



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

GEOGRAFÍA – SUA

SUA(y)ED
Filosofía / Letras

LA LUCHA DE LA COOPERATIVA CAFETALERA MAYA VINIC Y
SU INSERCIÓN EN LOS MERCADOS DE COMERCIO JUSTO
COMO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN GEOGRAFÍA

PRESENTA:

BLANCA ESTELA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

DIRECTOR DR. IVÁN JÍMENEZ MAYA



CIUDAD UNIVERSITARIA, CIUDAD DE MÉXICO

MARZO 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria

Este trabajo de investigación lo dedico especialmente a toda mi familia Pérez Hernández, por su cariño, comprensión y apoyo incondicional.

Con profunda admiración, para los socios y socias de Maya Vinic, a los miembros de la Sociedad Civil Las Abejas, por su valor y fortaleza para seguir luchando por un mundo más justo y por sus enseñanzas sobre el trabajo comprometido y solidario.

Agradecimientos

A los miembros de la Mesa Directiva y Comité Administrativo de Maya Vinic (2015-2017), por abrirme las puertas de su vida en comunidad y su trabajo en colectivo, particularmente a: Luis Álvarez, Antonio Pérez, Antonio Ruíz, Mariano Pérez, Cristóbal Ruíz, Juan Giménez y Diego Pérez.

A los socios y socias de Maya Vinic por compartir sus alimentos y charlas de vida, así como brindarme un techo donde dormir conviviendo en su espacio familiar, que con su valiosa participación dieron sentido a esta investigación.

A mi asesor de Tesis el Dr. Iván Jiménez Maya, que me impulsó y me acompañó en el camino de la Investigación con sus valiosos aportes, comentarios, críticas y porras.

A mis amigos y amigas, por alentarme a terminar el proyecto y darle a este un significado de una experiencia de vida, en especial a mis compañeros de carrera: Héctor Ramírez, Isabel Trejo y Lilia López.

A mi alma mater que la llevo en mi corazón. Goya, Goyaaaa. Universidad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPITULO 1. EL ESPACIO Y EL TERRITORIO INDIGENA DE LA COOPERATIVA MAYA VINIC EN EL CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO JUSTO.....11	
1.1 El espacio indígena como una producción social.....	14
1.1.2 La construcción de territorio autónomo.....	18
1.1.3 El neoliberalismo en el ámbito rural mexicano.....	21
1.1.4 La Globalización.....	24
1.2 Sistema de Comercio Justo internacional.....	28
1.2.1 Antecedentes del movimiento de Comercio Justo.....	30
1.2.2 Los principios del Comercio Justo.....	33
1.2.3 Comercio Justo en México.....	38
1.2.4 Los nuevos sujetos que hacen posible la existencia del Comercio Justo.....	40
1.2.5 La etiqueta y los sellos de garantía de Comercio Justo.....	42
1.3 El Café dentro del Comercio Internacional.....	44
1.3.1 Producción nacional de café.....	48
1.3.2 La cadena productiva del café.....	52
CAPÍTULO 2. LA REGION DE ESTUDIO: EL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA ORGANIZACIÓN MAYA VINIC.....55	
2.1 Los altos de Chiapas ubicación geográfica.....	55
2.1.2 Condiciones estructurales del municipio de Chenalhó.....	59
a) Estructura poblacional.....	60
b) Infraestructura.....	62
c) Principales actividades agrícolas.....	63
d) Actividades económicas alternas de los miembros de Maya Vinic.....	64
e) Tenencia de la Tierra.....	65
f) El papel del Estado mexicano en los municipios de Chenalhó, Chalchihuitan y Pantelhó.....	65
g) Breve historia del municipio.....	67

