



1 de septiembre de 2014 | Vol. 15 | Núm. 9 | ISSN 1607 - 6079

## ARTÍCULO

# **LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA INDÍGENA FRENTE AL LIBRE MERCADO. EL CASO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN MÉXICO**

*Silvia Nuria Jurado Celis*

## LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA INDÍGENA FRENTE AL LIBRE MERCADO. EL CASO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN MÉXICO

### Resumen

Las alternativas organizacionales en México han pasado por una historia compleja. Atienden diferentes problemas y demandas que reflejan las coyunturas sociales a las que nos enfrentamos, por lo que no existe una forma única de organización social en nuestro país. En muchas ocasiones se entrecruzan y dan lugar a particularidades, es decir, hay elementos comunes que resultan transversales al conjunto, tal es el caso de las demandas indígenas cuando se traslapan, por ejemplo, con el componente campesino . En un gran número de casos ambos sectores se encuentran en el mismo plano, como sucede con los pequeños productores de café en México, quienes se desenvuelven entre sus actividades locales y su relación con el mercado internacional en el que se vende su café.

La producción del café se concentra en los estados del sur del país, principalmente Veracruz, Oaxaca y Chiapas, donde está también la mayor parte de culturas indígenas. Así, la problemática de los pequeños productores de café se empalma en gran medida con los asuntos y las prácticas culturales propias.

La cadena comercial del café es compleja pues requiere varios pasos en su procesamiento, que involucran a la familia campesina, la industria y el aspecto comercial. Los procesos pueden estar en manos de grandes empresas transnacionales o estar dividi-

dos entre los pequeños productores y algunos procesadores medianos. Sin embargo, son las etapas industrial y comercial en las que se localiza el valor agregado. Esto, aunado a su alta valoración en países en los que no se produce el café, convierten al café en un cultivo sumamente propenso a la especulación que deriva en una gran inestabilidad de precios especialmente para los productores, ya que dicho precio es regulado en Bolsa de Valores y quienes lo controlan son principalmente aquellos que dominan las etapas industrial y comercial.

Los pequeños caficultores mexicanos afrontan la problemática referida a su situación como campesinos e indígenas y al mismo tiempo la de su quehacer como caficultores. Es ante este contexto que se ha construido una gran diversidad de estrategias, de las cuales, el comercio justo es una de las más innovadoras que parte de la organización social.

**Palabras clave:** campesinos, indígenas, café, comercio justo.

“  
Los pueblos que construyen  
procesos autonómicos,  
han encontrado siempre  
el respaldo jurídico que  
requieren en el derecho  
internacional.  
”

## THE COMMUNITY POLICE IN GUERRERO: AN ALTERNATIVE SYSTEM OF SECURITY AND JUSTICE

### Abstract

*The organizational alternatives in Mexico have a very complex history, they attend several problems and demands, which allow us to see the social problems we have and face. Many times their demands go together and give them a particular performance, they have commonalities of interests, and some of them are transversal to the group. That happens for example when farmer and indigenous demands are spliced. We know both sectors have particular ways to work and particular demands. In most of the cases they are in the same place. This happens with small coffee producers in México, who live between their daily production and local consumption and the relationship with international market where the coffee is sold.*

*Most of the coffee is cultivated in the south states en México, especially in Veracruz, Oaxaca and Chiapas, where the most of indigenous culture of our country are located. That's why the small coffee producer's practices are mixed most of the times with indigenous problems. In this sense the coffee supply chain is very complex because of the several processes are necessary to be enjoyed, the first part is worked by farmer family, subsequently the industrial step is coming an finally the trade aspect, this can be property of big companies or divided between farmer families and medium traders, but the value added is in the industrial and trade part.*

*This, in addition to its high value in the places where it can't be produced becomes it an easy product to the speculation, which becomes a big prices instability, especially for the farmers.*

*Thereby, Mexican small producers should face in one way their problems because of indigenous and farmer condition and, at the same time, all their problems as coffee producers. And that's the context where we can watch they have made a lot of strategies where Fair Trade is one of the more innovative starting with social organization.*

**Keywords:** *farmers, indigenous, coffee, fair trade.*

## LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA INDÍGENA FRENTE AL LIBRE MERCADO. EL CASO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN MÉXICO

### Las demandas de las organizaciones campesinas en México (tierra, apropiación del ciclo productivo, sustentabilidad)

Las organizaciones campesinas en nuestro país no son un tema nuevo. Han existido con diversos propósitos siempre orientados a intentar dar respuesta por varias vías a las demandas sociales de este sector.

