de exportación y, por otro, aquella orientada a los mercados locales. Estos dos grandes grupos quedaron distantes uno del otro, con escasa articulación, por lo que la idea de un movimiento social en torno a la agricultura orgánica se diluye.

No obstante, la noción de movimiento social resulta pertinente cuando se observa la dinámica de los cafecultores indígenas de Chiapas y Oaxaca, quienes tienen una historia común relacionada con la lucha por la tierra, la reivindicación de las identidades étnicas y la apropiación del proceso productivo. Estos elementos, en conjunto, permiten reconocer que existe un movimiento social en torno a la agricultura orgánica, la cual ha impulsado cambios sociotécnicos en la producción, procesos de aprendizaje en el complejo mundo de la exportación y la construcción de una identidad que entrevera estos componentes comunes. Esta dinámica social en los territorios indígenas dedicados a la cafecultura dio lugar a distintas experiencias asociativas, las cuales Nigh (1992) identificó como el nuevo movimiento campesino. Sin embargo, a mi juicio, este no logró consolidarse como un movimiento social de envergadura nacional bajo los postulados de la agricultura orgánica, sino que quedó acotado a los territorios indígenas cafetaleros sin lograr tener un peso relevante en la definición de la Ley de Productos Orgánicos.

¿Qué puede decirse de los campesinos vinculados a las redes alimentarias alternativas sobre su participación en esta ley? En este caso, la desarticulación entre los grupos campesinos también es un aspecto relevante. Si bien se identifican como redes en tanto articulan a campesinos con consumidores, los esfuerzos por constituirse como una red nacional —y, más aún,

como un movimiento orgánico de mayor envergadura— resultan limitados. Aunque existe la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, que inició en 2002, esta no ha logrado integrar el conjunto de iniciativas de mercados locales de las distintas regiones de México (González y Durand, 2020; Reyes et al., 2020).

Buscamos identificar elementos que permitan entender cómo se constituyó la Ley Mexicana de Productos Orgánicos; no obstante, resulta igualmente importante examinar las primeras experiencias de constitución de organismos certificadores. Antes de la promulgación de la ley, no existía en México un marco normativo para reconocer a las agencias certificadoras, salvo mediante el aval de la IFOAM como instancia internacional, lo cual no impidió la aparición de grupos que intentaron posicionarse como certificadores de la calidad orgánica.

Quizás el antecedente más temprano de un intento por impulsar una ley se dio en la Universidad de Colima, donde se conformó el Comité Universitario Certificador de Productos Orgánicos (CUCEPRO). Su experiencia, brevemente documentada por Gómez, Gómez y Schwentesius, merece destacarse por ser la única iniciativa impulsada desde una universidad. Desafortunadamente, su permanencia fue efímera y no logró contar con el respaldo de otros actores para concretar un comité o consejo regulador de productos orgánicos (Gómez, Gómez y Schwentesius, 1999: 61). Actualmente no existe información disponible sobre esta experiencia.

Otras iniciativas buscaron posicionarse como instancias certificadoras, pero no lograron consolidarse, excepto CERTIMEX que, como ya se ha señalado, apuesta por su reconocimiento internacional.

Podría considerarse que la primera acción del Estado dirigida a regular el sector orgánico en México fue la creación de la Norma Oficial Mexicana 037-FITO-1995, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 23 de abril de 1997. En ella se definen las especificaciones para la producción y el procesamiento de productos agrícolas orgánicos, conforme a los mecanismos de normalización vigentes aplicados por la secretaría competente, en este caso la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR, 1997, 23 de abril).⁸³ Hay que precisar que las normas oficiales tienen carácter obligatorio. En principio, las normas de este tipo se diseñan con la participación de los

⁸³ En 2018 cambió su denominación a Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER).

actores directamente involucrados; sin embargo, como ocurre en muchos otros procesos de normalización, la voz de quienes no están organizados o se encuentran desvinculados de los agentes que promueven la iniciativa no se suele tomar en cuenta.

No puede pasarse por alto que transcurrieron dos años antes de que la ley fuera publicada en el *Diario Oficial de la Federación*. Se trata de un lapso considerable, que puede interpretarse como una falta de interés para su publicación. ¿Por qué y por parte de quiénes?

El asunto resulta más desconcertante en tanto que la citada norma —NOM-037-FITO-1995— se canceló en 2010 mediante un aviso en el DOF (SAGAR, 2010, 11 de mayo) que incluía una serie de considerandos, de los cuales retomo los siguientes:

Que el segundo párrafo del artículo 51 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización señala que cuando no subsistan las causas que motivaron la expedición de una norma oficial mexicana, las dependencias competentes, a iniciativa propia o a solicitud de la Comisión Nacional de Normalización, de la Secretaría o de los miembros del comité consultivo nacional de normalización correspondiente, podrán modificar o cancelar la norma de que se trate sin seguir el procedimiento para su elaboración.

Que las fracciones I y III del artículo 40 del Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización indican que en la revisión de las normas oficiales mexicanas se tomará en consideración, entre otras cosas, que se haya aprobado una norma o lineamiento internacional referente al producto o servicio a regular, que no existía cuando la norma fue publicada o se compruebe que la norma oficial mexicana es obsoleta o la tecnología la ha superado.

Que con fecha 7 de febrero de 2006 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley de Productos Orgánicos, la cual contempla entre otras disposiciones, promover y regular los requisitos para la conversión, producción, procesamiento, elaboración, preparación, acondicionamiento, almacenamiento, identificación, empaque, etiquetado, distribución, transporte, comercialización, verificación y certificación de productos producidos orgánicamente, por lo que es innecesaria la continuación de la vigencia de esta Norma Oficial Mexicana NOM-037-FITO-1995.

Que debido a que las especificaciones bajo métodos de producción orgánica son muy dinámicas y que en corto tiempo se dan cambios en las listas de sustancias, materiales, procesos, definiciones, prácticas permitidas, restringidas o prohibidas; y por los cambios efectuados en otras regulaciones internacionales como las Directrices para la producción y procesamiento de alimentos orgánicos del *Codex alimentarius*, contribuyeron a que el contenido de la Norma Oficial Mexicana referida perdiera sus efectos. Por tal motivo, el 27 de julio y 19 de noviembre de 2001, el Subcomité de Servicios Fitosanitarios del Comité Consultivo Nacional de Normalización de Protección Fitosanitaria (CONAPROF), determinó solicitar la cancelación de esta Norma Oficial Mexicana NOM-037-FITO-1995 (SAGAR, 2010, 11 de mayo, énfasis añadido).

En los párrafos anteriores resalté en cursivas cierta información para ubicar dos datos que permiten explicar los tiempos de espera en la normativa y legislación mexicanas en materia de agricultura orgánica. Por un lado, en 2006 ya se había promulgado la ley —cuatro años antes de la cancelación de la norma—, lo que restó relevancia a esta última y justificó su invalidación. Sin embargo, lo que resulta más significativo en el análisis de los considerandos es la importancia que se otorga al Codex Alimentarius como instancia normativa a nivel internacional. Es en este punto donde retomamos la figura 8, presentada en el capítulo anterior, en la que se explicó el rol que esta instancia de la ONU desempeña en las normativas impuestas a través de la OMC.

Es claro que la negociación y el cabildeo en torno a la Ley de Productos Orgánicos estuvieron marcados por tensiones y diferencias internas entre los sectores productivos que lograron posicionar su voz. En este sentido, puede mencionarse el cuestionamiento en torno al desinterés y, en algunos casos, al rechazo de los productores orgánicos integrados a la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos frente a los beneficios que eventualmente podría ofrecerles esta ley.

En este contexto, la «Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) y la Universidad Autónoma Chapingo (UACH), conjuntamente [organizaron los] Talleres Nacionales para el Fortalecimiento y desarrollo de Capacidades del Sector Orgánico y su Sistema de Control» (Gómez, 2009). Uno de estos talleres se llevó a cabo en

Tuxtla Gutiérrez los días 9 y 10 de noviembre de 2009, con el propósito de recabar opiniones y puntos de vista de los grupos campesinos involucrados en agricultura orgánica. En él participaron representantes de organizaciones campesinas cafetaleras indígenas, productores vinculados con los mercados orgánicos de San Cristóbal de Las Casas, Comitán y Tapachula, así como actores involucrados en estos procesos desde el activismo social y la academia. Este taller de discusión, al igual que muchos otros organizados en el país y que resultaron sumamente ricos en aportaciones, estaban sentenciados a convertirse en un simulacro en términos de incidencia en la definición de ley. La fehaciente prueba de ello fue la cancelación de la norma NOM-037-FITO-1995, bajo el patético argumento de que la ley debía responder a los lineamientos marcados por el Codex Alimentarius.

REPENSANDO EL ORDEN MUNDIAL

A lo largo de este libro mi objetivo ha sido evidenciar la existencia de un orden mundial que se impone por encima de las «buenas intenciones» que, sin duda, puedan tener las personas que han hecho y hacen posible la agricultura orgánica y el comercio justo. Sin embargo, ese orden global, regulado por la ONU, evidencia su ineficacia como instancia capaz de generar un orden de paz, equidad y solidaridad en el mundo. Este tarea tuvo su momento histórico al término de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945); sin embargo, el orden geopolítico no sostuvo esa apuesta y terminó por dismantelar las acciones emprendidas en India, como laboratorio social de una vasta riqueza y valorización de los recursos biogenéticos (Shiva, 2001).

Prueba de la inoperancia de la ONU es la «delegación» de funciones a la OMC. Como ejemplo, puede mencionarse el caso del Codex Alimentarius, definido en el ámbito de la ONU, pero cuyo cumplimiento normativo se impone a los países a través de la OMC mediante la obligatoriedad de las normas HACCP.

Desafortunadamente, el dominio de un grupo muy reducido de empresas que controlan el sector agroalimentario es un hecho irrefutable; así lo documenta el trabajo realizado por ETC Group (2022), del cual destaco algunos datos sobre los sectores de agroquímicos y semillas:

Agroquímicos: Las 4 empresas más grandes controlan 62 % del mercado mundial; las 6 más grandes el 78 %. Syngenta Group, el coloso de China, controlará ¼ del mercado global de plaguicidas después de la fusión entre SinoChem y ChemChina.

Semillas comerciales: Las dos principales compañías controlan 40 % del mercado de semillas comerciales. Las seis más grandes 58 %. Solo Bayer controla 23 %. 4 firmas (Grupo Syngenta, Bayer, BASF, Corteva) controlan la mitad de las semillas comerciales del mundo y 62 % de los plaguicidas (ETC Group, 2022: 8).

Sabemos que el control del negocio agroalimentario no tiene nacionalidad; se extiende a múltiples áreas y orienta su innovación hacia la digitalización de la alimentación y la agricultura. Este proceso, que podría parecer de ciencia ficción, implica el procesamiento de datos a lo largo de toda la cadena, los cuales se convierten en herramientas para la toma de decisiones en términos productivos, pero sobre todo especulativos.

El acceso a información que da cuenta de la concentración de capitales en la industria agroalimentaria ha sido abordado principalmente por organizaciones de la sociedad civil, que sacan a la luz datos a los que cada vez es más difícil acceder.⁸⁴ En este sentido, Graeber (2018: 34) señala, a partir de su trabajo en la Direct Action Network,⁸⁵ que «los activistas llevan la delantera» a quienes nos desempeñamos en instituciones de investigación académica.

El orden mundial, establecido y dominado por las normas comerciales de la OMC, está lejos de garantizar la soberanía alimentaria de los pueblos

⁸⁴ Para dar cuenta de la dimensión de esta situación, retomo las observaciones de ETC Group sobre las dificultades que enfrenta para acceder a fuentes destinadas al análisis financiero de las empresas: «En el pasado, ETC Group se basaba en las estimaciones del mercado global de semillas de los analistas de mercado AgBioInvestor (iniciado por personas que anteriormente trabajaban para Phillips McDougall), o IHS Markit (la firma que recientemente adquirió Phillips McDougall). A finales de 2020 la firma de análisis financiero S&P Global, anunció un acuerdo para adquirir IHS Markit en 44 mil millones de dólares. La información que antes era relativamente accesible para investigar a las empresas, se ha privatizado totalmente y es sumamente costoso acceder a ella» (ETC Group, 2022: 13).

⁸⁵ Direct Action Network fue una confederación de organizaciones que cobró fuerza y presencia mundial en 1999, a partir de sus acciones de bloqueo contra la reunión de la OMC, con las que se anunciaba el inicio del siglo XXI. Las acciones de esta red parecen haberse reorientado o suspendido desde 2010, aunque esto probablemente se trate de una reformulación de estrategias. Puede consultarse su trayectoria en: <https://communitydevelopmentarchive.org/direct-action-network/>

campesinos e indígenas, así como de los movimientos de consumidores —comientes—. Tomar conciencia de esta realidad no implica adoptar una visión conspiracionista, sino desentrañar los intereses que subyacen a discursos acuñados bajo el influjo de instancias que dicen procurar el bien de la sociedad mundial.

En términos pragmáticos de seguridad y soberanía alimentaria de los países, vale la pena retomar las reflexiones que hace Kari Polanyi al evocar las aportaciones de Arthur Lewis (1915-1991), quien fue el primer hombre negro en recibir un Premio Nobel de Economía en 1979.

En el discurso por el Nobel «La desaceleración del motor del crecimiento» (1979) y en la Conferencia Schumpeter «La evolución del orden económico internacional» (1978), Arthur Lewis, concluyó que en el largo plazo los países del mundo en desarrollo tendrían de ellos todos los recursos para el crecimiento económico. Ellos no deberían depender de las exportaciones hechas a los países desarrollados, sino que deben reorganizar su agricultura para alimentar a su población, proporcionando las bases para sus industrias de manufactura y servicios. «El comercio internacional no puede sustituir al cambio tecnológico, así que aquellos [países] que dependen de él como su principal esperanza están condenados a la frustración» (Polanyi, 2018: 379-380).

Reitero que el análisis presentado aquí sobre la agricultura orgánica constituye una veta del insostenible desequilibrio mundial que atravesamos. Este escenario está impulsando nuevos aires de ordenamiento, entre ellos el del grupo geopolítico BRICS, integrado originalmente por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica en 2010, y que ha ampliado posteriormente su membresía. Se trata de un proceso de reordenamiento mundial aún en construcción, que abre nuevas oportunidades de cooperación entre los países del Sur global.⁸⁶

Continuaremos esta revisión de la agricultura orgánica en lo relativo a sus aspectos más operativos, los cuales facilitarán, en el capítulo siguiente, la comprensión de las experiencias de las organizaciones campesinas indígenas en la exportación de productos orgánicos.

⁸⁶ Véase el portal web del grupo BRICS: <https://infobrics.org/page/history-of-brics/> (consulta: noviembre de 2024).

¿QUÉ SE CERTIFICA EN LA AGRICULTURA ORGÁNICA?

Las organizaciones de productores o las comercializadoras son las que contactan a las agencias certificadoras. En un principio, les proporcionan los datos básicos, como el nombre de la organización, el número de productores, el estado de reconversión en que se encuentran, la superficie total y la ubicación. Posteriormente, deben completar una serie de formularios en los que describen su experiencia y los avances en su proceso. Con esta información, las agencias envían un presupuesto y las fechas previstas para la inspección. La primera inspección constituye, sin duda, un gran desafío para las cooperativas; sin embargo, conforme se familiarizan con el proceso y la documentación que lo acompaña, en los años siguientes la comunicación con las agencias tiende a ser más ágil, aunque esto no significa que puedan omitirse pasos o documentación. Esta es una realidad que tiende a ser difícil de aceptar y cumplir para las organizaciones indígenas, sobre todo porque los pueblos indígenas tienen un sistema de construcción de conocimiento basado en la comunicación oral más que en la escrita.

Es importante tener en cuenta que el vínculo se establece entre el solicitante y la agencia certificadora; en ningún momento se establece una relación de prestación de servicios con el inspector o la inspectora. Una vez convenido el precio del servicio de inspección, se acuerda la fecha en que se llevará a cabo y se realiza el pago conforme a los datos bancarios proporcionados por la agencia certificadora. Por lo general, se trata de cuentas en el extranjero y los pagos se efectúan en la moneda del país sede de la agencia. En estos casos, el pago puede resultar complicado para cooperativas ubicadas en localidades rurales donde los servicios bancarios son limitados y la conectividad a internet es inestable. Actualmente, las operaciones bancarias hacia Estados Unidos son habituales debido al flujo constante de remesas, mientras que las transacciones en euros son menos frecuentes. A lo largo de la historia de las cooperativas cafetaleras, existen anécdotas sobre casos en los que estuvieron a punto de perder un contrato de venta por la falta de conocimiento y experiencia del personal bancario en las sucursales de las municipalidades rurales. Una vez concretado y cotejado el pago, la agencia proporciona a la cooperativa los datos del inspector o inspectora.

Es frecuente que las cooperativas cafetaleras conozcan a los inspectores, ya que en algunos casos estos también brindan asesoría técnica permanente

en alguna cooperativa, combinando ambas actividades. En ningún caso un inspector podrá ser asignado a la cooperativa donde presta servicios profesionales, pues debe firmar una carta en la que declara no tener conflicto de intereses.

El inspector recibe el itinerario, en el que se detalla el número de días que durará la inspección en función de la distribución de las parcelas por inspeccionar. El trabajo se realiza directamente en las parcelas de los productores. Durante el recorrido están presentes una persona en representación de la mesa directiva y el técnico de campo de la cooperativa; este último por lo general es el responsable de organizar las rutas de inspección, lo cual requiere un conocimiento preciso de la ubicación de los productores. Antes del trabajo de campo, el inspector o la inspectora recibe la documentación o las fichas técnicas de las parcelas que se evaluarán, a fin de constatar datos como la superficie, la densidad y el arreglo topológico de las plantas de café, así como la cobertura y el tipo de árboles de sombra en caso de que la certificación contemple este criterio. Lleva a cabo un recorrido por la parcela, toma nota de sus observaciones y formula preguntas puntuales al propietario. Durante esta fase, el productor es la única persona que tiene la responsabilidad de atender las preguntas del inspector externo. Sin embargo, este proceso ha cambiado con el tiempo y puede adoptar formas distintas en la práctica. Es en las parcelas donde el inspector realiza una estimación de la cosecha de café, y es común que le pregunte al productor sobre cuál es su propia estimación.