CAPÍTULO 3. LA LUCHA DE MAYA-VINIC, COOPERATIVA CAFETALERA DENTRO DE COMERCIO JUSTO	71
3.1 Región, historia y contexto.....	71
3.2 Conformación de la Unión de Productores Maya Vinic, Sociedad Cooperativa. Los orígenes de Maya Vinic y Las Abejas.....	72
3.3 El área de influencia de Maya Vinic. Estructura organizacional de la Unión de Productores Maya-Vinic, Sociedad Cooperativa.....	73
3.3.1 La organización y la participación interna de la Cooperativa Maya Vinic.....	77
3.4 Café orgánico y Comercio Justo, la Cooperativa Maya Vinic.....	81
3.4.1 Agricultura orgánica.....	82
3.4.2 Producción de Café orgánico en la Cooperativa Maya Vinic.....	85
3.4.3 El caminar de la Sociedad Cooperativa Maya Vinic.....	97
3.5 La experiencia del caminar de Maya Vinic.....	95
3.5.1 Nuestra Miel-Maya Vinic.....	98
3.6 Análisis del Comercio Justo del café orgánico en la Cooperativa Maya Vinic.....	100
3.6.1 Precio de Comercio Justo.....	108
3.6.2 Empleos generados por Maya Vinic.....	111
3.6.3 Papel de las mujeres y jóvenes. Sosteniendo la milpa y el cafetal.....	111
3.7 Situación actual de Maya Vinic.....	112
3.7.1 Lo que Maya Vinic ha logrado a través de Comercio Justo.....	115
CONCLUSIONES.....	117
BIBLIOGRAFÍA.....	122

*“La utopía está en el horizonte: cuando yo camino dos pasos
ella se aleja dos pasos. Yo camino diez pasos y ella está diez pasos
más lejos: ¿para qué sirve la utopía?
Sirve para eso: para caminar”*

Eduardo Galeano (2004)

Introducción

Es cierto que vivimos en un mundo cada vez más globalizado, los continuos gobiernos que desde la década de los ochenta han privilegiado la inserción de México en la apertura comercial mundial, y dentro de esta dinámica ha quedado uno de los productos que tradicionalmente México ha producido y ha exportado en el mercado internacional: el café. En la actualidad enfrenta una importante caída de sus precios a partir de dicha apertura comercial, es así que esta crisis tiene un impacto muy importante en el empleo y en los ingresos de un gran número de familias de los sectores indígenas más pobres del país que se dedican a su producción. Ellos han cultivado y recolectado café desde hace 200 años, y no han conocido los beneficios del auge cafetalero, sin embargo, si han sufrido los efectos de la globalización.

Debido a la liberación económica y comercial que se vivió en el país, esta ha generado diversos resultados en la economía nacional siendo el campo mexicano uno de los más afectados y, de manera particular, la producción-venta de café. Y ha sido en esos espacios rurales que se ha generado un proceso de marginación hacia una gran cantidad de pequeños productores que han quedado fuera del mercado y, por consiguiente, se han incrementado los flujos migratorios tanto a ciudades mexicanas como hacia Estados Unidos, además del riesgo que ha significado la posibilidad de su incorporación en la producción de cultivos ilícitos.

El café es uno de los principales productos agrícolas que se consumen en el mundo. A nivel mundial México ocupa el sexto lugar como productor de café, (AMECAFE, 2012), el cual se cultiva en 12 estados de la República Mexicana en una superficie de 688,718 hectáreas (SIAP, 2010), gracias a la geografía nacional que permite cultivar y producir variedades clasificadas entre las mejores del mundo. En México el estado de Chiapas es el principal productor de este aromático. En este sentido el país, por años, ha ocupado el primer lugar como productor mundial de café orgánico.

Con el proceso de la globalización el sector agroalimentario ha sufrido grandes cambios, uno de los cuales, es sin duda, el dominio que ejercen las empresas multinacionales sobre la producción y la comercialización. Las multinacionales tienen la capacidad de invertir grandes cantidades de capital en publicidad e investigación, especialmente para aquellos productos que les permite tener liderazgo en el mercado. Sus altos niveles de inversión en este rubro para desarrollar un producto hacen que se genere un proceso casi de monopolio, como es el caso del grupo Nestlé. También incursionan en la especulación financiera que influye sobre la fluctuación de los precios constantes en productos de exportación como es el caso del café orgánico.

David Harvey (2008) y Joachim Hirsch (2001) estudiosos del tema refieren que a partir de la década de los ochenta se impuso una nueva fase de acumulación de capital la “posfordista” que involucró, principalmente, las dinámicas laborales, aceleró los patrones de consumo, dinamizó los cambios tecnológicos y los servicios financieros, que cobraron relevancia con la finalidad que las empresas trasnacionales obtengan mayores ganancias en distintos territorios.

La coyuntura que, en la actualidad, vive la industria cafetalera es sin duda la más crítica desde los inicios de la actividad. Desde 1997 se ha desatado un derrumbe de los precios internacionales y una caída sin precedentes de los ingresos de las familias campesinas que viven del cultivo del grano.

Si bien las empresas globales dominan gran parte del sector agroalimentario, a pesar de esto en países como México aún existen campesinos minifundistas que se dedican a la producción de café, quienes a través de su trabajo organizado han logrado incursionar en el mercado global del aromático.