Se dice que el llamado movimiento campesino ha pasado por varias etapas, desde un agrarismo propio de la etapa revolucionaria en el cual la demanda principal era la posesión de tierra, pasando posteriormente a la institucionalización del mismo. Armando Bartra afirma que: "El agrarismo –vuelto ley desde 1917– se hace gobierno en 1920." (BARTRA, 2012) Y continúa con: "En esta perspectiva historiográfica el movimiento campesino se esfuma desde la tercera década del siglo" (Ibidem).

No obstante, a partir de los años cuarenta las demandas campesinas comenzaron a enfocarse más en la apropiación del proceso productivo, es decir, más allá de la propiedad de la tierra y su usufructo. La importancia comienza a orientarse al tener acceso a los excedentes derivados del valor agregado que se genera en los procesos posteriores a la cosecha, como es el caso del cultivo del café.

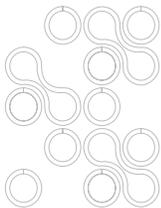
A lo largo de esos años la organización campesina ya era una de las figuras centrales y también un mecanismo gubernamental regulador del descontento social en ese sector. Si bien las demandas indígenas aún no eran lo suficientemente claras, sí había una presencia constante de ese componente en la organización campesina.

Finalmente, al llegar la década de los setenta, las demandas campesinas se centraron específicamente en dicha apropiación del proceso productivo, y es precisamente en este contexto en el que se inscriben las organizaciones de los pequeños productores de café en México, quienes logran conformar un tipo de asociación bastante particular que les ha permitido hacer frente al contexto específico que enfrentan.

### El caso del café y el comercio justo

El cultivo de café tiene una dinámica específica, como ya se ha mencionado en el apartado anterior. Es necesario un proceso dividido en dos partes para que este producto pueda ser consumido. La primera fase es la que se conoce como beneficio húmedo y consiste en la etapa que va desde la cosecha hasta la obtención del grano seco con cascarilla, conocido como pergamino. En el caso de los pequeños productores de café este proceso se encuentra en manos de la familia campesina. La segunda fase es la que se conoce como beneficio seco y abarca del cambio de la semilla en pergamino a lo que se conoce como café oro o verde, es decir, el que ya está listo para ser tostado y posteriormente molido para ser consumido.

Imagen: Colombia Travel



[1] Con este término hago referencia a todos aquellos agricultores familiares. Los pequeños productores de café son pobres, mayoritariamente indígenas, y trabajan huertas muy pequeñas, de entre media a tres hectáreas, que combinan con cultivos alimentarios de autoconsumo. Sin embargo, al mismo tiempo son exportadores y por lo tanto globalizados. Se trata de una aparente contradicción en la que, en realidad, radica su fuerza (JURADO y BARTRA, 2012).

[2] Esta dinámica campesina hace referencia a valores como la reciprocidad, solidaridad, toma de decisiones colectiva como es el caso de la elección de representantes en asambleas, la práctica de asumir cargos y servicios comunitarios, entre otros.

[3] Cómo la caída del 20% en tan sólo una semana en el ciclo 2013 – 2014.

Este segundo paso implica un proceso industrial que es uno de los primeros eslabones de la cadena comercial del aromático en el que se da un alto índice de intermediación. De tal manera que el proceso industrial y la comercialización son etapas que se presentan como críticas para los pequeños productores<sup>1</sup>.