El inspector enviará su informe a la agencia certificadora en un plazo máximo de 15 a 20 días después de la inspección. El código de ética le obliga a no proporcionar información a los miembros de la cooperativa, ya sean directivos o personal técnico. Cuando la agencia recibe el informe, actúa conforme a los procedimientos internos establecidos, como se ha señalado, por las normas ISO aplicables a este tipo de agencias. Si el resultado de la inspección es favorable, la agencia emite el certificado. Este se concreta en un documento que contiene el nombre de la cooperativa —o del productor individual o la empresa, según corresponda— y el volumen de producto que ampara el certificado para un determinado ciclo de cosecha. Debe quedar claro que la agencia no certifica parcelas ni productores, sino que avala un volumen de producción. En función de este volumen de producto certificado, las cooperativas realizarán los procesos administrativos ante la agencia certi-

ficadora y ante las instancias de exportación en México a fin de respaldar el volumen que exporten.

No debemos olvidar que existen casos, también frecuentes, en los que las cooperativas no solicitan el certificado, sino que el trámite se realiza por medio de una empresa a través de sus agentes locales. En tales situaciones, el certificado se envía a la empresa que efectuó el pago directo a la agencia certificadora.

Conviene recordar que, aunque el proceso productivo del sector cafetalero es relativamente sencillo, este comprende la producción en campo y una etapa de procesamiento, que puede incluir la fase de beneficiado húmedo —o no— y una fase final de beneficio seco.

Los inspectores supervisan el beneficio húmedo en lo que respecta a las condiciones que puedan afectar la calidad orgánica del producto, como la calidad bacteriológica del agua o una eventual contaminación química. Enfocan su observación y verificación en la forma en que estas aguas residuales se descargan al ambiente. No obstante, el inspector no evalúa las condiciones que puedan afectar la calidad organoléptica del proceso de beneficio húmedo.

El certificado que emite la agencia avala la calidad del café de exportación, que normalmente se comercializa como café oro, es decir, el grano que ha pasado por el beneficiado seco. Por ello, el proceso de inspección incluye las instalaciones del beneficiado seco que utiliza la cooperativa solicitante de la certificación orgánica. Cuando esta infraestructura pertenece a la propia cooperativa, es examinada por el mismo inspector o inspectora, aunque ello implica un costo independiente del pago correspondiente a la inspección de las parcelas.

Puede ocurrir que la cooperativa no cuente con su propio beneficio seco y procese el grano en las instalaciones de otra cooperativa o de un particular. En tales casos, el beneficio seco debe contar con una certificación orgánica emitida por la misma agencia que interesa al comprador. Esta información debe presentarse al inspector durante su visita.

Actualmente, las agencias certificadoras ofrecen información detallada sobre las normas y los procedimientos de inspección, toda disponible en línea. Además, la literatura sobre el tema producida por centros académicos y organizaciones no gubernamentales es también amplia y accesible para los

productores. El trabajo pionero de Gómez, Gómez y Schwentesius (1999) es un referente sobre el proceso de certificación orgánica. Otros textos, como el manual de Gabriela Soto y Phillipe Descamps (2011), de carácter divulgativo, o el elaborado por Agronomes et Vétérinaires sans Frontières (AVSF) (2022), son ejemplos de materiales educativos concebidos como guía para las organizaciones campesinas, con independencia del cultivo o la región donde se ubiquen.

En los documentos de las agencias certificadoras se utiliza el término *fincas* para referirse a la unidad de producción del agricultor; espontáneamente, se asume como una unidad territorial, tal como se suele concebir en los países donde se definieron originalmente los términos de la agricultura orgánica certificada. Conviene recordar que, en la propiedad ejidal de Chiapas, los campesinos poseen más de una parcela debido a la modalidad de reparto agrario interno, que procuró basarse en criterios equitativos mediante la asignación de parcelas según grados de calidad del suelo, distancia al poblado, acceso al agua y otras características. Este es el motivo por el cual los cafetaleros indígenas de Chiapas tienen más de una parcela de café, hecho que, como resulta comprensible, dificulta y complejiza el proceso de inspección para la certificación orgánica.

Hasta este punto se ha descrito la relación entre las cooperativas cafetaleras y las agencias certificadoras. Por su parte, el inspector o inspectora que ha entregado su informe recibirá el pago de sus honorarios días después. La política de pago de los gastos de inspección —que incluyen transporte, hospedaje y alimentación— la define la agencia certificadora y se ha modificado con el paso de los años, en consonancia con una normativa fiscal que actualmente es más estricta.

En esta sección, dedicada a lo que se certifica, considero importante plantear la pregunta: ¿qué ocurre con «lo que no se certifica»? La ley en México, como en otros países, establece que solo los productos —cultivos o animales de cría— avalados por un organismo de certificación aprobado pueden tramitar ante la SENASICA la autorización para el uso del distintivo nacional de productos orgánicos. Todo parece lógico; sin embargo, ¿qué ha ocurrido en México y en otros países —de distintas regiones del mundo— que han construido legislaciones «inspiradas» en los marcos normativos de la OMC? El resultado es que los pequeños productores y el campesinado que cultivan

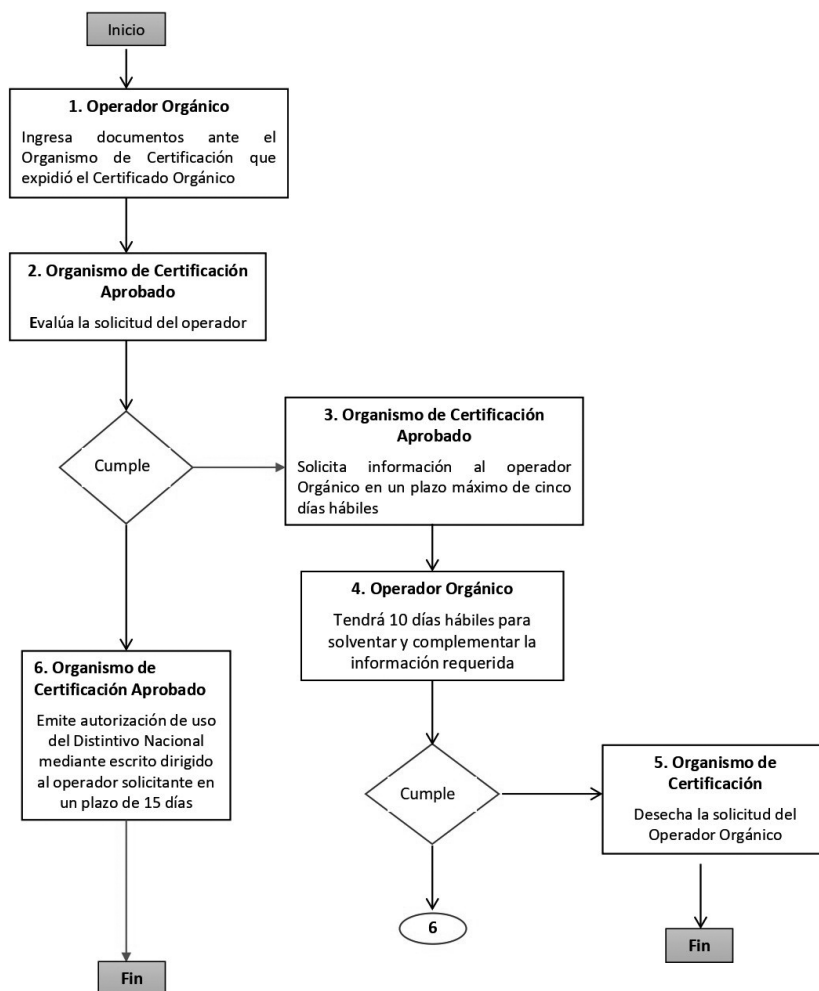
de manera orgánica, pero que no cuentan con una superficie de terreno que les permita alcanzar un volumen de producción suficiente para acceder a mercados de mayor relevancia económica, no tienen derecho a denominar orgánica su producción, ni mucho menos a utilizar el distintivo nacional. Por supuesto, no es posible asumir que toda la producción campesina es orgánica; de hecho, no existen datos que respalden esta afirmación. Sin embargo, lo que sí resulta evidente es que esta nueva legislación reproduce los procesos de exclusión social que históricamente han afectado al campesinado. En las figuras 9 y 10 se muestra información esquematizada de la SAGARPA-SENASICA (2017) sobre los lineamientos que acabamos de abordar.

Debido al impedimento legal para utilizar el término «agricultura orgánica», los campesinos han retomado el término «agroecología» para referirse a las condiciones y al itinerario técnico de los cultivos y animales de cría cuando utilizan procedimientos que coinciden con los determinados por la agricultura orgánica, aunque el concepto no ha sido reglamentado ni por las instancias de mercado, como la OMC, ni por los gobiernos nacionales. Al igual que la agricultura orgánica, la agroecología está vinculada a un movimiento social que adquiere significados diferenciados según las regiones del mundo;⁸⁷ en Latinoamérica, se encuentra fuertemente representada por el Movimiento Agroecológico Latinoamericano y del Caribe (MAELA).⁸⁸

Las expresiones del movimiento agroecológico a nivel global representan un espacio fuera de la acción normativa, tal como se ha observado en las experiencias de comercio justo y agricultura orgánica. No obstante, los agricultores que participan en este movimiento manifiestan una preocupación bien fundada de que llegue el momento en que suceda algo similar a lo que aconteció con la agricultura orgánica, es decir, que el movimiento sea subsumido por los intereses del mercado regulados por la OMC.

⁸⁷ Retomando el contexto francés, país en que realicé diversas estancias académicas para intercambiar sobre los procesos relacionados con la agroecología, puedo mencionar el movimiento promovido por la red de Centros de Iniciativas para la Valorización de la Agricultura y el Medio Rural (CIVAM), que articula varias asociaciones dedicadas a fomentar la transición agroecológica. Para más información puede consultarse su sitio web: <https://www.civam.org/>

⁸⁸ Para ampliar información sobre las acciones y principios que articulan al MAELA puede consultarse su sitio web en: <https://www.maela-agroecologia.org/>

Figura 9. Procedimiento para obtener la autorización de uso de distintivo nacional

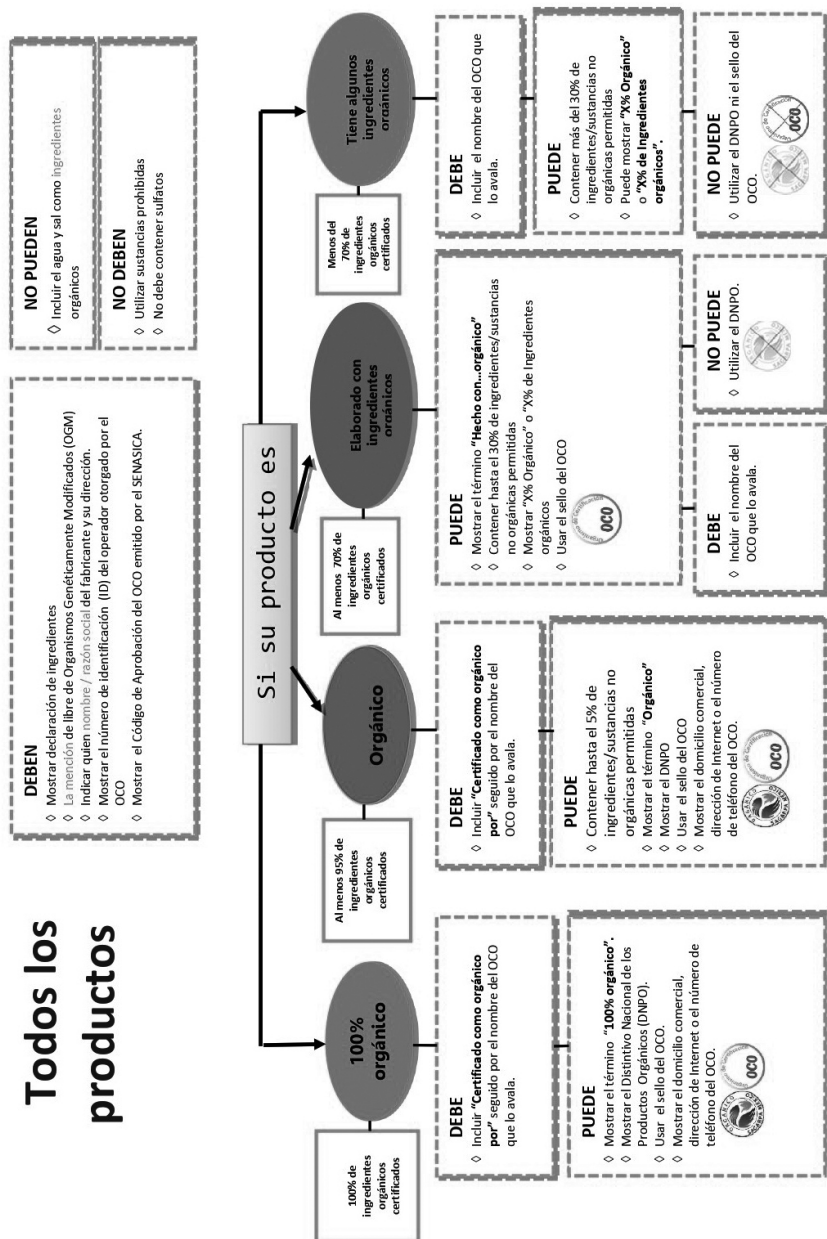
Nota: Documentos

*Solicitud mediante formato (anexo 3) ante el organismo aprobado que lo certificó, indicando: el tipo de producto a etiquetar, el volumen y el ciclo de producción a que corresponde dicho producto orgánico.

* Copia de Certificado orgánico vigente para el o los productos que portarán el Distintivo Nacional

Fuente: SAGARPA-SENASICA (2017).

Figura 10. Requisitos de etiquetado, según su contenido de productos orgánicos



Fuente: SAGARPA-SENASICA (2017).

Capítulo V.

Mercados éticos *versus* campesinos

Hasta aquí hemos mostrado cómo se gestaron las primeras iniciativas de los agricultores para crear lo que hoy conocemos como agencias certificadoras de producción orgánica en los países consumidores. A continuación, se abordará cómo se llevaron a cabo las primeras acciones de agricultura orgánica certificada en Chiapas, así como las experiencias de las organizaciones cafetaleras indígenas que han logrado colocar en los mercados internacionales, de manera paralela al café, su producción de miel. Igualmente, haremos referencia a la Finca Irlanda, que ocupa un lugar relevante en esta revisión histórica.

Indudablemente, en cuanto a la producción orgánica de café en Chiapas merece destacarse la importancia de esta finca, ubicada en la región del Soconusco, porque fue una de las principales puertas de entrada del café de plantación al estado. El siglo XIX y los procesos migratorios desde Europa hacia nuevos espacios de colonización en América y África trajeron consigo una ola de personas que encontraron «buena disponibilidad» de los gobiernos nacionales para establecer plantaciones de café, cuya producción generaría ingresos a la nación que podrían destinarse a su desarrollo económico y a su posicionamiento en el mundo. Cabe señalar que esto ocurrió durante el periodo porfirista (1876-1911), caracterizado por una orientación económica dirigida a los mercados de exportación. De este modo, puede observarse que la expectativa de acceder a mercados globales tiene una larga tradición en el Estado mexicano.

En el Soconusco chiapaneco se establecieron finqueros alemanes con visiones críticas de la agricultura, que cuestionaban la trasposición de la revolución industrial al ámbito agrícola, en la que la tierra se concebía como un sustrato al que debían suministrarse los nutrientes que requerían las plantas. Entre los migrantes alemanes que se establecieron en el Soconusco se encontraba Rodolph Peters, quien fundó la Finca Irlanda en 1928. Fue su hijo, Walter Peters,⁸⁹ quien continuó la visión que su padre había traído de Alemania sobre el manejo orgánico, y en 1963 consolidó la primera certificación orgánica-biodinámica⁹⁰ de café en el mundo, emitida por Demeter,⁹¹ y logró exportar bajo esta especificidad. Sin embargo, la Finca Irlanda no se desenvolvió en un contexto aislado; su influencia en el Soconusco coincidió con el crecimiento de la cafecultura indígena a través de organizaciones de productores que también habían iniciado su inserción en el comercio justo, como fue el caso de la Sociedad de Solidaridad Social (sss) Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador (ISMAM).

ENTRE NORMAS SOCIALES Y ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN

Como se comentó en el capítulo II, la UCIRI fue la organización pionera en comercializar bajo el sello de comercio justo y a ella le siguieron otras organizaciones chiapanecas debido a que, efectivamente, este sistema ofrecía mejores precios a los productores. Sin embargo, las organizaciones de campesinos pronto tuvieron que deshacerse del estigma que pesaba sobre el café que producían, considerado como de mala calidad. La vía para enfrentar esta descalificación consistió en impulsar la certificación orgánica, una pro-

⁸⁹ Trabajo de campo realizado en diciembre de 2018 en la región de Soconusco, que permitió la elaboración de distintos materiales para la Université Virtuelle Environnement et Développement Durable. Para ampliar referencias sobre la Finca Irlanda puede consultarse González, Jiménez y Tulet (2022b).

⁹⁰ La producción biodinámica es mucho más profunda que la agricultura orgánica, pues busca comprender la tierra, los cultivos y los animales de cría como un sistema dinámico, influido por los astros y cargado de un profundo sentido de espiritualidad. El fundador de esta corriente fue Rudolf Steiner (1861-1925) (Reyes Gómez, 2019: 19-20).

⁹¹ Demeter es una agencia de certificación biodinámica reconocida a nivel mundial. Para más información sobre sus acciones, puede consultarse su sitio web: <https://demeter.net/certification/> (consulta: octubre de 2024).

puesta que no surgió desde las mismas organizaciones campesinas, sino de las iniciativas de comercio justo en los países consumidores. De este modo, ofrecerían un café de calidad y, además, con los valores éticos de este sistema. ¿Qué significó esto para las organizaciones?, ¿qué cambios sociotécnicos implicó esta doble certificación?

En distintos momentos, las organizaciones cafetaleras campesinas de Chiapas y Oaxaca han articulado movimientos sociales cohesionados en torno a la reivindicación de mejores condiciones para la producción y comercialización del café, mediante la adopción de posturas que van desde la contestación abierta hasta la negociación con los gobiernos. En este sentido, es posible afirmar lo siguiente:

En 1987, ante una fuerte baja de precios, se dio un nuevo movimiento donde destacaron los cafetaleros ligados a la Central Independiente de Obreros Agrícolas Campesinos (CIOAC). Para 1988 y 1989, cuando ocurrió la extinción del Inmecafé, surgieron nuevos movimientos y el más destacado fue el que originaría a la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO) (Celis, 2015, 15 de agosto).