Su inserción sugiere enormes retos para los campesinos, ya que los cambios ocurridos generaron transformaciones en la forma de producir, de comercializar y de consumir, lo que propició la exigencia de la producción de café de especialidad, por ejemplo, el café orgánico y de Comercio Justo (Akaki, 2009). Por lo tanto, los pequeños campesinos organizados encontraron en esos mercados de especialidad la posibilidad de continuar con su estrategia económica-productiva de manera directa.

En el estado de Chiapas, a finales de la década de 1980, los productores de café optaron por organizarse para hacer frente a la crisis mundial cafetalera, esta situación se combinó con una serie de problemáticas del pasado que han vivido los campesinos indígenas como

las marginaciones, el aprovechamiento por parte de acaparadores, el analfabetismo y el hecho de que, después del estallido de la lucha zapatista, las políticas de asistencia social estaban centradas en comunidades no simpatizantes del zapatismo, con lo cual el resto de los productores han quedado abandonados a su suerte.

Una de las estrategias, para hacer frente a la realidad que se enfrentaban los pequeños productores, fue la conformación de una red de agricultores apoyados por asociaciones civiles, que buscaron la certificación de su producción de café orgánico para poder exportarlo a distintos mercados y que por sus características permitieron la entrada y aceptación a países como Estados Unidos, Alemania, Japón, España, Holanda, Francia, etcétera, donde existen consumidores preocupados por adquirir productos (orgánicos) amigables con el medio ambiente que, justamente, son algunos de los elementos que se establecen para poder realizar el Comercio Justo.

El sistema del Comercio Justo, implica mejores condiciones de vida para los productores, estructuras más democráticas de organización, así como una distribución transparente y equitativa de las ganancias. El Comercio Justo es una alternativa, porque logra eliminar a los intermediarios, mejora el salario de los productores de café y, con este sistema, el productor recibe más de un tercio del precio final de venta. El Comercio Justo garantiza un salario mínimo al productor y un pre-financiamiento parcial de su producción más un premio social que se destina a proyectos sociales en la comunidad. Así, este tipo de Comercio permite mejorar la calidad de vida de los productores y de sus familias.

Teniendo en cuenta que en los últimos años el Comercio Justo ha establecido una opción para la comercialización de productos y artesanías provenientes de organizaciones de pequeños productores, familias, talleres y cooperativas situados en América Latina, África y Asia. Esta alternativa ha constituido una respuesta a la problemática que presentan muchos pequeños productores, de estos países, para poder colocar sus productos en el mercado mundial.

Por lo tanto, la presente investigación está centrada en la experiencia relatada y observada en la Cooperativa cafetalera Maya Vinic, donde se incorporan datos proporcionados por personal clave conocedor de la cooperativa que (surge como organización al interior de la Sociedad Civil Las Abejas cuyos miembros fueron víctimas de la masacre de Acteal) nace en 1999, en la comunidad de Acteal que pertenece al municipio de Chenalhó en Los Altos de Chiapas, con el objetivo de detener los abusos en los bajos precios en la compra del

café por parte de los intermediarios. Hoy en día, la cooperativa exporta el setenta y cinco por ciento de su producción de café orgánico a Estados Unidos, Japón, Bélgica, Suiza y Canadá, bajo el sistema de Comercio Justo. Y sólo el veinticinco por ciento de su producción es para su venta y consumo nacional. Así mismo distribuye café orgánico tostado y molido en algunas cafeterías en San Cristóbal de Las Casas y la Ciudad de México (Unión de Productores Maya Vinic, 2016).

Finalmente, esta investigación pretende analizar la actividad productiva de la organización Maya Vinic en torno al cultivo, cosecha y comercialización del café donde se identifican los factores de adversidad, de retos, de oportunidades, de éxito y de beneficios para los productores que operan bajo el sistema de Comercio Justo, elemento central para observar el potencial económico del cultivo de café, que impacta regionalmente, en el desarrollo de las comunidades que integran la organización.

En el primer capítulo se abordarán los fundamentos teóricos y conceptuales desde la geografía social que problematiza entorno al espacio para apoyar y entender la presente investigación, a partir de la pregunta ¿qué es el movimiento de Comercio Justo?, y si esta alternativa de Comercio responde a la necesidad de los pequeños productores de café de la región de Los Altos de Chiapas. También se expone el proceso del Comercio Justo, los principios que lo caracteriza y diferencian del comercio convencional, así mismo se señalara cuáles son los actores involucrados y cuál es papel de cada uno de ellos dentro del sistema.