Los cultivadores campesinos de café se encuentran concentrados principalmente en los estados de Puebla, Guerrero, Oaxaca y Chiapas, mismos que comparten algunas características, como el hecho de tener una importante presencia de pueblos indígenas en su territorio. Aunado a ello, la dinámica social campesina se conjuga y empalma<sup>2</sup> dando como resultado una mezcla de culturas que se manifiesta en el lenguaje, el vestir y las costumbres locales, pero que, además, convive con la dinámica productiva cafetalera. Otro punto que comparten es la historia de inestabilidad constante en lo que a los precios del café se refiere, ya que por las características de procesamiento del cultivo y la alta valoración en el mercado internacional se trata de un producto altamente especulativo. Por ejemplo, el precio es fijado de acuerdo con los cálculos de cosecha de los grandes productores a nivel mundial (cálculos de oferta y demanda). Sin embargo, basta una noticia de algún problema de producción para que los precios puedan “inflarse” generando las llamadas burbujas especulativas, aunque más adelante caigan estrepitosamente<sup>3</sup>.

El café es, por lo tanto, un producto muy adecuado para la colocación en los llamados mercados a futuro dependiendo de la oferta que presenten los diferentes países, pero también para la manipulación de precios.

Así, los pequeños caficultores comparten una historia de vaivenes e inestabilidad especialmente en lo que se refiere a su relación con el mercado internacional. A nivel internacional, entre los años cincuenta y setenta existieron una serie de acuerdos entre los países productores, los cuales regulaban principalmente la oferta y le ponía una serie

de condiciones a la comercialización. Esto corresponde a la etapa previa a la inserción de nuestro país en el llamado modelo neoliberal.

Esta transición tuvo sus implicaciones para los pequeños caficultores mexicanos. Pasar de un contexto en el que existían instituciones de protección al sector (como es el caso del Instituto Mexicano del Café o Inmecafé) a uno en el que se encuentran prácticamente solos frente a los competidores internacionales repercutió de manera muy clara en los precios y la estabilidad de acopio para los campesinos. Es decir, anteriormente el Inmecafé era la instancia encargada de proporcionar asistencia técnica, acopiar y comercializar el aromático. Alrededor de 1989 el instituto fue desmantelado, momento en el que los productores se quedaron sin esos canales para darle salida a su producto, de tal manera que quienes ocuparon ese espacio fueron principalmente las grandes transnacionales mediante una compleja red de acaparadores locales.

Ante este contexto, la organización campesina fue precisamente una estrategia para no morir en el intento de seguir comercializando café. Cabe aclarar que la mayor parte de los pequeños productores formaron antecedentes organizativos a través del Inmecafé que los había constituido en las llamadas UEPC (Unidades Estatales de Producción y Comercialización), de tal forma que si bien anteriormente la organización campesina permeada por una fuerte intervención estatal era la que había logrado consolidar la cadena comercial del café, ante el panorama neoliberal la salida fue la organización campesina autónoma.

Existen ejemplos sumamente importantes que han aportado los pequeños productores del sur de México. Tal es el caso de la propuesta del Comercio Justo (CJ), la cual nace precisamente ante el contexto de mercado neoliberal que implica relaciones sociales de desigualdad que han afectado gravemente a los pequeños productores de café que son quienes conforman una parte importante de la oferta de este producto a nivel nacional.

El CJ nace en el sur de México en las montañas del Istmo de Tehuantepec, en el estado de Oaxaca con una organización campesina emblemática que es la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI). Ahí se gesta una iniciativa que intenta cambiar las reglas del mercado internacional, poniendo en el centro de la discusión al



Imagen: Grupo Emaús F.S.

sujeto social, así como todo lo que implica para los campesinos caficultores la producción o generación de la oferta, agregando, además del costo medioambiental y social, todo esto como elementos que deben ser considerados al momento de fijar los precios.

Nace así un nicho de mercado que ha permitido a estos pequeños productores de café mantenerse en el mercado internacional bajo sus propias reglas y no pasar por la especulación en la Bolsa de Valores. No obstante los avances notables de dicha iniciativa, se han presentado retos importantes conforme ha avanzado su consolidación.