Con la participación de colectivos de Chiapas y Oaxaca, a fines de 1988 se formó la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC). Re-basa los alcances de este libro abordar en detalle la historia del movimiento cafetalero campesino. Destacaremos únicamente que su capacidad de movilización y gestión en un principio fue muy relevante; sin embargo, como señala Celis (2015, 15 de agosto), la profunda desestructuración del sector terminó por debilitarlo como movimiento social. Sin duda, el impacto de la roya y las fluctuaciones de los precios internacionales influyeron de manera decisiva; no obstante, también han incidido negativamente las políticas gubernamentales mexicanas que han priorizado la gestión individual de los recursos públicos, bajo el argumento de prevenir actos de corrupción en las cooperativas de productores (González y Caballero, 2023).

En lo subsecuente mostraremos cómo los criterios definidos por el mercado, ya sea en sus modalidades de comercio justo o de agricultura orgánica, tienden a modificar las normas sociales. ¿Cómo resuelven los campesinos indígenas la transición de sus propias normas sociales al cumplimiento de los

criterios del mercado? Esta consideración no suele plantearse con frecuencia en los estudios que abordan estos dispositivos de coordinación; de ahí nuestro interés en retomar la siguiente reflexión, orientada precisamente en este sentido:

El desarrollo de la civilización es la razón por la que las normas sociales están siendo reemplazadas gradualmente por estándares de mercado. Los fundamentos científicos por sí solos no pueden determinar qué estándares deben considerarse apropiados. Los estándares de mercado (intercambio equivalente) pueden existir junto con las normas sociales (normas consuetudinarias). Sin embargo, la experiencia práctica demuestra que el desarrollo económico de las sociedades está asociado a la sustitución de ciertas normas sociales por estándares de mercado. Todo puede complicarse aún más si en la discusión se tienen en cuenta conceptos políticos y religiosos. En el contexto de estas consideraciones, se puede ver que el concepto de comercio justo forma parte tanto de las tendencias sociales como de las económicas (Jerzyk, Mruk y Stefański, 2015: 66, traducción propia).

En esta sección me remito a mis observaciones en calidad de agrónoma que trabajó en la asistencia técnica, inspectora de certificación orgánica e investigadora que, a lo largo de casi 35 años, ha tenido la oportunidad de conocer diversas regiones cafetaleras de Chiapas. Asimismo, citaré trabajos académicos que constituyen referentes clásicos sobre el tema, así como otras contribuciones relevantes, en particular de biólogos y agrónomos que han desarrollado investigaciones de campo de gran valor.

El primer desafío que tuvieron que enfrentar los cafetaleros indígenas tras el desmantelamiento de las estructuras institucionales reguladoras del café fue la formación de cooperativas, proceso que demandó tiempo y dedicación para la toma de decisiones colectivas. Si bien estas prácticas organizativas ya existían desde sus históricos procesos de lucha por la tierra —como explicamos anteriormente—, ello no resultaba suficiente ante las nuevas condiciones. Debían transformar sus organizaciones para que se «perfilaran» como empresas sociales, orientadas prioritariamente a la inserción en el mercado. La mayor parte de los agremiados de las organizaciones cafetaleras indígenas pioneras del comercio justo en Chiapas tenían cafetales ubicados en lugares

de difícil acceso, a los que no siempre podían llegar los técnicos del INMECAFE para validar el cumplimiento de las recomendaciones técnicas. Me refiero, en particular, al modelo de cafetales con sombra monoespecífica —principalmente *Inga sp.*—, con una densidad de cobertura entre el 40 y el 50 %.

No podría afirmarse que se tratara de una yuxtaposición; más bien, desde una perspectiva distinta, los cafetaleros indígenas buscaron promover sistemas de sombra diversificada que les permitieran optimizar la cosecha, considerando que el café —como muchas especies domesticadas— define sus rendimientos en función de la intensidad y la duración de la luz solar que recibe. La diversificación de la sombra se orientó hacia especies que les brindaban algún servicio, ya fuera alimento estacional o recursos maderables. Otra consideración relevante para los campesinos indígenas fue la coexistencia del café con el sistema milpa, destinado al abastecimiento de maíz, frijol y calabaza como estrategia de autoabasto familiar. El café representó la oportunidad de obtener un ingreso económico para las familias; sin embargo, encontró su lugar en el conjunto más amplio de sus necesidades y prioridades, que no se limitan al ámbito alimentario, sino que incluyen también aquellas prácticas que dan ritmo y sentido a la vida comunitaria.

La diversidad de variedades de café fue una característica distintiva de las parcelas campesinas, en las que se puso en práctica el conocimiento sobre la importancia de la diversidad biológica como estrategia para contar con semillas capaces de responder ante las condiciones ambientales aleatorias. Poseer diversos cultivos o variedades de café es, asimismo, una forma de resguardar el material genético *in situ* y de reducir la dependencia frente a imposiciones externas.

El sistema de manejo de sombra del cafetal fue caracterizado detalladamente por Moguel y Toledo (1999), quienes destacaron su importancia como factor que incide directamente en el volumen de la cosecha, la calidad del grano y el control biológico de agentes patógenos. Asimismo, subrayó su papel en el abastecimiento de recursos útiles para las familias y para los animales que obtienen alimento en los cafetales, lo que contribuye a disminuir la presión sobre las parcelas de milpa, maíz y frijol. Las investigaciones de Barrera (2020)⁹² en cafetales chiapanecos le permitieron plantear que el ma-

⁹² Aunque la obra de Barrera (2020) es de autoría individual, como señala el propio autor, constituye el resultado de experiencias investigativas y reflexiones colectivas de larga data de

nejo integrado de plagas, como propuesta técnica, debe situar al campesino en el centro del análisis, ya que de él depende la ejecución de los itinerarios técnicos. Esta ejecución se realiza asumiendo los riesgos ambientales, económicos, así como las restricciones específicas de la familia y del territorio. El paradigma propuesto por este autor se centra en una visión holística del manejo integrado de plagas, en contraste con enfoques previos orientados principalmente a formular recomendaciones agronómicas al campesinado.

Los cafetales indígenas se incorporaron al comercio justo; sin embargo, la calidad del grano que se comercializa mundialmente depende —como vimos en el capítulo II— de otros factores, como la madurez del fruto, los procesos de despulpado y de beneficiado húmedo, el secado y los varietales cultivados. Las organizaciones campesinas que se incorporaron al comercio justo tuvieron que desarrollar conocimientos y habilidades orientados a mejorar la calidad del grano y a configurarse como empresas sociales, procesos que no necesariamente coincidían con las lógicas comunitarias.

El no uso de agrotóxicos en los cafetales era casi una constante, en parte debido a la falta de recursos económicos para adquirirlos, pero también a las difíciles condiciones de acceso a las comunidades. Pero esto no era todo; los cafetaleros indígenas también tuvieron que aprender a responder a los estándares requeridos por el mercado. Fue entonces cuando cobraron relevancia las normas, tanto del comercio justo como de la agricultura orgánica.

El conocimiento que se construía en torno al manejo orgánico se convirtió también en una herramienta de exclusión. El cafetalero indígena debía cumplir de manera estricta con las normas; cualquier incumplimiento lo colocaba automáticamente en una posición de riesgo, susceptible de recibir una sanción que variaba según la falta cometida. De este modo, los procesos de capacitación y aplicación de las normas adquirieron también un carácter punitivo. En consecuencia, aquellos esquemas de trabajo colectivo que varias organizaciones de Chiapas pusieron en práctica mostraron otra faceta, en la que la exclusión —no necesariamente la discriminación— operó en detrimento de las normas sociales consuetudinarias que existían en las comunidades indígenas, muchas de ellas sustentadas en la comprensión y la negociación.

varios investigadores e investigadoras de El Colegio de la Frontera Sur, en colaboración con organizaciones campesinas de Chiapas vinculadas a la producción de café orgánico y al sistema de comercio justo.

Para entender el funcionamiento de las sanciones es necesario analizar el sistema de etapas requeridas para alcanzar la certificación orgánica. En el caso del café, aunque desde el punto de vista botánico no es un árbol, su etapa productiva, en el caso de las variedades tradicionales —no híbridas—, se alcanza entre los cuatro y cinco años después de haber sido sembrado. Para los frutales como el café, que tienen una larga vida productiva, la normativa orgánica dispone que las plantaciones ya establecidas deben pasar por un periodo de transición de cuatro años durante el cual los agricultores deben cumplir con todo el itinerario técnico, bajo un estricto sistema de registro por parte de las organizaciones. Si la plantación es nueva y desde la fase de vivero se maneja bajo criterios orgánicos, no se requiere este periodo de transición. No obstante, en los inicios de la agricultura orgánica las organizaciones campesinas debían cumplir con este criterio establecido por las agencias certificadoras, aun cuando, en términos generales, sus parcelas ya podían considerarse como orgánicas debido al manejo tradicional que se aplicaba. Sin embargo, la ausencia de registros documentales sobre los itinerarios técnicos obligaba a los cafetaleros a «partir de cero». Estas consideraciones implicaban que un agricultor, al iniciar el periodo de transición, debía esperar cuatro años para poder obtener la certificación. La producción proveniente de parcelas en transición no es reconocida como orgánica; únicamente lo son aquellas que han cumplido con el periodo establecido por la agencia certificadora.⁹³

En las normas orgánicas, la realización de composta y las prácticas de conservación de suelos —como el uso de cultivos de cobertera y el establecimiento de barreras o en forma de media luna alrededor de cada mata de café— se convirtieron en acciones obligatorias, cuya aplicación era verificada por los inspectores.

Los compromisos con la organización en cuanto a la participación en reuniones constituyeron otro ámbito susceptible de sanción. En estos casos, la inasistencia de los socios o el incumplimiento se sancionaba generalmente con una aportación económica.

⁹³ El periodo de transición en cultivares de café es un estándar que actualmente tiende a desaparecer, dado que las nuevas normativas de la agricultura orgánica buscan aplicar medidas estrictas para evitar la deforestación que permita establecer nuevas plantaciones de café. Ese tema se abordó en el capítulo III.

Los primeros años de participación en el comercio justo y la agricultura orgánica se caracterizaron por el entusiasmo y por la apertura de las organizaciones a integrar abiertamente nuevos socios, independientemente de sus creencias religiosas o afiliaciones políticas. Esta disponibilidad incluyente no impidió que surgieran situaciones de presión social. Por ejemplo, en muchas organizaciones pioneras, en las cuales la mayoría de los socios eran católicos, esa presión podía traducirse en una voluntad de integración que, en la práctica, llevaba a que algunos socios que no profesaban esa religión se vieran «comprometidos» a participar en celebraciones religiosas.⁹⁴ En situaciones como esta, las normas consuetudinarias pesaron más que el estándar del comercio justo en lo relativo a la libertad de creencias religiosas de los agremiados.

Otros casos que generaron tensión y ruptura entre los socios de las cooperativas estuvieron relacionados con la responsabilidad de entregar el volumen comprometido por cada cafetalero. Las etapas tempranas del comercio justo se caracterizaron por el establecimiento de contratos con precios fijados que debían respetarse, lo cual, en primera instancia, podía percibirse como favorable y ventajoso. Sin embargo, la variación de los precios internacionales del café provocaba que hubiera momentos en los que estos superaran el precio negociado en los contratos de comercio justo. A nivel local, esto se reflejaba en que los coyotes locales ofrecían precios más altos. Si bien la cooperativa promovía entre sus agremiados una conciencia de cumplimiento, no siempre impedía que algunos socios desviaran parte de su cosecha para comercializarla con estos intermediarios locales, lo que ponía en riesgo la capacidad de la organización para cumplir con los volúmenes contratados. Es cierto que estas situaciones de incumplimiento estaban frecuentemente motivadas por necesidades urgentes de los socios, como disponer de efectivo para atender problemas de salud, cubrir gastos relacionados con la educación de los hijos, afrontar los costos por el fallecimiento de un familiar o, incluso, realizar algún festejo. En estos casos, las relaciones sociales que antes se resolvían bajo normas consuetudinarias se vieron desdibujadas frente a los compromisos de mercado adquiridos por la organización. La sanción, indudablemente, se aplicaba, e incluso podía derivar en la expulsión de la cooperativa o en el reposicionamiento de las parcelas del productor en un periodo de transición.

⁹⁴ Trabajo de campo en la región del Soconusco durante 2002.

Quizás los casos que más tensión generaron fueron los fraudes cometidos por los agremiados que entregaban café que no provenía de las parcelas reportadas como orgánicas y que habían recibido esta certificación. Situaciones de este tipo podían ser provocadas por una urgencia o un imprevisto en la familia del productor, pero también podían deberse a una conducta egoísta; es decir, al deseo de beneficiarse con un precio más alto que el que les ofrecía la cooperativa. La sanción aplicada, en algunos casos que pude observar, fue la expulsión de la cooperativa o la reubicación en el inicio del periodo de transición.

SISTEMA DE CONTROL INTERNO: UNA APORTACIÓN DE LA CAFETICULTURA INDÍGENA A LOS ESQUEMAS DE CERTIFICACIÓN

Las organizaciones campesinas cafetaleras de México hicieron una importante aportación a la normativa orgánica internacional. La distribución de las tierras durante los periodos de reparto ejidal en México se realizó, en gran medida, siguiendo el buen sentido del campesinado. El criterio de equidad en la distribución de la tierra permitió que cada campesino recibiera más de una parcela —como se comentó en la sección «¿Qué se certifica en la agricultura orgánica?», del capítulo IV—, lo cual generó una alta dispersión parcelaria que, sumada a la abrupta geografía de los territorios indígenas cafetaleros, elevaba significativamente el tiempo requerido para llevar a cabo las inspecciones. Los agrónomos, como se mencionó anteriormente, desde los inicios de la cafeticultura orgánica campesina, han desempeñado con frecuencia el papel de inspectores para las agencias certificadoras y han sido piezas clave en la asesoría a las organizaciones campesinas. En este contexto, destaca su colaboración con los directivos y líderes de las organizaciones cafetaleras para diseñar lo que se conoce como «sistema de control interno».

Idílicamente, se podría pensar que todos los cafetaleros de una comunidad indígena forman parte de una organización; sin embargo, esto no siempre sucede en la práctica. El número de cafetaleros de una comunidad que se integra a una cooperativa es muy variable: puede ir desde un solo productor hasta grupos más numerosos, pero nunca —al menos en los casos que conozco en Chiapas— alcanza el cien por ciento de los cafetaleros. La adhesión

voluntaria como socios de una organización implica integrarse a un grupo, el cual, de acuerdo con las normas del comercio justo, debe designar un representante ante la asamblea general. Paralelamente, los itinerarios técnicos en las parcelas relacionados con la certificación orgánica requerían capacitar a los grupos de trabajo y validar el cumplimiento de tales pautas técnicas. Con este objetivo, las cooperativas cuentan con un programa de formación de técnicos comunitarios, quienes reciben formación de los agrónomos para capacitar a los socios en sus lenguas maternas. Estos técnicos cumplen una doble función: por un lado, son los responsables de supervisar el cumplimiento de las normas en las parcelas; sin embargo, no es posible ser juez y parte, por lo cual las organizaciones establecieron que no pueden inspeccionar los grupos a los que capacitan.

La inspección realizada por los técnicos comunitarios sigue un formato similar al que utiliza el inspector externo asignado por la agencia certificadora. Una vez concluida esta visita interna, los documentos resultantes de la inspección se revisan y discuten en una comisión interna de verificación en la que participan los directivos de la organización. En este espacio, el técnico comunitario ofrece explicaciones en los casos en que se haya presentado alguna situación particular respecto al cumplimiento de las normas técnicas. De este modo, el sistema de control interno queda aprobado con los sellos de la cooperativa, lo que da validez al proceso. Esta medida, que así descrita parece simple y espontánea, fue en realidad una innovación sociotécnica de las organizaciones cafetaleras indígenas mexicanas que les permitió reducir costos de inspección, ya que evita incluir a socios cuyas parcelas no cumplen con las normas. Si un productor incumplía en una parcela, esto bastaba para que el resto de sus parcelas no fueran consideradas orgánicas. El argumento que se presentaba en estos casos ante las agencias era evitar el riesgo de «contaminación», término que remite al riesgo de mezclar la producción de parcelas que cumplieron la norma con otras donde no se logró. Sin embargo, la idea de contaminación resulta particularmente «severa» y refleja, una vez más, la inquietud de la sociedad global respecto al riesgo. El incumplimiento puede deberse a diversos factores: desde no haber composteado los residuos del despulpado del café —lo cual no implica un daño a la integridad orgánica—, hasta el uso de algún agrotóxico, lo que sí podría afectar directamente por la presencia de trazas en el grano de café.

El uso de agrotóxicos en el café resulta altamente controvertido, ya que las metodologías de laboratorio para identificar trazas o residuos de sus sustancias activas enfrentan dificultades debido a la fisiología de la planta, que presenta una condición particular distinta a la de otros frutos que se consumen en fresco (Arcila y Benavides, 2019; Merhi, Kordahi y Hassan, 2022). Este hecho ha tenido y sigue teniendo serias repercusiones en relación con fraudes vinculados al uso de agrotóxicos. Su control constituye, además, otro campo amplio de regulación definido por el Codex Alimentarius, aunque, nuevamente, la situación dista de ser simple. Existe una amplia literatura sobre metodologías orientadas a comprobar que un café determinado no contiene agrotóxicos; sin embargo, la validez o certidumbre de sus resultados está condicionada por intereses económicos que desestiman consideraciones más cercanas a las normas consuetudinarias de ciertos grupos sociales.

Al retomar la revisión del sistema de control interno, es importante señalar que la adecuada definición de las condiciones de las parcelas, tanto de cada socio como del conjunto de la organización, incide de manera directa en el costo de la inspección externa. Este sistema evita situaciones en las que la organización podría perder la certificación por no contar con los controles de trazabilidad requeridos, desde la parcela hasta la integración de los lotes destinados a la exportación. Estos controles son los que, en un momento dado, permiten identificar el lote en el que se ubica la producción del agricultor que eventualmente haya incumplido las normas; de este modo, se evita «contaminar» o vulnerar la integridad orgánica del café.

Dado que el café requiere un proceso de tres años de transición, si un productor incumple las prácticas culturales verificadas por el técnico comunitario durante la inspección interna, no podrá pasar al siguiente nivel. Estas medidas resultan, sin duda, especialmente gravosas para el productor, tanto por sus implicaciones económicas, como por la descalificación social que el grupo puede ejercer sobre él. Este tipo de aristas escapan a los análisis que normalmente se realizan sobre la agricultura orgánica o el comercio justo, ya que se prioriza el cumplimiento de un estándar, de una norma de mercado, y no sus implicaciones en lo que hemos denominado normas consuetudinarias de los grupos sociales en general y, por supuesto, de las comunidades campesinas indígenas.

La innovación sociotécnica generada por las organizaciones cafetaleras indígenas al crear el sistema de control interno invalida el estigma que ubica al campesinado como conservador y reacio al cambio. Esta innovación ha sido altamente valiosa para el funcionamiento de la certificación de la agricultura orgánica y ha sido incluso reconocida e incorporada en normas internacionales por organismos como la IFOAM.