En el segundo capítulo se describe el espacio regional: se hace una breve mención de los factores geográficos, sociales, demográficos económicos y políticos de Los Altos de Chiapas, con el fin de conocer el panorama general de la región. Así como detectar las dificultades enfrentadas en la conformación de la Cooperativa Maya Vinic que opera bajo el sistema de Comercio Justo.

En el tercer capítulo se analiza la experiencia de lucha de la organización, relatada con datos proporcionados por el personal de Maya Vinic, a partir de las dificultades, su origen, su desarrollo, su apropiación del territorio, sus retos y oportunidades por operar bajo el sistema de Comercio Justo, partiendo del esfuerzo comunitario de los procesos productivos que llevan a la producción de café orgánico, el cual tiene un valor agregado sobre el café convencional, distribuido en nichos de Comercio Justo en los mercados de Estados Unidos, Canadá, Europa y Japón. Así mismo distribuye café tostado y molido en las principales

ciudades de Chiapas, así como en la ciudad de México. En este capítulo se reafirma la información obtenida por la organización y se confirma la lucha por permanecer dentro del Comercio Justo.

Metodología

La metodología empleada para la investigación es de carácter cualitativo, reforzada con fuentes de información de primera mano para alcanzar los objetivos de esta investigación. Para ello se recurrió a revisiones bibliográficas y hemerográficas cubriendo contenidos de libros, revistas, periódicos, folletos, videos y archivos propios de la Cooperativa Maya Vinic. Se realizaron un total de 56 entrevistas de las cuales 42 se realizaron con hombres y 14 con mujeres en comunidades de tres municipios, a saber: Chenalhó, Chalchihuitán y Pantelhó.

Otras herramientas de obtención de información que se utilizaron son las siguientes:

- Relatos de vida que proporcionaron información sobre el surgimiento de la organización civil “Las Abejas” y la experiencia dentro de la organización Maya Vinic. La mayor parte de dichas experiencias fueron relatadas en las oficinas administrativas de la organización que están ubicadas tanto en San Cristóbal de Las Casas como en Acteal, ya que los socios y encargados de la administración autorizaron y organizaron las diferentes visitas a las comunidades y los hogares de las familias con influencia de la Organización, teniendo en cuenta que las personas interesadas en visitar la Cooperativa Maya Vinic deben solicitar un permiso previamente, el cual se consulta con la asamblea general; lo que confirma su organización interna. Así mismo se visitaron el centro de acopio de café y de miel, la oficina administrativa, la cafetería en San Cristóbal de Las Casas, el vivero ecológico, el centro ceremonial de Acteal.
- Visitas guiadas por Mayra Arias esposa de Rubicel Pérez socio e hijo del director de la mesa directiva Mariano Pérez. Las comunidades autorizadas por el profesor Antonio Pérez Pachitan, director de proyectos, junto con el personal de la mesa directiva fueron: Municipio de Chenalhó; comunidad de Acteal, Cabecera Chenalhó, y las comunidades de Polho, Tzajalchen, Yabteclum. Municipio de Chalchihuitan y las comunidades de Canteal, Jolitontik, Pakanab. Municipio de Pantelhó y las comunidades de La Alianza, San J. Buenavista. Salto de Agua, Chivaltik. Oxchuc,

Yochib. También se observó la ceremonia religiosa de la cosecha de café, al igual que otras reuniones de la organización en el centro que tienen para estos fines.

- Préstamo y acceso a información otorgados por personal administrativo de la Cooperativa Maya Vinic dirigido por Antonio Ruíz, socio fundador y gerente comercial de Maya Vinic: archivo, folletos, artículos periodísticos, fotografías, videos y premios, y material propiedad de la organización Maya Vinic.

El trabajo de campo se llevó a cabo durante los meses de diciembre de 2016 a febrero de 2017, para complementar la parte estructural del análisis, ya que no solo se ve el entorno inmediato, sino que se hace la relación con la realidad.

CAPÍTULO 1. EL ESPACIO Y EL TERRITORIO INDÍGENA DE LA COOPERATIVA MAYA VINIC EN EL CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO JUSTO

Este capítulo tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos que permitan entender y abordar el problema analizado. En primer lugar, se hace necesario revisar algunos conceptos expuestos por autores involucrados en materia geográfica, económica y social; y al mismo tiempo, se desarrollan los conceptos de: espacio, territorio, neoliberalismo, globalización y Comercio Justo que nos ayudarán entender el desarrollo de dicho escenario.