## Organizaciones indígenas frente al libre mercado

La UCIRI se conforma legalmente en 1983. A partir de ahí se sumaron a la iniciativa de CJ una serie de organizaciones de pequeños caficultores localizadas en diferentes estados. Es posible citar por ejemplo a ISMAM (Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla) y la Unión Majomut, ambas de Chiapas; la CEPCO (Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca), MICHIZA (Mixe, Chinanteco, Zapoteco) del estado de Oaxaca, junto con la UCIRI, Tosepan Titataniske en Puebla. Todas ellas, organizaciones campesinas, indígenas de pequeños productores de café, son quienes están presentes en este momento en ese nicho de mercado y se localizan en los llamados cafés especiales que ya no pasan por la cotización en la Bolsa de Valores.

Organizaciones indígenas.  
 Imagen: Oriana Eliçabe



Frans Van der Hoff definió cuatro componentes que conforman el comercio justo:

1. El principio económico básico del Mercado Justo es el cálculo integral de los costos de la producción tomando en serio que es el campesino el que realiza la producción. El campesino tiene que usar su tiempo de trabajo, su energía... Pero también tiene

una familia que mantener... Todos estos costos se tienen que integrar en el precio del producto.

2. El Comercio Justo es una producción sustentable desde un punto de vista social. Este segundo componente se refiere a la integración social del costo real de la producción. El campesino es parte de una comunidad donde tiene obligaciones... Todas estas obligaciones tienen un costo y deben tomarse en cuenta en el precio.
3. El Comercio Justo es una producción sostenible desde un punto de vista ecológico. Este tercer componente se refiere a la incorporación de los gastos medioambientales de la producción.
4. Un cuarto elemento del Mercado Justo es la relación, lo más directa posible, del productor con el consumidor (VAN DER HOFF, 2005).

Efectivamente existe una diferencia importante en precios para los campesinos, ya que "a fines de la década de 1980 cuando los acaparadores locales pagaban \$10.00 por el kilo de café pergamino, la UCIRI, vendiendo a compradores solidarios a través del comercio justo, lo podía pagar a más de \$20.00." (JURADO y BARTRA, 2012).

En otras palabras, el comercio justo sí ha permitido el acceso a un mejor precio de café para los pequeños caficultores, por lo que logró consolidarse como estrategia campesina para ir labrando un camino en el mercado internacional.

El CJ ofrece así un precio mínimo, considerado, justo y fijado a partir del cálculo de los costos de producción. Se ha implementado además un sistema de certificación que permite distinguir a los productos de CJ en todo el mundo, esto a través de la Fair Trade Labeling Organization (FLO), que es la institución implementada para dirigir y organizar la asignación del sello de CJ.

Actualmente FLO, a través de su sistema de certificación, incluye a 1.3 millones de campesinos y trabajadores en setenta países. Así mismo, cuenta con un total de 1149 organizaciones de pequeños productores en todo el mundo, de las cuales el 51% se encuentran localizadas en América Latina, y el resto en África y Asia (Informe anual FLO, 2013). El sistema FLO ofrece, además, un incentivo económico conocido como prima de CJ, que debe ser empleado por las organizaciones de pequeños productores para proyectos de mejora social. Cuenta asimismo con una serie de estándares que permiten clarificar qué es lo que significa implementar un sistema de CJ, los cuales se evalúan anualmente en auditorías.

Si bien es evidente que la estrategia de CJ iniciada principalmente por los pequeños caficultores ha ido consolidándose y avanzando, es importante rescatar que actualmente el panorama ha cambiado una vez más y los retos son un tanto distintos en este contexto de mercado neoliberal.

Es importante destacar que el CJ ha sido primordialmente un espacio de organizaciones indígenas. En el caso de México, el 90% de las organizaciones de pequeños productores de café que comercializan a través del CJ vía FLO son indígenas que han reivindicado en su mayor parte no sólo la parte económica sino el aspecto social de las mismas, además de que, como se ha mencionado anteriormente, representan más de la mitad de los proyectos certificados por FLO.