El sistema de control interno ha sido igualmente retomado por las iniciativas de mercados locales vinculadas a las llamadas redes alimentarias alternativas. En estos casos, se les conoce como «sistemas participativos de garantía», los cuales han introducido adaptaciones que permiten la articulación de los productores y personas que elaboran alimentos preparados con consumidores y acompañantes de otros sectores, como estudiantes e investigadores que apoyan en procesos de capacitación y educativos.

Si bien el sistema de control interno se considera una aportación relevante de las organizaciones cafetaleras indígenas al funcionamiento de la cadena de valor del café orgánico, como hemos señalado, su puesta en marcha conlleva procesos de tensión y puede dar lugar a situaciones de exclusión e, incluso, de discriminación.

Otras consideraciones

Este libro parte de un proceso de reflexión colectiva más amplio; por ello, el objetivo no es proponer conclusiones, sino consideraciones orientadas a resaltar los principales ejes en los que, a mi juicio, se centra el debate sobre el rol y las acciones de la OMC que cobran presencia en las parcelas agrícolas, es decir, en los lugares de donde provienen los productos que alimentan física y emocionalmente nuestros cuerpos.

A lo largo de esta obra he puesto de relieve las inconsistencias e inequidades que enfrentan los campesinos al integrarse a los dispositivos de coordinación del comercio justo y la agricultura orgánica. Confío en que haya quedado claro que la suma de etiquetas de certificación no resuelve la desigualdad social ni constituye, por sí misma, una vía para que los agricultores obtengan un mejor precio por sus cultivos en el mercado internacional. La capacidad de negociación de los pequeños productores en estos mercados es muy limitada frente al poder de las grandes corporaciones internacionales, lo cual se acentúa en el caso del café, principal producto que se comercializa bajo las certificaciones del comercio justo y la agricultura orgánica. La siguiente cita evidencia la profunda disparidad que atraviesa el sector cafetalero:

En el caso del café, que es el principal producto vendido bajo la etiqueta de comercio justo, en 1998 los cinco mayores productores controlaban el 69 por ciento de las ventas mundiales de café instantáneo y tostado, mientras que entre 20 y 25 millones de agricultores participaban en la producción de café fresco (Bacon, 2005: 497-511, citado por Jerzyk, Mruk y Stefański, 2015: 81, traducción propia).

Jerzyk, Mruk y Stefański (2015) exponen el argumento de los defensores del comercio justo, quienes sostienen que es necesario construir este dispositivo de coordinación para resolver la asimetría que, según afirman, impone el libre comercio. Sin embargo, esta premisa resulta cuestionable en la medida en que los países desarrollados intervienen en el mercado internacional mediante políticas diferenciadas; de este modo, persisten prácticas proteccionistas hacia países que fueron sus colonias o que continúan bajo formas de protectorado o colonialismo moderno. Por este motivo, autores como Stiglitz⁹⁵ y Charlton (2005, citados por Jerzyk, Mruk y Stefański, 2015: 82) afirman que se utilizan prácticas proteccionistas para justificar la idea extendida de que el libre comercio no beneficia a los pequeños productores de los países menos desarrollados.

Entonces, ¿qué ocurre realmente con la apuesta del comercio justo? En este punto, el análisis de Jerzyk, Mruk y Stefański (2015) coincide con los planteamientos expuestos en esta obra, al sostener que el comercio justo no aborda, no cuestiona y no critica los problemas estructurales de fondo del mercado internacional. ¿Cómo pueden competir los productos agrícolas de los países menos desarrollados con los subsidios que ofrecen los países desarrollados a su sector agrícola, dominado por los consorcios globales? Los cultivos alimentarios subsidiados en los países ricos se orientan a su comercialización y consumo en los países menos desarrollados. En consecuencia, exportamos café y productos tropicales —que no se producen en los países ricos— mediante dispositivos de coordinación que incorporan valores éticos como el comercio justo y la agricultura orgánica; sin embargo, importamos granos básicos —maíz, por ejemplo— a precios tan bajos que vuelven inviable «económicamente» la producción campesina local. El siguiente dato resulta ilustrativo al respecto:

En 2010, las primas [de comercio justo] recibidas por los agricultores de todo el mundo se estimaron en 66 millones de dólares, lo que representa el 1.2 por ciento de las ventas totales de productos de comercio justo. Al mismo tiempo, en 2011, los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) subvencionaron su agricultura por un monto total de

⁹⁵ Antiguo director del Banco Mundial y premio nobel de economía.

252 000 millones de dólares (Narlikar y Kim, 2013: 2, citado por Jerzyk, Mruk y Stefański, 2015: 84-85, traducción propia).

Estos autores no abordan, como lo hacemos aquí, el funcionamiento del monopolio colectivo en el nicho de mercado del comercio justo; sin embargo, señalan con claridad que el incremento de las ventas mediante este sistema opera sobre la base de una demanda limitada. En consecuencia, al «flexibilizar las normas» y permitir la entrada de los consorcios globales en el dispositivo de coordinación, el precio pagado a los productores disminuye. Así, se admite una mayor producción dentro del dispositivo; el consumidor reflexivo continúa pagando un precio elevado, los consorcios globales mantienen su margen de ganancia y solo los pequeños productores ven reducido el precio de sus productos debido al incremento de la oferta, tal como se explicó en el capítulo I al analizar el funcionamiento del monopolio colectivo.

Una pregunta recurrente que me formulan amistades interesadas en apoyar el desarrollo de los cafetaleros indígenas es la siguiente: ¿conviene comprar café de comercio justo para apoyar a las comunidades indígenas? Mi respuesta ha sido honesta: la compra individual no resuelve los problemas estructurales que enfrentan, en general, los pequeños productores de los países menos desarrollados; sin embargo, puede permitir que algunas cooperativas vendan sus cosechas y, al mismo tiempo, contribuir a generar cohesión social frente a las inequidades del mercado global, representadas por la OMC.

Mi respuesta también se ha enfocado en la relevancia de las personas que hemos denominado consumidores reflexivos (Nigh y González, 2015). Sus decisiones de participar en la compra de productos del comercio justo y de agricultura orgánica responden, en primer término, a sus propias inquietudes y al deseo de expresar solidaridad. Sin embargo, resulta urgente orientar las acciones hacia la transformación de las condiciones estructurales del mercado global.

Enfocados en la agricultura orgánica, algunos autores como Torres y Trápaga (2002) consideraron tempranamente que esta sería una oportunidad para la economía campesina. Sin embargo, sus expectativas no se cumplieron. La consideración de las ventajas competitivas en el mercado internacional solo acentuó la brecha entre los agricultores: aquellos que cuentan con recursos para responder al complejo entramado de normas impuestas por la

OMC a través de las certificaciones y quienes no pueden atender esas exigencias. La población rural ha visto perder la capacidad de construir su soberanía alimentaria y, además, debe enfrentar el desprestigio social de una sociedad urbana que lo califica como carente de capacidad de innovación y reacio al cambio. Ha sido el campesinado, que cultiva su tierra para abastecer a su familia y llevar sus excedentes al mercado, el que no ha podido «competir» con los precios de los granos básicos y de otros alimentos que inundan los mercados de los países menos desarrollados, subsidiados a gran escala por los países ricos.

Lo que podría proponerse al campesinado es algo que ya está haciendo: reforzar su capacidad productiva para autoabastecerse de alimentos. Los mercados internacionales resultan altamente seductores cuando se habla de su rentabilidad económica, pero no aclaran desde el inicio cómo se retuercen los caminos que conducen a ellos. Si bien esta es la estrategia que considero más sabia, no es posible cerrar los ojos ante el hecho de que, desafortunadamente, quizá sea una decisión marginal entre los campesinos. Muchos han abandonado el campo para migrar a las ciudades más cercanas o para emprender el arriesgado camino hacia Estados Unidos; peor aún, otros han quedado atrapados en el fuego cruzado de distintos grupos del crimen organizado, sin poder siquiera cosechar las milpas, los maizales y los frijolares que sembraron por el riesgo de perder la vida. Este es un contexto que nos compete y que requiere de soluciones para las cuales es necesario comprender el orden global.

En este sentido, Jerzyk, Mruk y Stefański señalan que:

Los defensores del comercio justo propagan una imagen de agricultores satisfechos en los países pobres que exportan productos agrícolas y, de este modo, desvían la atención de los consumidores de la verdadera situación de millones de agricultores pobres. Por lo tanto, el movimiento de comercio justo es, en cierta medida, un medio para tranquilizar la conciencia de los consumidores de los países desarrollados de Europa y América del Norte. Esto hace que sea muy difícil emprender acciones que favorezcan la implementación de soluciones que promuevan un verdadero comercio justo en el sentido más general de esta palabra (Jerzyk, Mruk y Stefański, 2015: 85, traducción propia).

El contexto global ha puesto de manifiesto diversos cuestionamientos al comercio justo desde múltiples aristas. La revisión de Wilkinson y Mascarenhas (2007), a partir del caso de Brasil y el problema de los subsidios de Estados Unidos y la Unión Europea a su sector agrícola, ofrecen otra perspectiva. Si bien el gobierno brasileño logró durante el primer periodo de presidencia de Lula da Silva posicionar al país con una balanza comercial positiva y aplicó medidas de apoyo al comercio justo —habría que revisar si se mantienen en su actual segundo periodo de gobierno—, estas acciones no son respaldadas por el conjunto de los grupos sociales brasileños que priorizan la soberanía alimentaria y la agricultura campesina por encima del comercio internacional.

En la actualidad, Brasil posee el mayor superávit comercial del mundo en materia de agronegocios (alrededor de 40,000 millones de dólares), ha desafiado con éxito los subsidios de Estados Unidos y Europa y ha asumido el liderazgo del grupo G20 en las negociaciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC). La oposición de Brasil a los subsidios a las exportaciones de Estados Unidos y la UE cuenta con un amplio apoyo en el Sur y en el movimiento de comercio justo. Sin embargo, el apoyo de Brasil al acceso a los mercados se ve cuestionado internamente en el país por grupos que apoyan la agricultura familiar, incluido el MDA [actualmente, Ministerio de Desarrollo Agrario y Agricultura Familiar] y externamente por grupos de defensa del comercio justo y el Movimiento de Justicia Comercial que apoyan la seguridad y soberanía alimentaria y la protección del sector de la agricultura campesina y familiar. Las cuestiones de acceso a los mercados se vuelven más complicadas una vez que se reconoce que Brasil ahora exporta más productos agroindustriales a otros países del Sur que hacia los del Norte (Jank, 2005) (Wilkinson y Mascarenhas, 2007: 159, traducción propia).

De entrada, el cuestionamiento anterior sobre la política del gobierno de Brasil resulta «lógico», en el sentido de que ese país repite acciones que practica Estados Unidos respecto a los subsidios y a lo que se considera la desatención de la política de soberanía alimentaria. Empero, la crítica no puede ser retomada de manera automática, sino que obliga a preguntar: ¿por qué cuestionar la política brasileña y no directamente la de Estados Unidos,

potencia económica mundial que ha actuado sobre todo el territorio americano? Por otro lado, habría que revisar si realmente ha existido tal abandono del proyecto de soberanía alimentaria. Estos cuestionamientos se contradicen o contravienen frente al éxito y la consolidación que, durante el primer periodo de Lula da Silva, tuvo el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) en cuanto a sus luchas agrarias y su compromiso con la agroecología, no como estrategia de inserción al mercado internacional, sino como forma de vida campesina. Una vez más, queda evidente que el análisis de la apuesta por el mercado internacional no puede restringirse a estereotipos que respondan a la visión impuesta por las potencias económicas y políticas del orbe.

Las consideraciones finales son un «cuento de nunca acabar», pues el tema que nos ocupa es un proceso social en permanente construcción que obliga a cuestionar los acuerdos entre naciones, la validez de las instituciones globales, la controversia permanente sobre los roles del Estado y los atributos que se confieren al mercado. La revisión que he presentado aquí sobre el comercio justo y la agricultura orgánica sirve de ejemplo de las incoherencias que, para nuestro infortunio colectivo, se repiten en otros ámbitos de la vida social productiva que enlaza al campesinado con los mercados internacionales.

Bibliografía

- AGRONOMES ET VÉTÉRINAIRES SANS FRONTIÈRES. (2022). *Manual de preparación para la certificación orgánica para las organizaciones de productores*. Lyon: Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières. <https://www.avsf.org/es/publications/manual-de-preparacion-para-la-certificacion-organica/>”t “_new (consulta: noviembre de 2024).
- ANDRADE TERÁN, CRISTIAN. (2021). Diseño y estudio de cápsulas de café para compostaje como modelo de negocio utilizando café de la región. *Innovation & Development in Engineering and Applied Sciences*, 3(1), 12. <https://doi.org/10.53358/ideas.v3i1.565>
- APOYO B@UNAM, CCH & ENP. (2024, 27 de enero). Algunas definiciones de economía. *Alianza b@unam, CCH & ENP ante la pandemia*. México: UNAM-Colegio de Ciencias y Humanidades. <https://alianza.bunam.unam.mx/cch/algunas-definiciones-de-economia/> (consulta: noviembre de 2024).
- ARCILA MORENO, ANÍBAL Y BENAVIDES MACHADO, PABLO. (2019). Determinación de trazas de pesticidas en la producción de café en Colombia. *Cenicafé*, 70(2): 7-18.
- BARRERA, JUAN F. (2020). *Beyond IPM: Introduction to the theory of holistic pest management* (Sustainability in Plant and Crop Protection, vol. 15). S/I: Springer.
- BATTA, VÍCTOR. (2008). Altermundismo: ¿sociedad civil global o nuevo movimiento antisistémico? *Norteamérica*, 3(2), 159-194. <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2008.02.49>

- BECK, ULRICH. (1986). *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- BISAILLON, VERONIQUE, GENDRON, CORINNE Y TURCOTTE, MARIE-FRANCE. (2005). Commerce équitable comme vecteur de développement durable? *Nouvelles Pratiques Sociales*, 18(1), 73-89. <https://base.socioeco.org/docs/a12197ar.pdf>
- BOLOM PALE, MANUEL. (2019). *Chanubtasel-p'ijubtasel: reflexión filosófica de los pueblos originarios*. México: CRESUR / CLACSO / UNICH. https://divcsh.izt.uam.mx/cefilibe/wp-content/uploads/2022/08/Bolom_Chanubtasel-pijubtasel.pdf (consulta: noviembre de 2024).
- BONANNO, ALESSANDRO. (2024). Financiarización (escala mundial, 1990-2020). En Alejandra Salomón y José Muzlera (Eds.), *Diccionario del agro iberoamericano* (pp. 635-643). Quilmes: TeseoPress.com. <https://www.teseopress.com/diccionarioagro/>
- BOTERO COY, ANA M. (2016). *Aplicaciones de LC-MS/MS en la determinación de residuos de plaguicidas y drogas de abuso en muestras de Latinoamérica. Énfasis en la problemática analítica del glifosato*. (Tesis de doctorado). Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. <https://hdl.handle.net/10803/353614>
- BRAMBILA PAZ, JOSÉ DE JESÚS, ROJAS ROJAS, MARÍA MAGDALENA Y PÉREZ CERECEDO, VERÓNICA. (2025). Expectativas de precios y producción de hortalizas orgánicas: el caso de México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 16(2), e3396. <https://doi.org/10.29312/remexca.v16i2.3396>
- CÁRCAMO, NAIMA, VÁZQUEZ, VERÓNICA, ZAPATA, EMMA Y NAZAR, AUSTREBERTA. (2010). Género, trabajo y organización. Mujeres cafetaleras de la Unión de Productores Orgánicos San Isidro Siltepec, Chiapas. *Estudios Sociales*, (7), 159-176. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572010000200007
- CARRILLO TRUEBA, CÉSAR. (2009). De patentes y derechos de los pueblos indígenas. *Ciencias*, (83). <https://www.revistas.unam.mx/index.php/cns/article/view/12062> (consulta: agosto de 2025).
- CASTELLANOS NAVARRETE, ANTONIO. (2024). *Fronteras de aceite: hegemonía de la palma africana en Chiapas*. San Cristóbal de Las Casas, México: CIM-SUR-UNAM.

- CELIS CALLEJAS, FERNANDO. (2015, 15 de agosto). La CNOC; una organización cafetalera independiente. *La Jornada del Campo*. <https://www.jornada.com.mx/2015/08/15/cam-cnoc.html> (consulta: noviembre de 2024).
- CHÁVEZ-BECKER, CARLOS Y NATAL, ALEJANDRO. (2012). Desarrollo regional y acción de base: el caso de una organización indígena de productores de café en Oaxaca. *Economía, Sociedad y Territorio*, 12(40), 597-618. <https://doi.org/10.22136/est00201263>
- COMISIÓN DEL CODEX ALIMENTARIUS. (1999). *Codex Alimentarius. Normas internacionales de los alimentos*. Roma: FAO-OMS. <https://www.FAO.org/4/y2772s/y2772s00.htm#Contents> (consulta: octubre de 2024).
- COMISIÓN EUROPEA. (2000). *Libro blanco sobre seguridad alimentaria*. Documento COM(1999) 719 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0719&from=EN> (consulta: septiembre de 2024).
- COMANDANCIA GENERAL DEL EZLN. (1994). Primera declaración de la Selva Lacandona. *Enlace Zapatista*, 1 de enero. <https://enlacezapatista.ezln.org.mx/1994/01/01/primera-declaracion-de-la-selva-lacandona/> (consulta: octubre de 2024).
- DANKERS, CORA. (2004). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. <https://www.FAO.org/4/y5136s/y5136s00.htm#Contents> (consulta: agosto de 2024).
- DE LA VEGA, MARICELA, SANTOYO, VINICIO, MUÑOZ, MANRRUBIO Y ALTAMIRANO, J. REYES. (2017). Reducción de costos de transacción e información asimétrica: experiencias de financiamiento rural en México. *Estudios Sociales*, 27(49), 181-209. <https://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v27n49/0188-4557-estsoc-27-49-00181.pdf> (consulta: agosto de 2024).
- DÍAS PORRAS, RAFAEL, PELUPESSY, WIN Y PÉREZ AKAKI, PABLO. (2015). *Ideas latinoamericanas sobre el enfoque de cadenas globales de mercancías*. México: UNAM-Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
- DICCIONARIO ETIMOLÓGICO EN LÍNEA. (2025). Radicación de la palabra alternativa. <https://etimologias.dechile.net/?alternativa>
- DOPPLER, FLURINA Y GONZÁLEZ, ALMA AMALIA. (2006). Comercio justo: ventajas y sinsabores para los productores. *Puente@Europa*, 4(2). <https://puenteeuropa.unibo.it/article/view/5101>

- DOPPLER, FLURINA Y GONZÁLEZ, ALMA AMALIA. (2009). El comercio justo: entre la institucionalización y la confianza. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 38(149), 181-202. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2007.149.7658>
- ESPINOSA, BETTY. (2017). *Las redes de comercio justo. Interacciones entre el don y el intercambio mercantil*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- ESPINOSA, BETTY, GONZÁLEZ CABAÑAS, ALMA AMALIA Y VALERO AZUAJE, YUBARI C. (2025). Ecuador y México: historias entrelazadas de controversias en las políticas de agricultura y mercados campesinos. *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo*, 14(1), 186-209. https://doi.org/10.26754/ojs_ried/ijds.10708
- ESTRADA SAAVEDRA, MARCO. (2007). *La comunidad armada rebelde y el EZLN: un estudio histórico y sociológico sobre las bases de apoyo zapatistas en las cañadas tojolabales de la selva lacandona (1930-2005)*. Ciudad de México: El Colegio de México.
- ETC GROUP. (2022). *Barones de la alimentación 2022. Lucro con las crisis, digitalización y nuevo poder corporativo*. https://www.etcgroup.org/files/files/barones_de_la_alimentacion-resumen-web.pdf (consulta: agosto de 2025).
- FERNÁNDEZ-PACHÓN, MA. SOLEDAD, GARCÍA, MA. DEL CARMEN, MORALES, MA. LOURDES Y TRONCOSO, ANA. (2006). Toxicología de los aditivos alimentarios. En Ana Ma. Cameán y Manuel Repetto (Dirs.), *Toxicología alimentaria* (pp. 453-462). Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliodgbsp/detail.action?docID=3201777>
- FAIR TRADE INTERNATIONAL. (2010). *Café: perspectiva del mercado*. S.p.i. https://files.fairtrade.net/standards/Coffee_MarketOverview_final_161210_SP.pdf (consulta: noviembre de 2024).
- FAIRTRADE INTERNATIONAL. (2024). *Regional Monitoring Report, 15th Edition: Latin America and the Caribbean*. Bonn: Fairtrade International. <https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/library/2024/monitoring-the-scope-and-benefits-of-fairtrade--latin-america-and-caribbean-region,-15th-edition/Fairtrade-regional-monitoring-report-Latin-America-and-the-Caribbean-15thEd.pdf> (consulta: noviembre de 2024).