Teniendo en cuenta que a partir de la década de 1980 ha venido cobrando fuerza un comercio internacional alternativo de alimentos que desafía a las grandes empresas transnacionales, para las que lo fundamental no es la justicia ni el cuidado del medio ambiente, sino desarrollar prácticas comerciales que les permitan controlar el mercado global y así incrementar sus utilidades.

Por otra parte, este otro comercio el Comercio Justo (también denominado comercio equitativo o comercio alternativo) pone a disposición del consumidor productos que han sido elaborados en condiciones laborales dignas, respetando los derechos de los productores y el medio ambiente. En México, este sistema ha permitido a pequeños productores agrícolas y artesanos mejorar su calidad de vida y llegar a mercados internacionales donde los consumidores valoran la calidad y las garantías sociales y ambientales que respaldan su producción.

En países en vías de desarrollo existen, principalmente, dos tipos de productores agrícolas en el mercado: aquellos que tienen recursos financieros suficientes para solventar los costos asociados a la comercialización de su producción y quienes dependen de intermediarios comerciales para colocar sus productos en el mercado. Los primeros han sido beneficiados por el libre comercio internacional, ya que pueden acceder a nuevos a nuevos mercados con mejores precios, mientras que los segundos han resultado afectados por la competencia internacional, pues los intermediarios (coyotes) les ofrecen el menor precio posible para brindar precios competitivos y obtener así mayores ganancias en los países donde se consumen los productos provenientes de los países en vías de desarrollo.

En el caso de México, esta situación afecta en especial a los pequeños productores y trabajadores del campo que han sido excluidos del desarrollo nacional, cuya situación está relacionada con la pobreza y la migración en el campo. En la actualidad estamos siendo testigos de cómo opera el capitalismo, bajo este sistema se develan despojos de tierras, violación de derechos humanos, uniformidad cultural, migración forzada, desigualdad y esquemas comerciales injustos para millones de personas a nivel mundial.

Durante las tres últimas décadas, en México y en América Latina, se ha acelerado el desplazamiento de poblaciones indígenas y la formación de un proletariado sin tierra; muchos bienes que antes eran de propiedad comunal, como el agua están siendo privatizados (bajo la presión del Banco Mundial) y sometidos a la lógica de la acumulación capitalista; desaparecen formas de producción y consumo; se privatizan industrias nacionalizadas; las granjas familiares se ven desplazadas por grandes empresas agrícolas de la acumulación capitalista. De acuerdo con David Harvey (2004), la acumulación por desposesión y las dinámicas de expansión geográfica del capital son dos elementos que permiten explicar el crecimiento capitalista en el siglo XXI. Es así que:

“Los capitalistas comienzan el día con cierta cantidad de dinero. Van al mercado, compran medios de producción, materias primas, máquinas y fuerza de trabajo. Combinan trabajo, medios de producción y tecnología que crean un producto que luego se lleva al mercado, se vende al precio original más el valor excedente o ganancia. Ese proceso tiene muchas barreras potenciales. Y las crisis están ligadas a una de estas barreras. Por ejemplo, cuando los capitalistas van al mercado y quieren comprar medios de producción se encuentran con que no hay energía o existen problemas con el suministro de materias primas, etc. Entonces surge una crisis. ¿Y qué pasa cuando no hallan suficiente mano de obra o el trabajo está bien organizada y no quiere trabajar salvo ciertas condiciones? Ocurre otra crisis. Yo creo que la crisis de fines de 1960 e inicios de 1970 es de trabajo. La mano de obra organizada era demasiado poderosa, y los capitalistas decidieron no invertir, castigando el trabajo como Pinochet en Chile, Reagan, Thatcher. Asimismo, existe una crisis cuando las materias primas quieren venderse, pero no encuentran un mercado. Esto es parte de la larga historia de las crisis del capitalismo. Y cada crisis que acontece tiene una combinación especial de los elementos señalados. En el caso del punto de crisis en el trabajo ocurre un problema de demanda. ¿Cómo la gente tendrá suficiente dinero para comprar el producto si los salarios están deprimidos?” (Harvey, 2004: 111-140).