El CJ, de la mano de sus instituciones, ha sido una vía para entrar en el espacio del mercado internacional. Es gracias a este medio que se logró resolver el problema de

la comercialización del aromático dando nuevamente la certeza que se había perdido al desaparecer las instituciones estatales.

En ese sentido, las organizaciones campesino-indígenas han labrado un camino importante en el mercado internacional para la comercialización del café. Actualmente, el café de estos pequeños productores se vende en diferentes países de Europa, así como en Estados Unidos, Canadá y Japón. En otras palabras, a través del CJ los pequeños caficultores indígenas organizados lograron hacerle algunas grietas al mercado internacional para lograr posicionarse en un espacio que anteriormente pertenecía únicamente a las grandes transnacionales.

Lo anterior es digno de reconocimiento. No obstante, también hay que destacar que el volumen colocado en el mercado justo no asciende a más del 5% del volumen total del café comercializado a nivel internacional. Sin embargo, este pequeño porcentaje representa, en la mayoría de los casos, la garantía de poder transmitir saberes y prácticas sociales tradicionales, en otras palabras, la reproducción social de la familia campesina.

En ese sentido y más allá del aspecto exclusivamente económico, las organizaciones de pequeños caficultores indígenas han conjugado algunos otros elementos, dos de ellos sumamente importantes: la identidad y el relevo generacional.

En el caso de la identidad se tiene por parte de las organizaciones indígenas una serie de estrategias que les permiten mantenerse vigentes. Por una parte, todas comparten la característica de cultivar el café en un sistema conocido como bajo sombra, que en realidad es una huerta diversificada al estilo de la milpa. Esto permite que el principio de la diversificación como parte del ser campesino se mantenga y se refleje en las huertas.

Organizaciones indígenas.  
 Imagen: Oriana Eliçabe



Es posible observar lo anterior en prácticamente todas las organizaciones de caficultores que participan en el mercado justo. Existen incluso algunas prácticas que pueden considerarse "de renovación", como es el caso del Festival Campesino que la UCIRI lleva a cabo cada tres años y que consiste en un encuentro de sus miembros para

el relevo en su dirigencia, fiesta del café campesino que permite que mixes, mixtecos, zapotecos, chatinos, chontales, no indígenas y quien guste agregarse, se renueve para reconocerse como parte de la organización.

En el caso del relevo generacional las estrategias son un tanto mas amplias. Existen ejemplos como el de la Tosepan Titataniske en Puebla, organización conformada por caficultores nahuas y totonacos en la que la diversificación de actividades ha sido el mecanismo para que los jóvenes campesinos permanezcan en sus lugares de origen pero además participen del quehacer organizativo. Por una parte, han implementado un proyecto de turismo alternativo con la construcción de cabañas bajo ecotecnias, donde los jóvenes hijos de socios están participando activamente bajo la figura de guías de turistas, administración del comedor y el hotel y demás áreas que abarca el proyecto, sin perder de vista que son sus padres los dueños de dicho espacio.

Cabe destacar en este caso particular que la Tosepan es una de las pocas organizaciones que tiene una directiva que podría considerarse joven, de tal suerte que estos grupos organizados están llevando acciones no sólo en el terreno internacional sino también en lo local.

Lo anterior no ha impedido que se presenten también crisis. Toda estrategia o iniciativa tiene también sus propios límites, los cuales se presentan también en los ámbitos local e internacional.

A nivel del sistema de CJ, el hecho de ser una iniciativa consolidada ha llevado a que haya cada vez más actores involucrados, incluyendo recientemente a algunas transnacionales. Existe una discusión importante referente a qué tanto es posible aceptar la intervención de dichas empresas sin favorecer esos intereses.

Para las organizaciones campesinas de América Latina este es un punto que no debe ser transgredido, ya que se corre el riesgo de desvirtuar el propósito del CJ (por ejemplo al favorecer o flexibilizar las normas de CJ en beneficio de los intereses particulares de dichas empresas) y de las instituciones que lo apoyan como FLO. Así que, de manera alternativa, se han agrupado en el bloque llamado Coordinadora Latinoamericana y de Caribe de Pe-



queños Productores de Comercio Justo (CLAC), red que incluye a organizaciones conformadas exclusivamente por pequeños productores y que aglutina principalmente a grupos de caficultores y cultivadores de miel. Se ha pugnado a través de esta figura por mantener condiciones de equidad en el seno de FLO, en un afán de que el CJ continúe siendo una alternativa viable de comercialización para las organizaciones campesino-indígenas.