- GALBRAITH, JOHN KENNETH. (1979). *Introducción a la economía: una guía para todos (o casi)*. Barcelona: Crítica.
- GALEANO, EDUARDO. (1998). *Patatas arriba. La escuela del mundo al revés*. México: Siglo XXI Editores.
- GENDRON, CORINNE Y GIRARD, BERNARD. (2013). *Repenser la responsabilité sociale de l'entreprise*. París: Armand Colin.
- GEREFFI, GARY. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 32(125), 9-37. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2001.125.7389>
- GEREFFI, GARY, GARCIA-JOHNSON, RONIE Y SASSER, ERIKA. (2001). THE NGO-INDUSTRIAL COMPLEX. *Foreign Policy*, (125), 56-65. <https://foreignpolicy.com/2009/11/17/the-ngo-industrial-complex/> (consulta: septiembre de 2024).
- GIOVANNUCCI, DANIELE, LEWIN, BRYAN, SWINKELS, ROB Y VARANGIS, PANOS. (2004). *Socialist Republic of Vietnam. Coffee Sector Report* (Report 29356-VN). Washington, DC: The World Bank, Agriculture and Rural Development Department. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.996116>
- GODELIER, MAURICE. (2004). *L'énigme du don*. Manchecourt: Champs Flammarion.
- GOFFMAN, ERVING. (2008 [1968]). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GÓMEZ CRUZ, MANUEL A. (2009). Talleres de desarrollo de capacidades del sector orgánico. *Revista Vinculando*, 7(2). https://vinculando.org/organicos/fortalecimiento_desarrollo_capacidades_sector_organico.html (consulta: noviembre de 2024).
- GÓMEZ TOVAR, LAURA, GÓMEZ CRUZ, MANUEL Y SCHWENTESIUS RINDERMAN, RITA. (1999). *Desafíos de la agricultura orgánica en México. Comercialización y certificación*. Texcoco: Universidad Autónoma Chapingo, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial / Mundi-Prensa México.
- GÓMEZ TOVAR, LAURA, SCHWENTESIUS RINDERMAN, RITA Y GÓMEZ CRUZ, MANUEL ÁNGEL. (2015). Organic agriculture in Mexico and its contributions to sustainable development. *Simposio de Agricultura Sostenible*, 20. https://www.researchgate.net/publication/288503743_Organic_Agriculture

- ture_in_Mexico_and_its_Contributions_to_Sustainable_Development (consulta: julio de 2024).
- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA. (2003). *Ética y exclusión: las reglas del juego del mercado solidario de café* (Tesis de doctorado). San Cristóbal de Las Casas: ECOSUR / Université de Toulouse Le Mirail. <https://biblioteca.ECOSUR.mx/cgi-bin/koha/opac-retrieve-file.pl?id=ac3e89d5954275cd72cf81b-b1ce48e02> (consulta: noviembre de 2024).
- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA. (2011). ¿Es posible un marco jurídico supranacional para el comercio justo? *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, 9(1), 57-73. <https://doi.org/10.29043/liminar.v9i1.62>
- GONZÁLEZ CABAÑAS, ALMA AMALIA Y CABALLERO SALINAS, JUAN CARLOS. (2023). Sembrando vida: ¿campesinos o sembradores? *Textual*, (81), 119-143. <https://doi.org/10.5154/r.textual.2022.81.06>
- GONZÁLEZ CABAÑAS, ALMA AMALIA Y DURAND, GUY. (2020). Comercio justo, mercados locales, los retos de la replicabilidad y del cambio de escala. Análisis de casos latinoamericanos. En Alma Amalia González, Ronald Nigh y Michaël Pouzenc (Coords.), *La comida de aquí. Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización* (pp. 63-84). México: CIMSUR-UNAM. <https://doi.org/10.22201/cimsur.9786073033497p.2020>
- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA, JIMENEZ, JEAN Y TULET, JEAN-CHRISTIN. (2022a). Caféculture et écotourisme. BONUS 3. En *Le bio c'est dans la nature des producteurs de café des Cordillères américaines: l'exemple du Chiapas et de l'Oaxaca* [Video]. París: Canal-U. <https://www.uved.fr/fiche/ressource/cafeculture-et-ecotourisme-bonus-3> (consulta: noviembre de 2024).
- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA, JIMENEZ, JEAN Y TULET, JEAN-CHRISTIN. (2022b). La Finca Irlanda, une exploitation caféière en biodynamie au Chiapas. En *Le bio c'est dans la nature des producteurs de café des Cordillères américaines: l'exemple du Chiapas et de l'Oaxaca* [Video]. París: Canal-U. <https://www.uved.fr/fiche/ressource/la-finca-irlanda-une-exploitation-cafeiere-en-biodynamie-au-chiapas> (consulta: enero de 2024).
- González, Alma Amalia, Linck, Thierry y Moguel, Reyna. (2003). El comercio de valores éticos: las reglas del juego del café solidario en Chiapas. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe / European Review of Latin American and Caribbean Studies*, (75), 31-45. <https://www.jstor.org/stable/25676042>

- GONZÁLEZ CABAÑAS, ALMA AMALIA Y RONALD NIGH. (2023). Mercados locales, un comienzo. En Alma Amalia González y Héctor Bernabé Fletes (Coords.), «La Frailesca, “el granero de Chiapas”: destrozos y alternativas» (pp. 349-376). México: CIMSUR-UNAM. <https://doi.org/10.22201/cimsur.9786073073332p.2023>
- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA Y NIGH, RONALD. (2005). Smallholder Participation and Certification of Organic Farm Products in Mexico. *Journal of Rural Studies*, 21(4), 449-460. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.08.004>
- GONZÁLEZ ESCALANTE, TERESA. (2024). *Las organizaciones cafetaleras de comercio justo en Chiapas: liderazgo, estructuras internas y aprendizajes colectivos* (Tesis de doctorado). Universidad Veracruzana, Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales Región Xalapa. <https://cdigital.uv.mx/server/api/core/bitstreams/accc9f98-9093-40b8-9aa1-1250b3f63ee2/content> (consulta: noviembre de 2024).
- GRAEBER, DAVID. (2018). *Hacia una teoría antropológica del valor. La moneda falsa de nuestros sueños*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- HARDIN, GARRETT. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162(3859), 1243-1248.
- HENDERSON, THOMAS PAUL. (2019). La roya y el futuro del café en Chiapas. *Revista Mexicana de Sociología*, 81(2), 389-416. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2019.2.57874>
- HERNÁNDEZ DÍAZ, JORGE. (1995). UCIRI: viejas identidades sociales, nuevos referentes culturales y políticos. *Cuadernos del Sur*, 3(8-9), 125-144.
- HOLLARD, HÉLÈNE Y JOLIET, BÉNIGNE. (2015). *L'agroécologie: une réponse locale et globale*. París: Sang de la Terre.
- HUU NONG, TUNG, SUN, YANAN, HUU NONG, DUONG, THI MAI, HUYEN, MANH TRAN, DUNG Y HU, HAO. (2021). Status of Vietnam's coffee production and export in the period of 2006-2015: Strategies and solutions for development. *The Journal of ISSAAS*, 27(2), 124-137.
- IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL. (2019). *The Peer Review of Nature & Progrès* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=lv6hUtPSwG0>
- INFO7. (2012, 17 de febrero). Aprueba UE a empresa mexicana certificadora. <https://www.info7.mx/archivo/aprueba-ue-a-empresa-mexicana-certificadora/317297> (consulta: agosto de 2024).

- INTERNATIONAL PANEL OF EXPERTS ON SUSTAINABLE FOOD SYSTEMS. (2023). ¿Quién inclina la balanza? La creciente influencia de las grandes empresas en la gobernanza de los sistemas alimentarios y cómo contrarrestarla. S.l.: IPES-Food. https://ipes-food.org/wp-content/uploads/2024/03/WhosTippingTheScales_ES.pdf (consulta: agosto de 2025).
- JACQUIAU, CHRISTIAN. (2006). *Les coulisses du commerce équitable. Mensonges et vérités sur un petit business qui monte*. París: Mille et Une Nuits.
- JERZYK, EWA, MRUK, HENRYK Y STEFAŃSKI, RYSZARD. (2015). A critical look at the application in practice of fair trade. En M. Stefańska y R. Nestorowicz (Eds.), *Fair trade in CSR strategy of global retailers*. Nueva York, NY: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137389046_3
- JIMENEZ, JEAN, RAMÍREZ, JAVIER Y TULET, JEAN-CHRISTIAN (DIRS.). (2022). *Le poids des communautés indigènes dans la production caféière du Oaxaca, l'exemple d'UCIRI* [Video]. S.l.: Fondation UVED / Université Toulouse Jean Jaurès. <https://www.uved.fr/fiche/ressource/le-poids-des-communautés-indigènes-dans-la-production-cafeiere-du-oaxaca-lexemple-duciri> (consulta: noviembre de 2024).
- JUÁREZ, BIA'NI MADSA Y LÓPEZ, CITLALLI. (2021). Territorio y cafetales en una comunidad mixe en Oaxaca. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 18(1), 67-84. <https://doi.org/10.22231/asyd.v18i1.1427>
- JURADO CELIS, SILVIA. (2005). *Educación popular para el desarrollo rural en comunidades cafeticultoras del Istmo de Tehuantepec en Oaxaca* (Tesis de Ingeniera Agrícola). México: UNAM. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/6LTNEDV4VLXAPVCNHE3P8F17K6PJBF3EF4MCBS-D79RTC21GHGY-03550?func=find-b&local_base=TES01&request=jurado+celis&find_code=WAT&adjacent=N&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3= (consulta: febrero de 2023).
- KATZ, CLAUDIO. (2022, 1 de julio). La crisis del sistema imperial. *Alai*. <https://www.alai.info/la-crisis-del-sistema-imperial/> (consulta: agosto de 2025).
- KLEIN, NAOMI. (2005). *No logo: el poder de las marcas*. México: Paidós.
- LEGORRETA, MARÍA DEL CARMEN. (2018). *Religión, política y guerrilla en Las Cañadas de la Selva Lacandona, Chiapas*. México: UNAM.
- LINCK, THIERRY. (2006). La economía y la política en la apropiación de los territorios. *ALASRU*, (3), 251-286.

- LINCK, THIERRY, BARRAGÁN, ESTEBAN Y CASABIANCA, FRANÇOIS. (2006). De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales. *Agroalimentaria*, 11(22), 99-109. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542006000100009&lng=es&tlng=es (consulta: agosto de 2025).
- LIPOVETSKY, GILLES. (2000). *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. México: Anagrama.
- MANNING, LOUISE, MACLEOD, ANDREW, JAMES, CHRISTIAN, THOMPSON, MATHEW, OYEYINKA, SAMSON, COWEN, NICK, SKOCZYLIS, JOSHUA Y ONARINDE, BUKOLA. (2024). Food fraud prevention strategies: Building an effective verification ecosystem. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 23, e70036. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.70036>
- MANSON, ROBERT H., LÓPEZ BARRERA, FABIOLA, SOSA FERNÁNDEZ, VINICIO Y ORTEGA PIECK, ALINE. (2018). *Biodiversidad y otros servicios ambientales en cafetales. Manual de mejores prácticas*. México: Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad.
- MARX, KARL. (1976). *El capital. Crítica de la economía política. Tomo I*. México: Grijalbo.
- MAUSS, MARCEL. (2009). *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires: Katz. <http://www.katzeditores.com/images/fragmentos/mauss.pdf> (consulta: noviembre de 2024).
- MAYACERT. (2023). *Resumen. Actualización del nuevo reglamento ue 2018/848 sobre agricultura ecológica*. <https://mayacert.com/documents/en/3.%20ACTUALIZACI%C3%93N%20DEL%20NUEVO%20REGLAMENTO%20UE%202018848%20SOBRE%20AGRICULTURA%20ECOL%C3%93GI-CA-May18.pdf> (consulta: noviembre de 2024).
- McMICHAEL, PHILIP. (2015). *Regímenes alimentarios y cuestiones agrarias*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas / Miguel Ángel Porrúa.
- MEJÍA, ANA JOJARI. (2019). Las casas prefabricadas de las fincas cafetaleras del Soconusco, México. *liño. Revista Anual de Historia del Arte*, 25, 127-138. <https://doi.org/10.17811/li.25.2018.127-138>
- MEJÍA, ANA JOJARI. (2022). Los espacios arquitectónicos y los estilos de vida en las fincas cafetaleras del Soconusco, México. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 14. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu14.eaev>

- MERHI, AREEJ, KORDAHI, RITA, Y HASSAN, HUSSEIN F. (2022). A review on the pesticides in coffee: Usage, health effects, detection, and mitigation. *Front. Public Health*, 10: 1004570. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.1004570>
- MITCHELL, TIMOTHY. (2015). Sociedad, economía y el efecto del estado. En Abrams, Gupta y Mitchell, *Antropología del Estado* (pp. 145-163). México: Fondo de Cultura Económica (Colección Umbrales).
- MOGUEL, PATRICIA Y TOLEDO, VÍCTOR M. (1999). Biodiversity conservation in traditional coffee systems of Mexico. *Conservation Biology*, 13(1), 11-21. <https://doi.org/10.1046/j.1523-1739.1999.97153.x>
- MONACHON, DAVID. (2020). Asociaciones de agricultura de responsabilidad compartida francesas y mercados alternativos en México, un reto común: institucionalización de sus prácticas agrícolas y procesos de garantía. En Alma Amalia González, Ronald Nigh y Michaël Pouzenc (Coords.), *La comida de aquí. Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización* (pp. 117-152). México: CIMSUR-UNAM. <https://doi.org/10.22201/cimsur.9786073033497p.2020>
- MULTATULI. (2017). *Max Havelaar*. Madrid: Cátedra (Letras Universales).
- MURRAY, DOUGLAS, RAYNOLDS, LAURA Y TAYLOR, PETER L. (2003). *One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade Coffee in Latin America*. S.I.: CIESAS / Colorado State University / Desarrollo Alternativo, A.C. <https://cfat.colostate.edu/wp-content/uploads/sites/63/2009/09/One-Cup-at-a-Time.pdf> (consulta: octubre de 2024).
- NIGH, RONALD. (1992). La agricultura orgánica y el nuevo movimiento campesino en México, *Antropológicas*, (3), 39-50.
- NIGH, RONALD. (2020). La reconfiguración agroecológica. En Alma Amalia González Cabañas, Ronald Nigh y Michaël Pouzenc (Coords.), *La comida de aquí. Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización* (pp. 43-61). México: CIMSUR-UNAM. <https://doi.org/10.22201/cimsur.9786073033497p.2020>
- NIGH, RONALD Y GONZÁLEZ, ALMA AMALIA. (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*, 39, 317-341. <https://doi.org/10.1080/21683565.2014.973545>
- ODUM, EUGENE P. (1972). *Ecología*. México: Nueva Editorial Interamericana.

- PAOLI, ANTONIO. (2003). *Educación, autonomía y lekil kuxlejal: aproximaciones sociolingüísticas a la sabiduría de los tzeltales*. México: UAM-Xochimilco.
- PARKIN, MICHAEL. (1995). *Microeconomía*. Reino Unido: Addison Wesley Longman.
- PÉREZ AKAKI, PABLO. (2013). Las políticas públicas cafetaleras en México: un análisis histórico. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, (29), 121-143. <https://federaciondecafeteros.org/static/files/4LaspoliticaspUBLICAScafetalerasenMexico.pdf> (consulta: noviembre de 2024).
- PÉREZ, PABLO, GONZÁLEZ, ALMA AMALIA Y PICADO, WILSON. (2018). *Saberes de origen. Experiencias de México y Centroamérica*. México: UNAM-FES Acatlán.
- PÉREZ RUIZ, MAYA LORENA. (2005). *¡Todos somos zapatistas!: Alianzas y rupturas entre el EZLN y las organizaciones indígenas de México*. Ciudad de México: INAH.
- PÉREZ VÁZQUEZ, PAULA CLEMENCIA. (2006). *La mujer chol de Tila y su participación en el mercado local campesino* (Tesis de Licenciatura en Economía). San Cristóbal de Las Casas: UNACH-Facultad de Ciencias Sociales.
- PIZAÑA, HUGO. (2024). *El engaño neoliberal. Historias de exclusión social en La Frailesca*, México: UNACH / ANUIES.
- PLA, ANTONIO, HERNÁNDEZ, ANTONIO Y GIL, FERNANDO. (2006). Evaluación de la toxicidad de aditivos y contaminantes presentes en alimentos. En Ana María Cameán y Manuel Repetto (Dirs.), *Toxicología alimentaria* (pp. 77-94). Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliodgb/bsp/detail.action?docID=3201321>
- POLANYI, KARL. (2003). *La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. México: FCE.
- POLANYI, KARL. (2014). *Los límites del mercado: reflexiones sobre economía, antropología y democracia*. Madrid: Capitán Swing.
- POLANYI, KARL. (2018). *De la gran transformación a la gran financiarización. Sobre Karl Polanyi y otros ensayos*. México: FCE / UNAM.
- POULAIN, JEAN PIERRE. (2002). *Sociologies de l'alimentation*. París: Presses Universitaires de France.
- POULIQUEN, KATELL. (2003). *Le commerce équitable. Pour une consommation respectueuse des Droits de l'Homme et de l'environnement*. París: Marabout.