En relación con lo antes expuesto, los propios zapatistas nos presentan la reflexión que han titulado: *Acerca de cómo vemos al mundo los zapatistas*:

El capitalismo es un sistema social, ¿o sea una forma de cómo en? una sociedad está organizada las cosas y las personas y quien tiene y quien no tiene, y quien manda, y quien obedece. Al capitalismo lo que más le interesa son las mercancías porque cuando se compra y se venden dan ganancias. Y entonces el capitalismo todo lo convierte en mercancías a las personas, a la naturaleza, a la cultura, a la historia, a la conciencia.

Según el capitalismo, todo se tiene que poder comprar y vender. Y todo lo esconde detrás de las mercancías para que no veamos la explotación que hace y entonces las mercancías se compran y se venden en un mercado. Y resulta que el mercado, además de servir para comprar y vender, también sirve para esconder la explotación de los trabajadores.

Por ejemplo, en el mercado vemos el café ya empacada en su bolsita o frasco muy bonito, pero no vemos al campesino que sufrió para cosechar el café y no vemos al coyote que le pago muy barato su trabajo, y no vemos a los trabajadores en la gran empresa dale y dale para empaquetar el café.

Ósea que en mercado vemos mercancías, pero no vemos la explotación con las que se hicieron. Y entonces el capitalismo necesita muchos mercados [...] o un mercado muy grande, un mercado mundial (Sexta declaración de la Selva Lacandona, 2005).

Con respecto al origen de la rebelión zapatista este se encuentra en el mismo desarrollo del estado de Chiapas, cuya sociedad se caracteriza por registrar altos niveles de pobreza, marginación y desigualdad mayoritaria. Al mismo tiempo, el sistema político chiapaneco ha sido un sistema oligárquico, clientelar y represivo. Todo ello sumado a las políticas neoliberales del gobierno mexicano, que ocasionaron un deterioro en las condiciones de vida de la población, desempleo masivo y la reducción del gasto social por parte del Estado a nivel federal así como estatal. Lo que implicó cambios en el modelo productivo agrario tradicional, a partir del despojo de tierra y la explotación del trabajo indígena. Es decir, menos tierras para más pobres. Sumado a la ausencia de cauces institucionales que canalizaran sus demandas, ello propició la organización de una parte de la comunidad indígena bajo el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Otro detonante fue la unión de las iniciativas privatizadoras de las tierras comunales con la apertura al libre comercio.

Los actores del neozapatismo, en su mayoría son campesinos que han sufrido en carne propia la imposición y las transformaciones del modelo económico capitalista. Este nuevo modelo, consiste en que se sustenta en una forma de dominio excluyente sobre las clases explotadas, lo cual genera una enorme marginación social, así como una enorme concentración sin precedentes en pocas manos. Nos habla también de las experiencias organizativas y de formación de cuadros políticos, implementados desde mucho antes de 1994 para cubrir los vacíos que dejaba el Estado mexicano en el ámbito de los derechos sociales, como en el de la salud y la educación; pero que en el zapatismo trascienden mediante el impulso de procesos autogestivos que son a la vez articuladores del proyecto de autonomía indígena zapatista.

En el caso de los campesinos, se da la imposición de precios no rentables y la sustitución de producción nacional por importada, con lo cual resultan excluidos de la producción. Al mismo tiempo algunos pequeños cafecultores zapatistas han podido sobrevivir a un contexto de total desigualdad debido a la alternativa de venta justa de su producción de café a Maya Vinic.

En el contexto de un mundo globalizado y motivados por la competencia internacional, los pequeños productores de países marginados como México, se encuentran con múltiples obstáculos en la comercialización de sus productos. Así muchas cooperativas de cafecultores en Chiapas, como en otras entidades productoras de café, han sido creadas como una de las estrategias del campesinado para enfrentar el deterioro ocasionado bajo la actual fase de acumulación del capital, aprovechando también la creación de nuevos nichos de producción y de consumo que la globalización ha propiciado.

Considerando que el sistema de cooperativas, las cuales se caracterizan por ser asociaciones de personas que unen sus esfuerzos de manera voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales, a través de una organización de propiedad colectiva gestionada democráticamente. No solo es conveniente para el fortalecimiento económico de las comunidades sino también es una forma de contacto con el resto de la población del país y fuera de él, para dar a conocer su lucha y el respeto de sus prácticas de organización social y de apropiación territorial.

Así, en las últimas décadas, el movimiento del Comercio Justo ha surgido como una iniciativa innovadora para afrontar el subdesarrollo de los pequeños productores de los países del Sur (América Latina, África y Asia) y como un reto que desafía los términos desiguales del intercambio entre el Norte (Europa y Norteamérica) y el Sur.