A nivel local existe asimismo una serie de retos importantes, pues si bien al principio de la iniciativa de CJ hubo oposición en ciertos sectores, actualmente funciona también como un regulador de los precios locales, ya que los intermediarios cercanos han

Recolectando Café. Imagen:  
Dario Ribelo

tenido que emparejar su oferta de precios. Esto ha impactado incluso en aquellos productores que no pertenecen a estas organizaciones, y ha provocado que haya quienes consideran que el CJ ya no es una opción atractiva porque finalmente no hay diferencia en cuanto a los precios.

Actualmente, a más de treinta años de iniciado el camino hacia un comercio más justo, las organizaciones de pequeños productores se encuentran en una coyuntura importante incidiendo tanto en lo global como en lo local e intentando retomar en ese camino el modo de vida campesino y la cosmovisión indígena.

## Reflexiones finales

El comercio internacional es un espacio en el que los caficultores han logrado ingresar gracias a la estrategia organizada. La conformación de grupos en los que se empalma la condición campesina e indígena ha permitido un variopinto interesante de campesinos haciendo presencia en el mercado internacional, pero también luchando desde los espacios locales.

Sin embargo, es importante comentar que además de los retos que ya se han comentado en apartados anteriores existen otros que se desenvuelven en un plano distinto –lo referido a la problemática local mas allá de la comercialización del café–. Un ejemplo muy claro es el caso de los megaproyectos que se pretenden instalar en algunas de las regiones donde están asentadas también estas organizaciones. El suceso más reciente se dio en la sierra norte de Puebla, donde integrantes de la Tosepan Titataniske sostuvieron diferencias importantes como parte de la representación que se opone a la construcción de una hidroeléctrica. Es este un ejemplo de que el contexto para las organizaciones campesino-indígenas es sumamente complejo y en este caso va mas allá de uno de sus principales objetivos, que es la comercialización de sus productos y la retención del excedente.

Es necesario trabajar a la par, ya que los problemas son múltiples. En el caso del CJ el panorama es también convulso, y muy probablemente de renovación. Asimismo, a nivel local, es urgente atender el relevo generacional en el campo y uno de los principales retos es lograr que el campo sea una opción atractiva para estos jóvenes y que el ser campesino no signifique muerte ni desesperanza.

No hay que olvidar que estas organizaciones han sido capaces de abrirse paso en el mercado internacional, donde se encuentran haciendo presencia a través de sus productos miles de familias campesinas e indígenas que nos siguen diciendo a gritos que la historia de nuestro país no puede ser escrita sin ellos y que nos demuestran que el modo de vida campesino deviene también en estrategia política y económica y sobre todo en el afán de llevar una vida digna donde podamos jalar parejo aun con nuestras particulares diferencias. ❖

## Bibliografía

- [1] BARTRA, Armando. *Los nuevos herederos de Zapata. Campesinos en movimiento 1920 – 2012*. D.F.: Circo Maya, CNPA, PRD, Secretaría de Trabajadores del Campo Desarrollo Rural y Pueblos Indios, 2012.
- [2] Fair Trade Organization International. Informe anual 2012 – 2013. FLO. [en línea]: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012-13\\_AnnualReport\\_FairtradeIntl\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-13_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf).
- [3] JURADO, Silvia. Bartra Armando. "Cómo sobrevivir al mercado sin dejar de ser campesino". *Veredas. Revista del pensamiento sociológico*. 2012, año 13, número especial, segundo semestre. D.F.: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 182 – 191.
- [4] VANDERHOFF, Francisco. *Excluidos hoy, protagonistas mañana*. México: Mario Bladimir Monroy, 2005.