- RAYNOLDS, LAURA T. Y WILKINSON, JOHN. (2007). Fair Trade in the Agriculture and Food Sector: Analytical Dimensions. En Laura T. Raynolds, Douglas Murray y John Wilkinson (Eds.), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization*. Londres y Nueva York: Routledge / Taylor and Francis Group.
- RAWLS, JOHN. (1975). *Teoría de la justicia*. México: FCE.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2019). Alternativo, va. En *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española. <https://dle.rae.es/alternativo>
- RENARD, MARIE-CHRISTINE. (1999). *Los intersticios de la globalización: un label «Max Havelaar» para los pequeños productores de café*. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos.
- RENARD, MARIE-CHRISTINE Y PÉREZ-GROVAS, VÍCTOR. (2007). Fair Trade Coffee in Mexico: At the Center of the Debates. En Laura T. Raynolds, Douglas Murray y John Wilkinson (Eds.), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization*. Londres: Routledge / Taylor AND FRANCIS GROUP.
- REYES GÓMEZ, ANTONIETA C. (2019). *La transición agroecológica y la reconfiguración del territorio a través de los sistemas de garantía participativos: una comparación entre México y Francia* (Tesis de doctorado en Geografía). Toulouse: Université Toulouse le Mirail-Toulouse II. <https://theses.hal.science/tel-03262570> (consulta: septiembre de 2024).
- REYES GÓMEZ, ANTONIETA, GONZÁLEZ, ALMA AMALIA, SALDÍVAR, ANTONIO Y MORALES, HELDA. (2020). Entre lo sano y lo cercano: construcción de una opción de certificación participativa. En Alma Amalia González, Ronald Nigh y Michaël Pouzenc (Coords.), *La comida de aquí. Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización* (pp. 205-240). México: CIM-SUR-UNAM. <https://doi.org/10.22201/cimsur.9786073033497p.2020>
- REYES-TERRAZAS, ANA, FLORES SÁNCHEZ, DIEGO, NAVARRO GARZA, HERMILIO, PÉREZ OLVERA, MARÍA ANTONIA Y ALMAGUER VARGAS, GUSTAVO. (2023). Características y retos del sistema de cultivo nopal verdura en Cuautlaingo, Otumba. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 14(2). <https://doi.org/10.29312/remexca.v14i2.3079>
- RIVERA, JUAN ÁNGEL, HERNÁNDEZ, MAURICIO, AGUILAR, CARLOS A., VADILLO, FELIPE Y MURAYAMA, CIRO. (COORDS.). (2013). *Obesidad en México. Recomendaciones para una política de Estado*. México: UNAM. <https://alimentacionysalud.unam.mx/wp-content/uploads/2021/01/Libro-obesidad-anm.pdf> (consulta: noviembre de 2024).

- RODRÍGUEZ, NEMESIO J. (2002). Pueblos indios, globalización y desarrollo (ensayo para entender). En *Estado del desarrollo económico y social de los pueblos indígenas de México. Segundo informe*. México: Instituto Nacional Indigenista / Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. https://www.nacionmulticultural.unam.mx/portal/pdf/cultura_politica/nemesio_rodriguez_20081105.pdf (consulta: noviembre de 2024).
- RODRÍGUEZ, NEMESIO J. (2007). Patentes y derechos de pueblos indígenas y negros: acercándonos a un quehacer. En *El devenir de los pueblos indígenas, afrodescendiente y la población inmigrante*. S.p.i. <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/secciones/devenir-PIAPI/Nemesio-Rodriguez-20171020.html> (consulta: agosto de 2025).
- RODRÍGUEZ, NEMESIO J. (2022). Entre feudalizaciones y autonomías: la disputa de los territorios de pueblos indios y negros en América Latina. S.p.i. <https://www.imezinal.unam.mx/pdf/introAtlasII.pdf> (consulta: agosto de 2025).
- ROOZEN, NICO. (2019). *Solidaridad 50 Years. Old Roots, New Routes 1969-2019*. S.l.: Solidaridad. <https://online.anyflip.com/jbta/vodi/mobile/index.html> (consulta: enero de 2023).
- SAMUELSON, PAUL ANTHONY Y NORDHAUS, WILLIAM D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. México: McGraw-Hill Educación.
- SÁNCHEZ GARRIDO, TANIA L. (2004). El movimiento social altermundista. La nueva praxis de la acción política. *El Cotidiano*, 20(126). <https://elcotidianoenlinea.azc.uam.mx/index.php/numeros-por-articulos/no-126-20-anos-viajero-lector-no-busques-aqui-las-palabras-siempre-estuvieron-en-otro-lugar/el-movimiento-social-altermundista-la-nueva-praxis-de-la-accion-politica> (consulta: noviembre de 2022).
- SARMIENTO, MARTIBEL Y CHÁVEZ, MOISÉS. (2019). Configuraciones socioproductivas en la producción del café en la Frailesca Chiapas: el caso de la participación de mujeres propietarias. *Internacionales. Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano*, 5(9), 96-125. <https://revistas.uas.edu.mx/index.php/RI/article/view/321>
- SCHUMPETER, JOSEPH. (1961). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGAR). (1997, 23 de abril). Norma Oficial Mexicana NOM-037-FITO-1995. Por la que se establecen las especificaciones del proceso de producción y procesamiento de productos agrícolas orgánicos. *Diario Oficial de la Federación*. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4876443&fecha=23/04/1997#gsc.tab=0
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGAR). (2010, 11 de mayo). Aviso de Cancelación de la Norma Oficial Mexicana NOM-037-FITO-1995, Por la que se establecen las especificaciones del proceso de producción y procesamiento de productos agrícolas orgánicos, publicada el 23 de abril de 1997. *Diario Oficial de la Federación*. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5142244&fecha=11/05/2010#gsc.tab=0 (consulta: noviembre de 2024).
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN-SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA (SAGARPA-SENASICA). Dirección General de Inocuidad Agroalimentaria, Acuícola y Pesquera. (2017). *Criterios para la autorización del uso del término orgánico y uso del distintivo nacional en el etiquetado de productos orgánicos*. México: SAGARPA-SENASICA. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/233711/CRITERIOS_USO_ORGANICO_Y_DISTINTIVO.pdf (consulta: noviembre de 2024).
- SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA. (2016). *Documento de control o transacción internacional para la importación de productos orgánicos*. México: Gobierno de México. <https://www.gob.mx/senasica/documentos/importacion-de-productos-organicos?idiom=es> (consulta: octubre de 2024).
- SHIVA, VANDANA. (2001). *Biopiratería: el saqueo de la naturaleza y del conocimiento*. Barcelona: Icaria.
- SORVINO, CHLOE. (2023, 13 de junio). Esta es la mayor empresa alimentaria del mundo. *Forbes*. <https://www.forbes.es/empresas/XXXX> (consulta: febrero de 2026).
- SOTO, GABRIELA Y DESCAMPS, PHILLIPE. (2011). *Manual para familias productoras: Certificación orgánica: paso a paso* (Serie técnica, Materiales de extensión, 7). Turrialba, Costa Rica: CATIE. <https://www.ciaorganico.net/>

- documypublic/235_ES_A7365ECertificacionO.PDF (consulta: noviembre de 2024).
- SOTO PINTO, LORENA, PERFECTO, IVETTE, CASTILLO-HERNÁNDEZ, JUAN Y CABALLERO-NIETO, JAVIER. (2000). Shade effect on coffee production at the Northern Tzeltal Zone of the state of Chiapas, Mexico. *Agriculture, Ecosystems and Environment*, 80, 61-69. [https://doi.org/10.1016/S0167-8809\(00\)00134-1](https://doi.org/10.1016/S0167-8809(00)00134-1)
- TEMPLE, DOMINIQUE. (1986). *La dialéctica del don. Ensayo sobre la economía de las comunidades indígenas*. La Paz: Hisbol.
- TÉPOX, ÁNGELES. (2019). *La justicia del comercio justo en los andares de las organizaciones cafecultoras de Los Altos de Chiapas* (Tesis de doctorado en Estudios Regionales). Tuxtla Gutiérrez: UNACH.
- TÉPOX, ÁNGELES Y GONZÁLEZ, ALMA AMALIA. (2021). Una nueva apuesta de los cafecultores chiapanecos. La estrategia del símbolo de pequeños productores. *Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos*, 19(1), 195-208. <https://doi.org/10.29043/liminar.v19i1.815>
- TOLEDO, SONIA. (2002). *Fincas, poder y cultura en Simojovel, Chiapas, México*. México: PROIMMSE-IIA-UNAM. <https://doi.org/10.22201/cim-sur.9789683690937p.2002>
- TORREMOCHA, EVA. (2015). *Le manuel pratique des Systèmes Participatifs de Garantie*. Alès, Francia: Fédération Nature & Progrès. <https://certification-participative.org/bibliotheque/le-manuel-pratique-des-systemes-participatifs-de-garantie/> (consulta: octubre de 2024).
- TORRES TORRES, FELIPE Y TRÁPAGA DELFÍN, YOLANDA (COORDS.). (2002). *La agricultura orgánica. Una alternativa para la economía campesina de la globalización*. México: IIE-UNAM / Plaza y Valdez Editores. <https://ru.iiec.unam.mx/1099/1/AgriculOrganica.pdf>
- VAN DER HOFF, FRANZ. (2002). Poverty alleviation through participation in fair trade coffee. Networks: The case of UCIRI, Oaxaca, Mexico [Documento inédito]. <https://cfat.colostate.edu/wp-content/uploads/sites/63/2009/09/Case-Study-UCIRI-Oaxaca-Mexico.pdf> (consulta: enero de 2023).
- VAN DER HOFF, FRANZ. (2009). The urgency and necessity of a different type of market: The perspective of producers organized within the fair trade market. *Journal of Business Ethics*, 86, 51-61. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9766-4>

- VÁZQUEZ GONZÁLEZ, LILIA, PARRA VÁZQUEZ, MANUEL, GRACIA, MARÍA, EVANGELISTA GARCÍA, ANGÉLICA, BELLO BALTAZAR, EDUARDO Y ESTRADA LUGO, ERIN. (2016). ¿Sabemos lo que comemos?: Percepciones sobre el riesgo alimentario en Cataluña, España. *Nova Scientia*, 8(17), 555-578. <https://doi.org/10.21640/ns.v8i17.619>
- VELUT, JEAN-BAPTISTE. (2012). Infrapolitics and consumer action: Student anti-sweatshop mobilization as cultural advocacy. *Revue Française d'Études Américaines*, (131), 64-77. <https://doi.org/10.3917/rfea.131.0064>
- VICHER-GARCÍA, MÓNICA DIANA. (2012). Utilidad o futilidad: calidad e isos en la administración pública. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 19(60), 205-228. <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1075/0> (consulta: agosto de 2024).
- VILLAFÁN, KATI Y AYALA, DANTE. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*, 59(4), 223-251. <https://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/92/0>
- WILKINSON, JOHN Y MASCARENHAS, GILBERTO. (2007). The making of the fair-trade movement in the South: The Brazilian case. En Laura Thea Reynolds, Douglas L. Murray, y John Wilkinson (Eds.), *Fair trade: The challenges of transforming globalization* (pp. 125-137). Nueva York: Routledge.
- WILLIAMSON, OLIVER EATON. (1967). Hierarchical control and optimum firm size. *Journal of Political Economy*, 75(2), 123-138. <https://www.jstor.org/stable/1829822>
- ZAFRA APARICI, EVA, MUÑOZ GARCÍA, ARACELI Y LARREA-KILLINGER, CRISTINA. (2016). ¿Sabemos lo que comemos?: percepciones sobre el riesgo alimentario en Cataluña, España. *Salud Colectiva*, 12(4), 505-518. <https://doi.org/10.18294/sc.2016.932>
- ZOLLA, CARLOS Y ZOLLA MÁRQUEZ, EMILIANO. (2004). *Los pueblos indígenas de México: 100 preguntas*. México: UNAM. <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/100preguntas/> (consulta: marzo de 2023).

SITIOS WEB

BRICS	https://infobrics.org/page/history-of-brics/
CERTIMEX	https://www.CERTIMEXSC.COM/conocenos
CIVAM	https://www.civam.org/
Codex Alimentarius	https://www.FAO.org/FAO-who-codexalimentarius/home/es/
CONABIO	https://www.gob.mx/conabio
Comité Mixto ^{FAO/OMS} de Expertos en Aditivos Alimentarios (^{JECFA})	https://www.FAO.org/food/food-safety-quality/scientific-advice/jecfa/es/
Demeter	https://demeter.net/certification/
EZA Fairer Handel, S. L.	https://www.eza.cc/
Fairtrade International	https://www.fairtrade.net/en.html
FLOCERT	https://www.FLOCERT.net/es/
GFRS	https://www.GFRS.de/index/
IFOAM	https://www.ifoam.bio/
ISO	https://www.iso.org/es/home
MAELA	https://www.maela-agroecologia.org/
Naturland	https://www.naturland.de/es/naturland/lo-que-representamos/produccion-ecologica-en-todo-el-mundo.html
OCIA International	https://ocia.org/about-2/acerca-de-ocia/
OMC	https://www.wto.org/indexsp.htm
OMPI	https://www.wipo.int/es/web/patents/
ONU	https://www.un.org/es/about-us
ONU Comercio y Desarrollo	https://unctad.org/es/about
Sello Pequeño Productor (SPP)	https://SPP.coop/
SIACON	https://www.gob.mx/agricultura/dgsiap/prensa/sistema-de-informacion-agroalimentaria-de-consulta-siacon?idiom=es

Solidaridad

<https://www.solidaridadnetwork.org/>

TRACES

https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/traces_en?prefLang=es

Unión Europea

https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/traces_en?prefLang=es

Anexo.
Revisión de fuentes estadísticas y lectura del
comportamiento del sector cafetalero en México
Fredy Jiménez López

A continuación, se presentan los datos sobre la producción nacional de café en México, con énfasis en el estado de Chiapas, entre los años 2000 y 2023. En lo que respecta a las exportaciones orgánicas, no fue posible obtener información precisa. Algunos informes sobre productos agroalimentarios incluyen datos sobre la exportación de café en forma de cereza; sin embargo, en ellos no se especifica si este proviene de cultivos orgánicos.

Un primer acercamiento a las estadísticas nacionales permite advertir, de manera preliminar, que la producción y el comercio exterior de café cereza en México para el ciclo 2024 mostraban las siguientes características:

Los principales estados productores fueron Chiapas, Veracruz y Puebla, que representaron el 83.1 % de la producción nacional, destacando Puebla con un aumento de 4 426 toneladas. En comercio exterior, las exportaciones de café mexicano aumentaron un 6.6 %, alcanzando 41 994 toneladas, mientras que las importaciones crecieron un 9.2 %. Este escenario refleja una producción creciente, aunque con menores rendimientos, y un notable aumento en las exportaciones (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], 2024).¹

¹ Posteriormente a la fecha de consulta (septiembre de 2024), el sitio web de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) fue reorganizado. La información citada se encuentra en el

Los datos que se presentan en este anexo fueron obtenidos a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), utilizando la base de datos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) que se encuentra disponible en línea. Este sistema contiene datos anuales desde 1980 sobre los cultivos de seguimiento nacional, tanto en su modalidad convencional como orgánica —esta última se registra a partir de 2016—, e incluye información por ciclo, modalidad hídrica y otros aspectos relevantes. Para este estudio, como se ha mencionado, se recuperaron datos correspondientes al periodo 2000-2023.

PRODUCCIÓN Y VALOR NACIONAL DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ

A continuación, se presentan los valores de la producción nacional de café y las tasas de crecimiento de la producción para el periodo de 2000-2023.

Tabla 1. Tasa de crecimiento de la producción nacional de café sin clasificar en México, 2000-2023

Años	Producción (ton)	Valor de la producción (miles de pesos)	Tc/Pr (%)	Tc/Vap (%)
2000	1 836 882.50	5 297 234.03	-	-
2001	1 645 821.86	3 053 169.67	-10.4	-42.4
2002	1700 313.29	2 748 309.83	3.3	-10.0
2003	1 621 938.34	2 968 745.65	-4.6	8.0
2004	1 696 977.54	2 866 292.81	4.6	-3.5
2005	1 598 939.95	3 614 474.39	-5.8	26.1
2006	1 518 930.88	4 053 015.84	-5.0	12.1
2007	1 458 803.54	4 865 693.47	-4.0	20.1
2008	1 414 669.09	5 542 665.31	-3.0	13.9
2009	1 436 559.48	5 346 595.84	1.5	-3.5
2010	1 332 263.19	5 727 519.07	-7.3	7.1

apartado de «documentos» dentro de la sección de reporte mensual de escenarios de productos agroalimentarios en: Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, Dirección General del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2024). *Café: julio 2024*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/938476/Caf__julio.pdf (consulta: 7 de abril de 2026).