Por ende, con esta investigación se pretende mostrar la experiencia de la Cooperativa Maya Vinic que, con el trabajo y el esfuerzo colectivo, construyen sus propias oportunidades para resolver los retos que hoy enfrentan, así como para adaptarse a un mundo cada vez más cambiante, bajo el sistema de Comercio Justo y cuidar lo más importante, sus familias.

1.1 El espacio indígena como una producción social

Las distintas significaciones de los conceptos espacio, región y territorio, constituyen una consecuencia directa de las transformaciones que ha sufrido el pensamiento geográfico desde fines del siglo XIX hasta la actualidad. Es decir, el espacio es un concepto utilizado

por la ciencia geográfica, que se puede definir como una construcción social, es decir, es con “El constructivismo geográfico es uno de esos caminos que busca la comprensión del espacio a partir de la articulación profunda entre lo material y lo no material desde la perspectiva de la experiencia espacial del sujeto” (Lindón, 2008:8).

El punto de partida para una reflexión sobre el territorio es el espacio que de acuerdo con Henri Lefebvre (1991: 202) “es la materialización de la existencia humana”.

De acuerdo con Lefebvre (1974:40) el espacio social, donde el autor afirma que el espacio ya no puede ser pensado como algo pasivo y vacío, es necesario situarlo como producto de las relaciones sociales, donde se concretiza, se materializa a partir de simbolizarlo y significarlo y donde también en el mismo espacio interviene en la producción. No es ni un sujeto ni un objeto, el espacio es una realidad social, un conjunto de relaciones y formas.

Hoy en día, el consenso en considerar el espacio como un producto social como un espacio social, es muy amplio. Esto es producto de la acción humana, no es un objeto dado ni precedente a la misma. Se produce socialmente y como tal, también históricamente,

De acuerdo con, Ortega Valcárcel (2000: 33-34):

“El espacio como producto social es un objeto complejo y polifacético: es lo que materialmente la sociedad crea y recrea, con una entidad física definida; es una representación social y es un proyecto, en el que operan individuos, grupos sociales, instituciones, relaciones sociales, con sus propias representaciones y proyectos. El espacio se nos ofrece, además, a través de un discurso socialmente construido, que mediatiza al tiempo que vincula nuestra representación y nuestras prácticas sociales. Es un producto social porque sólo existe a través de la existencia y reproducción de la sociedad. Este espacio tiene una doble dimensión: es a la vez material y representación mental, objeto físico y objeto mental. Es lo que se denomina espacio geográfico”.

Sin embargo, los espacios de representación de la sociedad están mediados por la cultura, en ese sentido, no son espacios afines ni homogéneos, se constituyen a partir de la experiencia de la sociedad. Y es así que el espacio aparece como una dimensión social, como una construcción social. Así, por ejemplo: Para las comunidades indígenas, de Los Altos de Chiapas, el espacio es un asunto de sobrevivencia y de mantener un orden establecido con la naturaleza, no en balde se conceptualiza como la Madre Tierra a quien hay que cuidar, venerar, respetar, pedir permiso, para realizar cualquier actividad. Se establece una percepción y representación de un espacio amplio, complejo; se tiene también un conocimiento de los distintos tipos de suelos, de la diversidad de plantas, de los animales, de los fenómenos meteorológicos, de las corrientes de los ríos, de las pendientes

de los cafetales, es decir, de todos aquellos elementos que son útiles para la subsistencia, la reproducción social y la ritualidad. Conocimiento detallado donde una serie de condiciones estructurales desatan conflictos de todo tipo.

La concepción del espacio se debe tomar en cuenta en cada sociedad y en cada comunidad, pues esta concepción está muy ligada a rasgos culturales, así en el marco de las comunidades de Los Altos de Chiapas donde el espacio lo reproducen a partir de formas organizativas de campesinos indígenas encabezando movimientos sociales que traspasan fronteras y que luchan por reivindicar su dignidad demandando mejores condiciones de vida en un contexto social, económico, cultural y político.

Por lo tanto, el desarrollo de la actividad humana transforma y produce socialmente el espacio, lo destruye y lo reorganiza constantemente. En la geografía de la acumulación capitalista se crean territorios a su imagen y semejanza en procesos que tiene como dinámica la destrucción creativa del territorio (Harvey, 2012), y la reconfiguración espacio-temporal de la vida social en su conjunto. Es así que la producción del espacio y las contradicciones del espacio toman relevancia en la configuración contemporánea de la modernidad capitalista, por ejemplo en la lucha por la defensa y autonomía de los territorios que siguen una lógica espacial distinta a la capitalista y resulta ser una de las expresiones de este proceso contrasistémico.