2011	1 287 642.69	6 815 878.61	-3.3	19.0
2012	1 336 882.14	8 647 580.34	3.8	26.9
2013	1 257 982.81	6 060 313.98	-5.9	-29.9
2014	1 166 025.82	5 593 948.47	-7.3	-7.7
2015	1 026 251.98	5 340 761.17	-12.0	-4.5
2016	824 082.15	4 523 893.43	-19.7	-15.3
2017	835 380.37	4 905 641.63	1.4	8.4
2018	859 992.29	4 996 189.48	2.9	1.8
2019	900 215.33	4 725 662.45	4.7	-5.4
2020	953 682.90	5 135 835.62	5.9	8.7
2021	947 092.21	5 210 614.07	-0.7	1.5
2022	1 025 034.80	6 534 603.53	8.2	25.4
2023	1 058 862.35	7 122 498.45	3.3	9.0

Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

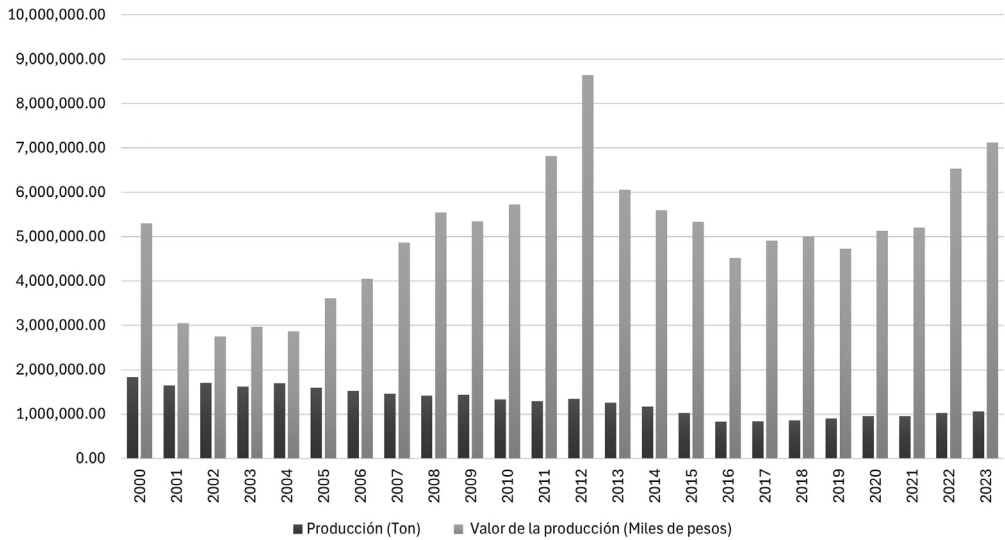
Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Como se puede observar, a lo largo del período la producción de café muestra una tendencia fluctuante, con ciertos años de caída y otros de crecimiento. Los mayores descensos ocurrieron entre 2015 y 2016 (con un descenso del -19.7 %) y entre 2014 y 2015 (-12 %), mientras que los incrementos más notables fueron en los años 2012 (+ 3.8 %) y 2022 (+ 8.2 %).

En los últimos años (2021-2023), la producción creció consistentemente hasta alcanzar 1 058 862 toneladas en 2023, lo que representa una mejora respecto a los niveles más bajos observados en 2016.

El valor de la producción muestra una tendencia creciente a largo plazo, con aumentos significativos en algunos años. En 2022 y 2023, el valor alcanzó 6 534 603.53 y 7 122 498.45 millones de pesos, respectivamente, lo que marca un incremento considerable respecto a los primeros años del periodo analizado.

Gráfica 1. Evolución de la producción nacional de café y valor de la producción, 2000-2023

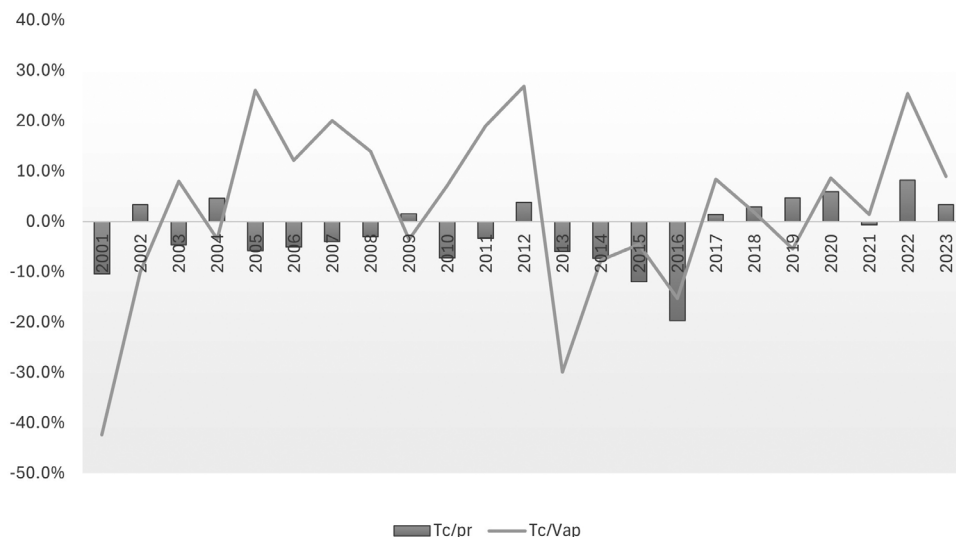


Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Como se observa en la gráfica 1, que muestra la evolución de la producción anual, el valor de esta alcanzó picos significativos en 2012 (8 647 580.34 millones de pesos) y 2023 (7 122 498.45 millones de pesos), lo cual puede reflejar un aumento en los precios del café o la mejora en la calidad de este.

En la gráfica 2, que incluye la tendencia de crecimiento de la producción, se aprecian disminuciones abruptas, por ejemplo, en los años 2001, 2005, 2014 y 2016, que equivalen a -10.4 %, -5.8 %, -12 % y -19.7 %, respectivamente.

Gráfica 2. Tendencia de crecimiento de la producción nacional de café y valor en miles de pesos de la producción, 2001-2023



Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

En los años 2001, 2013, 2014, 2016 y 2015, los valores de la producción disminuyeron considerablemente, lo que refleja una caída en los precios del producto. En 2016, la disminución fue especialmente pronunciada (-15.3 %).

En términos generales, los datos muestran que la producción de café en México y el valor de esta han experimentado altibajos a lo largo de los años. Los picos en la producción tienden a coincidir con aumentos en el valor de la producción, lo que sugiere que la relación entre la cantidad producida y el precio es fundamental para determinar el valor total. Si bien la producción disminuyó en varios años, la recuperación de precios en otros momentos (como en 2020 y 2022) ayudó a mantener el valor de la producción en niveles más altos.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE CAFÉ, 2000-2023**Tabla 2.a.** Distribución de la producción de café, según estados productores, 2000-2023

Estados	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Chiapas	30.4	31.3	35.7	36.2	37.5	39.9	38.7	38.8	36.2	36.9	41.0
Colima	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.5	0.2
Guerrero	3.7	5.0	2.6	2.9	2.9	3.0	3.2	3.3	3.5	4.1	2.9
Hidalgo	3.0	3.2	3.8	3.3	2.3	2.7	2.7	2.9	2.6	2.7	2.2
Jalisco	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.1	0.3	0.4	0.4
México	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Michoacán	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Morelos	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Nayarit	1.7	1.7	1.0	0.7	1.2	1.2	1.2	1.1	2.0	2.1	2.1
Oaxaca	9.8	20.6	13.9	14.1	10.5	9.8	12.6	13.7	12.0	11.5	11.6
Puebla	21.8	12.7	15.5	19.6	20.7	21.5	18.9	17.6	21.1	18.0	10.2
Querétaro	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
San Luis Potosí	0.9	1.2	0.7	1.1	0.9	1.0	1.0	1.1	1.3	1.3	1.2
Tabasco	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
Veracruz	28.0	23.6	26.3	21.2	23.4	20.2	20.9	20.9	20.6	22.2	28.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Los principales estados productores de café en México durante el periodo analizado fueron Chiapas, Veracruz y Oaxaca y, aunque su comportamiento a lo largo de los años muestra ciertas fluctuaciones, en general los dos primeros estados mantuvieron niveles de producción significativos.

La tabla 2.a ofrece una visión general de la evolución de la producción de café en México; en ella destacan tanto la estabilidad de los principales estados productores, como las fluctuaciones y caídas de algunos estados con menor producción.

Tabla 2.b. Distribución de la producción de café, según estados productores, 2000-2023

Estados	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Chiapas	42.4	39.8	39.7	34.5	37.3	43.4	40.6	41.3	40.9	39.6	40.6	37.6	37.0
Colima	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3
Guerrero	3.8	3.6	3.3	4.2	4.4	5.2	5.0	4.5	4.3	4.0	4.1	3.8	3.7
Hidalgo	2.1	2.5	2.7	3.0	3.1	3.6	4.1	3.2	3.2	3.3	3.1	2.8	2.7
Jalisco	0.5	0.4	0.4	0.5	0.3	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
México	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
Michoacán	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0								
Morelos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Nayarit	3.6	0.8	2.0	2.1	1.7	0.4	1.7	0.2	0.7	0.9	1.0	1.1	1.3
Oaxaca	12.2	8.8	10.3	11.1	8.0	8.1	7.9	8.2	8.4	9.0	9.1	8.7	8.3
Puebla	7.8	15.2	10.9	12.8	16.7	13.6	15.4	15.8	16.2	16.7	15.8	20.3	21.1
Querétaro	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
San Luis Potosí	1.1	0.9	1.3	1.1	1.1	1.3	1.0	1.4	1.1	0.9	1.0	1.2	1.1
Tabasco	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Tamaulipas					0.0		0.0						
Veracruz	26.1	27.6	29.0	30.3	26.9	23.3	23.3	24.4	24.2	24.6	24.3	23.7	24.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

PRODUCCIÓN NACIONAL DE CAFÉ SEGÚN TIPO DE CULTIVO Y CLASIFICACIÓN

Tabla 3. Tasa de crecimiento de la producción nacional de café cereza arábica orgánico y valor en miles de pesos, 2016-2024

Año	Producción (ton)	Valor de la producción (miles de pesos)	Tc/Pr (%)	Tc/Vap (%)
2016	60.5	284.35	-	-
2017	59.28	550.41	-2.0	93.6
2018	68.9	615.91	16.2	11.9
2019	65.52	448.74	-4.9	-27.1
2020	68.64	494.96	4.8	10.3
2021	68.12	504.66	-0.8	2.0
2022	69.68	394.07	2.3	-21.9
2023	69.16	467.88	-0.7	18.7

Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

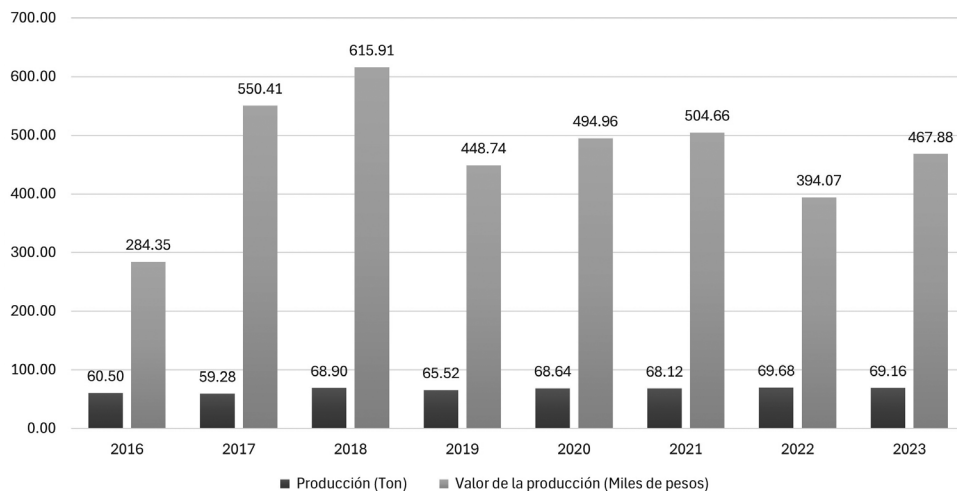
Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

De la producción de café cereza arábica orgánico se tienen registros a partir de 2016, y desde ese año hasta 2023 se han observado aumentos notables en algunos períodos, como en 2018 y 2020, pero también descensos significativos en otros, como en 2017 y 2019.

Por su parte, el valor de la producción ha experimentado una alta volatilidad. Tras un fuerte aumento en 2017 (93.6 %), el valor de la producción sufrió caídas drásticas en 2019 y 2022, con descensos del -27.1 % y -21.9 %, respectivamente. Estas caídas podrían atribuirse a la fluctuación de los precios del café.

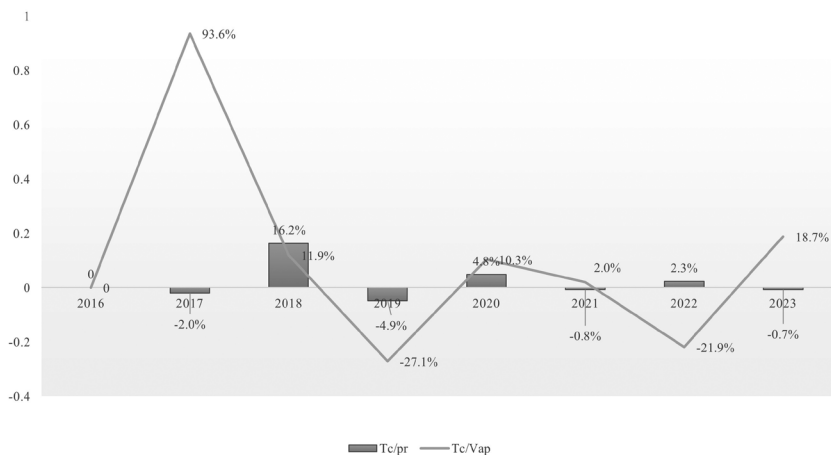
La gráfica 3 revela que el sector del café orgánico ha estado marcado por fluctuaciones, tanto en la producción como en los ingresos, pero con señales de recuperación y estabilidad en los últimos años. Las variaciones en los precios y en la producción siguieron siendo factores clave que afectaron el desempeño económico del sector.

Gráfica 3. Producción nacional de café cereza arábica orgánico y valor en miles de pesos, 2016-2023



Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Gráfica 4. Tendencia de crecimiento de la producción y el valor del café cereza arábica orgánico, 2016-2023



Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Los datos de la gráfica 4, relacionados con la tendencia de crecimiento de la producción y el valor del café cereza arábigo orgánico, revelan que el sector se caracterizó por una dinámica de cambios, tanto en la producción como en los ingresos, aunque en 2023 se observaron señales de recuperación y estabilidad. Las fluctuaciones en los precios y en la producción continuaron siendo factores clave que influyen en el desempeño económico del sector.

PRODUCCIÓN NACIONAL DE CAFÉ CEREZA ORGÁNICO

La producción de café cereza orgánico en México se caracterizó por aumentos significativos en años como 2009 (41.6 %) y 2011 (25.2 %), así como por caídas en periodos como 2008 (-18.9 %) y 2014 (-25.1 %). Estas tendencias reflejan la vulnerabilidad del sector ante diversos factores y sugieren la necesidad de investigar los aspectos que influyen en dichas variaciones con el fin de comprender mejor las dinámicas que inciden en la producción.

Tabla 4. Tasa de crecimiento de la producción nacional de café cereza orgánico, 2003-2023

Año	Producción (ton)	Valor de la producción (miles de pesos)	Tc/Pr (%)	Tc/Vap (%)
2003	32 964.30	76 081.42	-	-
2004	31 571.36	76 359.80	-4.2	0.4
2005	29 117.62	75 161.43	-7.8	-1.6
2006	33 373.66	89 927.08	14.6	19.6
2007	31 471.44	96 128.69	-5.7	6.9
2008	25 526.51	83 559.23	-18.9	-13.1
2009	36 153.57	119 274.30	41.6	42.7
2010	38 468.60	149 209.83	6.4	25.1
2011	48 167.04	316 922.60	25.2	112.4
2012	43 924.33	301 951.74	-8.8	-4.7
2013	51 788.22	262 957.04	17.9	-12.9
2014	38 780.46	201 152.83	-25.1	-23.5
2015	41 437.59	238 560.49	6.9	18.6
2016	32 327.49	165 393.15	-22.0	-30.7

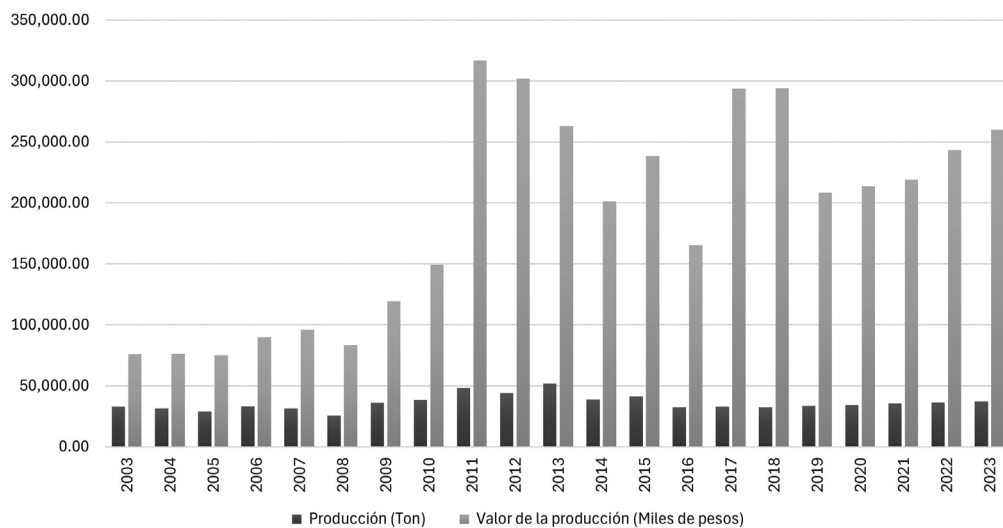
2017	33 106.88	293 849.86	2.4	77.7
2018	32 281.64	294 051.45	-2.5	0.1
2019	33 637.59	208 377.66	4.2	-29.1
2020	34 184.30	213 419.06	1.6	2.4
2021	35 346.87	218 920.56	3.4	2.6
2022	36 292.10	243 512.78	2.7	11.2
2023	37 288.48	259 885.78	2.7	6.7

Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

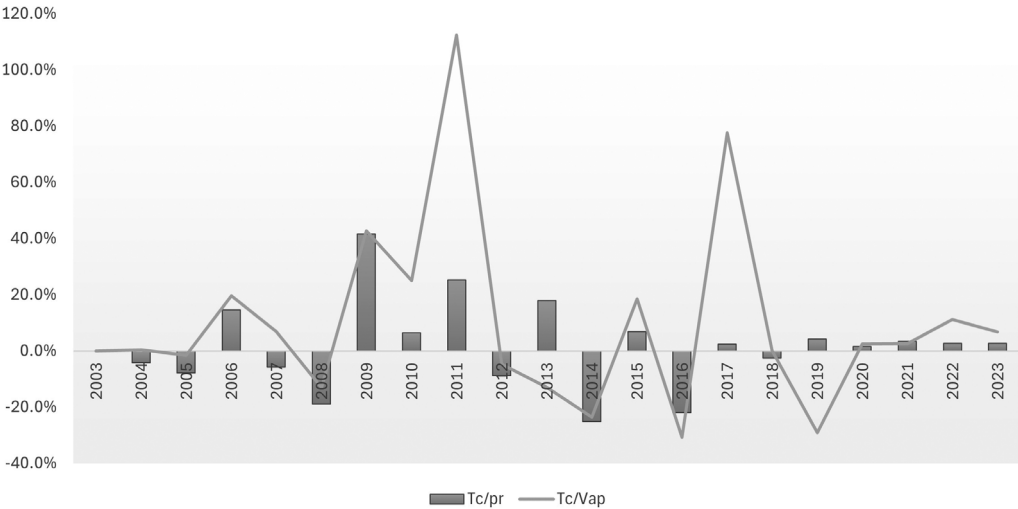
Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Gráfica 5. Producción nacional de café cereza orgánico, 2003-2023



Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Gráfica 6. Tendencia de crecimiento de la producción nacional de café cereza orgánico y valor en miles de pesos, 2003-2023



Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Entre 2003 y 2023 se observan tanto incrementos elevados (como en 2009 con un 41.6 % y en 2011 con un 25.2 %) como caídas profundas (por ejemplo, en 2008 con -18.9 % y en 2014 con -25.1 %). Estas fluctuaciones reflejan la vulnerabilidad del sector ante factores como cambios en los precios internacionales y variaciones en la demanda de café orgánico.

En general, el sector del café cereza orgánico en México muestra una evolución caracterizada por altibajos significativos, aunque con señales de recuperación y estabilidad en los últimos años.

PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN CHIAPAS

Tabla 5. Tasa de crecimiento de la producción de café sin clasificar en el estado de Chiapas, 2000-2023

Año	Producción (ton)	Valor de la producción (miles de pesos)	Tc/Pr	Tc/Vap
2000	557 672.45	2 128 768.13	-	-
2001	515 276.34	1 144 079.92	-7.6	-46.3
2002	606 405.99	1 318 336.28	17.7	15.2
2003	587 765.04	1 548 473.16	-3.1	17.5
2004	636 743.59	1 232 551.55	8.3	-20.4
2005	637 236.39	1 607 526.86	0.1	30.4
2006	588 026.05	1 608 799.26	-7.7	0.1
2007	565 706.27	1 845 220.15	-3.8	14.7
2008	512 184.16	2 029 492.73	-9.5	10.0
2009	529 395.26	1 928 446.04	3.4	-5.0
2010	546 689.47	2 378 436.80	3.3	23.3
2011	545 936.54	3 206 893.78	-0.1	34.8
2012	532 582.80	3 481 899.68	-2.4	8.6
2013	499 105.16	2 508 647.99	-6.3	-28.0
2014	402 099.78	2 040 607.85	-19.4	-18.7
2015	383 059.62	1 751 433.03	-4.7	-14.2
2016	357 733.66	1 808 562.55	-6.6	3.3
2017	339 361.41	1 788 167.40	-5.1	-1.1
2018	354 944.47	1 812 443.43	4.6	1.4
2019	367 874.15	1 727 676.68	3.6	-4.7
2020	377 255.00	1 825 474.56	2.6	5.7
2021	384 549.72	1 894 217.29	1.9	3.8
2022	385 703.05	2 044 023.40	0.3	7.9
2023	391 956.99	2 116 042.81	1.6	3.5

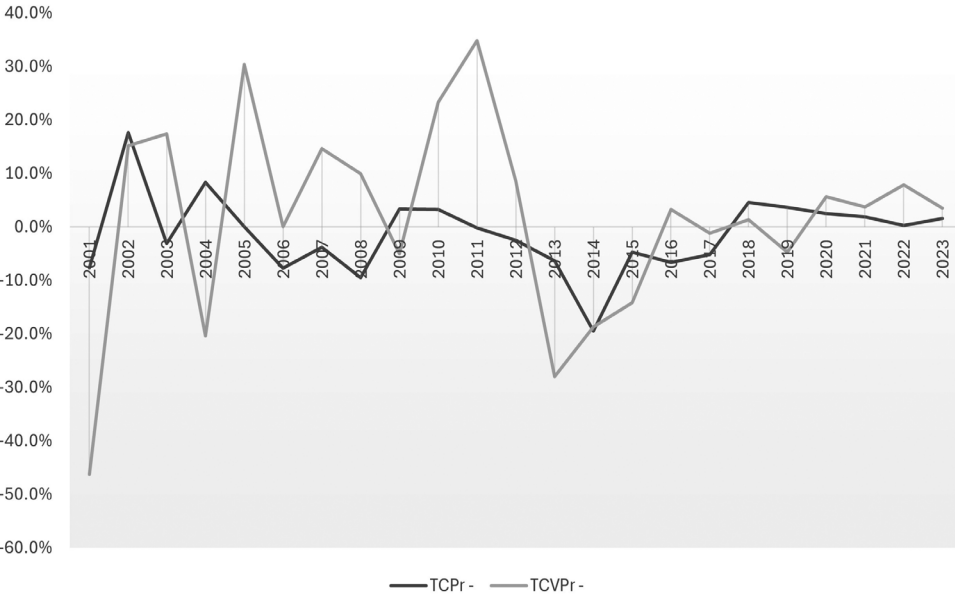
Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Los datos de la producción de café sin clasificar en el estado de Chiapas muestran fluctuaciones tanto en la cantidad producida como en el valor de la producción entre 2000 y 2023, de manera similar a lo que ocurre con la producción nacional.

Gráfica 7. Tendencia de crecimiento de la producción de café sin clasificar en el estado de Chiapas, 2000-2023



Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

En los primeros años (2000-2004) se produjo un crecimiento destacado, con aumentos como el 17.7 % en 2002. Sin embargo, a partir de 2004 la producción se volvió más volátil, con descensos en años como 2001 (-7.6 %) y 2014 (-19.4 %).

Desde 2018 hasta 2023, la producción presentó un crecimiento más moderado y constante, con incrementos pequeños de entre 0.3 % y 4.6 %, lo que indica una ligera estabilización de la producción en el estado.

Tabla 6. Producción de café y valor en miles de pesos en el estado de Chiapas, según clasificación y tipo de cultivo, 2000-2023

	Café cereza arábica orgánico		Café cereza orgánico		Café cereza robusta		Café cereza s/clasificar	
Año	Producción (ton)	Valor (miles de pesos)	Producción (ton)	Valor (miles de pesos)	Producción (ton)	Valor (miles de pesos)	Producción (ton)	Valor (miles de pesos)
2000	-	-	-	-	-	-	557 672.45	2 128 768.13
2001	-	-	-	-	-	-	515 276.34	1 144 079.92
2002	-	-	-	-	-	-	606 405.99	1 318 336.28
2003	-	-	22 417.30	57 421.82	-	-	565 347.74	1 491 051.34
2004	-	-	22 698.86	62 263.55	-	-	614 044.73	1 170 288.00
2005	-	-	22 152.62	62 399.43	-	-	615 083.77	1 545 127.43
2006	-	-	30 186.74	83 635.16	-	-	557 839.31	1 525 164.10
2007	-	-	27 502.85	80 198.23	-	-	538 203.42	1 765 021.92
2008	-	-	22 157.14	70 640.64	-	-	490 027.02	1 958 852.09
2009	-	-	32 769.41	105 583.90	-	-	496 625.85	1 822 862.14
2010	-	-	34 441.51	131 569.29	-	-	512 247.96	2 246 867.51
2011	-	-	34 246.67	233 898.24	-	-	511 689.87	2 972 995.54
2012	-	-	36 297.07	250 179.41	332.80	1 364.48	495 952.93	3 230 355.79
2013	-	-	37 967.31	193 601.84	358.82	1 435.28	460 779.03	2 313 610.87
2014	-	-	25 266.89	121 341.75	256.30	987.27	376 576.59	1 918 278.83
2015	-	-	31 062.11	173 036.81	307.56	1 306.39	351 689.95	1 577 089.83
2016	60.50	284.35	27 873.87	139 449.61	350.52	1 627.15	329 448.77	1 667 201.44
2017	59.28	550.41	25 856.52	240 021.00	325.50	1 474.37	313 120.11	1 546 121.62
2018	68.90	615.91	27 393.84	251 940.94	384.45	1 721.17	327 097.28	1 558 165.41
2019	65.52	448.74	27 705.36	169 090.53	364.94	1 857.14	339 738.33	1 556 280.27
2020	68.64	494.96	27 912.76	174 219.73	375.22	1 852.10	348 898.38	1 648 907.77
2021	68.12	504.66	28 506.36	172 573.33	395.78	1 925.35	355 579.46	1 719 213.95
2022	69.68	394.07	28 812.81	174 248.24	385.50	2 020.39	356 435.06	1 867 360.70
2023	69.16	467.88	28 932.88	180 238.37	393.21	2 118.96	362 561.74	1 933 217.60

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Como se puede observar en la tabla 6, el café cereza sin clasificar representa la mayor parte de la producción a lo largo de los años. En 2000, esta categoría mostró una producción significativa (557 672 toneladas), la cual disminuyó y fluctuó entre 2000 y 2023.

El café cereza arábica orgánico fue la categoría que mostró una producción más estable, con valores que oscilaron entre 59 y 69 toneladas anuales en los últimos años, entre 2016 y 2023.

El valor asociado a la producción de café sin clasificar también dominó, con valores altos, pero variables, que aumentaron desde aproximadamente dos millones de pesos en el año 2000 hasta alcanzar más de 1 900 millones en 2023.

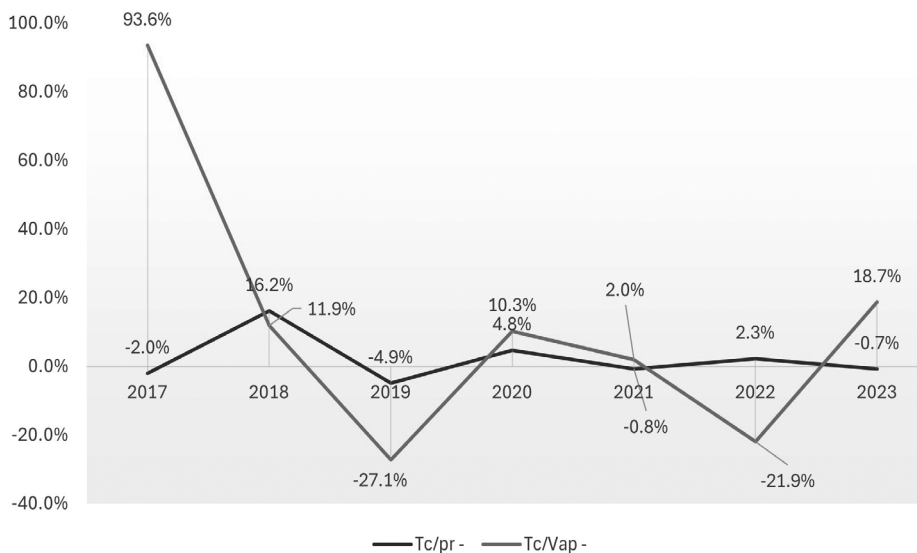
Los valores del café cereza orgánico y del café cereza arábica orgánico crecieron de manera más notoria a partir de 2012, y han experimentado un incremento continuo hasta la actualidad. En 2023, los valores del café cereza arábica orgánico fueron de 467 880 000 pesos, y los del café cereza orgánico, de 180 238 millones de pesos.

En términos generales, el valor de la producción aumentó significativamente entre 2000 y 2023, lo que probablemente refleja un aumento de los precios internacionales y un mayor enfoque en la producción de café de especialidad, como el orgánico.

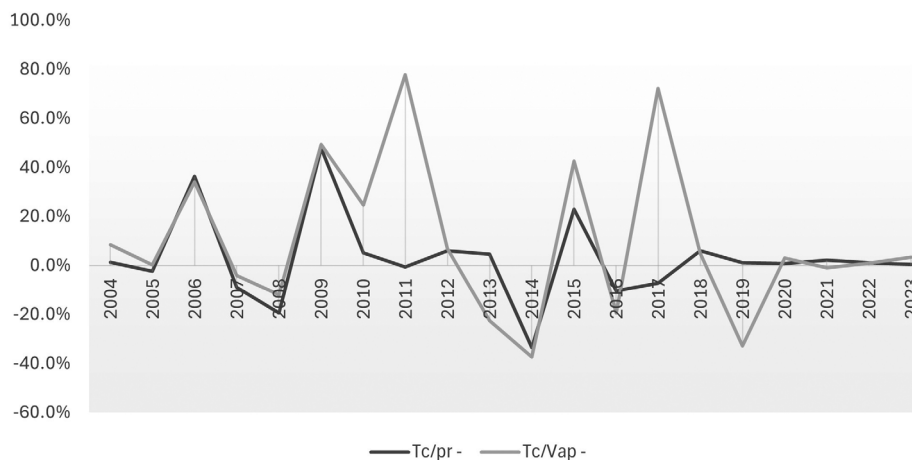
Los cambios observados en la producción de café en Chiapas, según su clasificación, se aprecian con mayor claridad en las gráficas 8 a 11, donde destacan factores como el creciente interés por las variedades orgánicas y especializadas, el impacto de estas tendencias en la producción y los ingresos generados.

En general, la producción de café en Chiapas ha experimentado una evolución positiva hacia la producción de orgánicos en los últimos años, lo que ha repercutido favorablemente en los ingresos del sector. Sin embargo, la producción masiva de café sin clasificar sigue siendo predominante, lo que podría estar relacionado con los costos de producción y las dificultades asociadas con las certificaciones orgánicas. Será fundamental seguir documentando estos procesos para evaluar su impacto de manera efectiva.

Gráfica 8. Tendencia de crecimiento de la producción y valor del café cereza arábica orgánico, 2017-2023



Gráfica 9. Tendencia de crecimiento de la producción y valor del café cereza orgánico, 2003-2023

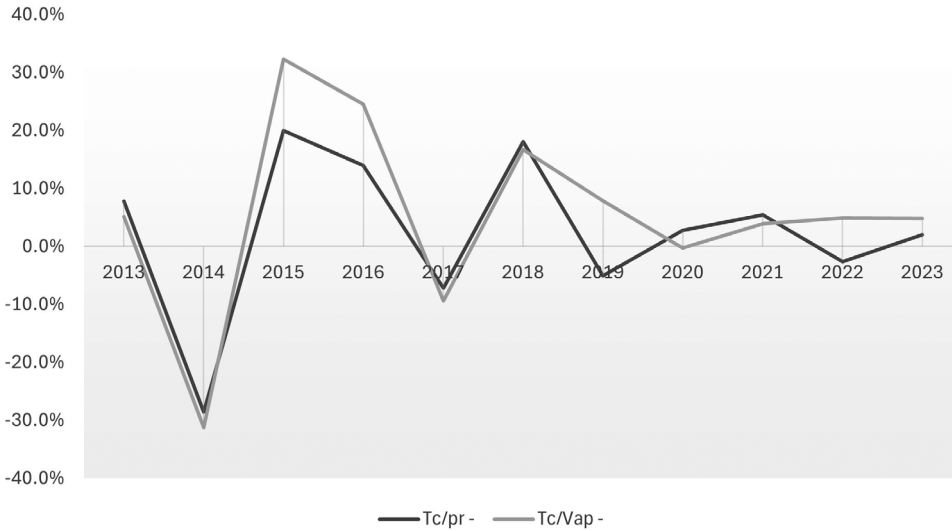


Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

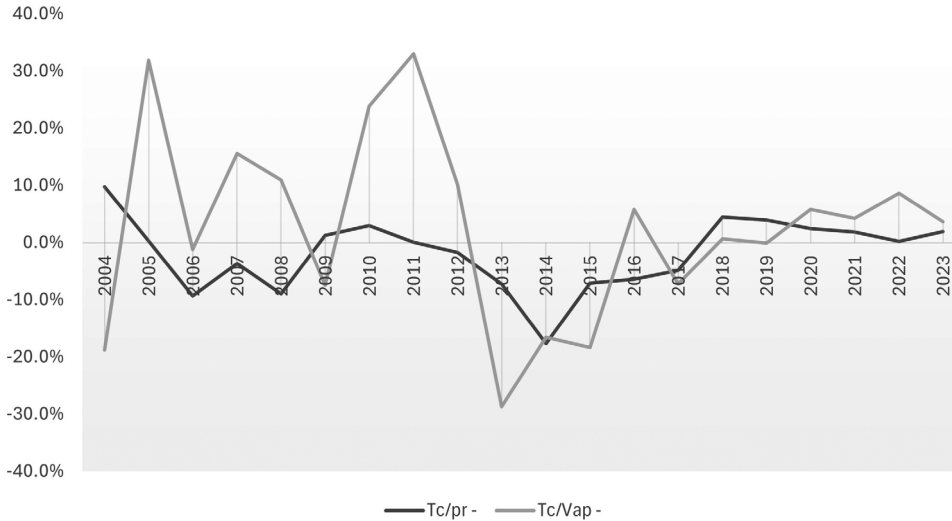
Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Gráfica 10. Tendencia de crecimiento de la producción y valor del café cereza robusta orgánico, 2013-2023



Gráfica 11. Tendencia de crecimiento de la producción y valor del café cereza sin clasificar, 2004-2023



Tc/Pr: tasa de crecimiento de la producción.

Tc/Vap: tasa de crecimiento del valor de la producción en miles de pesos.

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON) de la SADER, a través del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

BIBLIOGRAFÍA

- SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. DIRECCIÓN GENERAL DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA. (2024). *Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON)*. Disponible en <https://www.gob.mx/agricultura/dgsiap/documentos/siacon-ng-161430> (consulta: septiembre de 2024).
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA (SIAP). (2024). *Escenario mensual de productos agroalimentarios*. Disponible en <https://www.gob.mx/agricultura/dgsiap/documentos/reporte-mensual-de-escenarios-de-13-productos-agroalimentarios-357959> (consulta: septiembre de 2024).

De la OMC a la parcela.
Aconteceres del comercio justo y la agricultura orgánica,
de Alma Amalia González Cabañas.

Edición electrónica: septiembre de 2026.
Cuidado editorial: María Isabel Rodríguez Ramos.
Diseño editorial de Eduardo González Palacios,
se utilizaron las familias ITC Usherwood.

Y ¿por qué «de la OMC a la parcela»? Si en algún momento ha pensado que la Organización Mundial del Comercio opera en el ámbito global e influye poco en la vida campesina, este libro rompe con esa falacia y desnuda los entramados que articulan las instancias transnacionales con el campesinado de a pie y sus parcelas.

Los intentos por impulsar alternativas como el comercio justo y la agricultura orgánica han sido cooptados por la lógica del mercado global, lo que ha impuesto a las organizaciones campesinas un arduo proceso de aprendizaje.

Cuestionar y sacar a la luz estas injusticias constituye una tarea central de la universidad y de la producción de conocimiento, y puede abrir vías para construir mejores condiciones para las sociedades campesinas.