La región de Los Altos de Chiapas, es un espacio organizado por una cambiante sociedad, es el espacio en donde se desenvuelve un grupo conformado en su mayoría por indígenas y campesinos en su interrelación con el medio, por consiguiente, es una construcción social y se manifiesta por la defensa de la tierra y la defensa de los derechos humanos, la creación de la cooperativa y la autonomía de su territorio.

El espacio geográfico de la región socioeconómica V Altos Tzotzil- Tzeltal, según el INEGI (2010), cuenta con una superficie de 3,723.58 km², integrada por 17 municipios localizados en la parte central del estado mexicano de Chiapas con una gran diversidad cultural, religiosa, política y étnica; y debido a las condiciones fisiográficas adecuadas se cultiva el café orgánico de excelente calidad.

Las relaciones sociales y comerciales se han transformado, dando paso a nuevas formas de organización en donde los medios de producción de cierta forma ahora les pertenecen. Es así, que a partir de la organización de los pequeños productores cafetaleros se apropian de su espacio e inician así la resistencia, que impulsa la transformación de sus condiciones

de vida no sólo como pueblos indígenas o como comunidades sino desde lo cotidiano, es decir, desde sus familias, sus casas y sus parcelas.

De esta manera los elementos dentro de la configuración espacial de la región de Los Altos de Chiapas los conforman: plantaciones de café, casas, canales, ríos, caminos, carreteras, iglesias escuelas, tiendas, edificios (presidencia municipal), bodega comercial (acopio de café), etcétera. Que, de acuerdo a cada momento histórico, ha variado la práctica de esos objetos sobre el territorio.

Existen muchos significados de espacio. Se puede decir que todo lo que nos rodea, lo que contiene todos los objetos que existen, el lugar que ocupa cada objeto, el sitio o lugar. Dicho por Bernardo Fernandes (2005: 14-34) cuando plantea que el espacio es “creado originalmente por la naturaleza y luego transformado continuamente por las relaciones sociales”. Lo que nos lleva a concluir que el espacio no es solo físico, material y objetivo, ya que la intervención de los seres humanos lo convierte en una producción social, cultural, política y económica, y que se define según los intereses de quien lo producen.

A lo largo de la historia en Los Altos de Chiapas se ha desencadenado procesos de luchas sociales en torno a la tenencia de la tierra, además de pugnas políticas y religiosas entre las comunidades indígenas, lo que nos habla de un conflicto social, político y siempre latente que configura la apropiación del espacio regional. Sin embargo, para las comunidades indígenas, el espacio es un asunto de sobrevivencia y de mantener un orden establecido con la naturaleza, no en balde se conceptualiza como la “Madre Tierra”, a quien hay que cuidar, venerar, respetar, pedir permiso para poder realizar cualquier actividad, y que también constituye un término con el cual se concibe y se establece una relación con el territorio.

Debido a la violencia que se generó en 1997 en la zona de estudio, más de 2000 “Abejas”, incluyendo niños y mujeres, tuvieron que huir de sus casas y establecerse en campamentos de refugio como desplazados. En diciembre de ese mismo año, fueron víctimas del brutal ataque paramilitar, dejando 45 muertos entre niños, mujeres, hombres y algunos ancianos que oraban dentro de la ermita de Acteal: “La matanza de 45 indígenas en Acteal, Chiapas, ocurrida el 22 de diciembre de 1997, fue consecuencia de la política oficial seguida para castigar y desarticular a los indígenas de San Pedro Chenalhó que adoptaron el camino de la resistencia y la construcción de un gobierno autónomo” (Ramírez, 2007: 1).

El caminar contra las injusticias viene desde hace mucho tiempo y se ha dado de manera organizada como Sociedad Civil desde 1992, como respuesta a la situación de injusticia y de violación a los derechos humanos, sustentada en la cultura indígena Tzotzil y desde el trabajo de la Pastoral Indígena de la Diócesis de San Cristóbal de las Casas.

Fue así que la Unión de productores Maya Vinic nace dentro de la sociedad civil “Las Abejas”. El día 30 de julio de 1999 los representantes de “Las Abejas” se reunieron para analizar su caminar y el futuro de sus comunidades. En el panorama se vio el abuso en los bajos precios de compra del café de parte de los coyotes o intermediarios. Ante la grave situación económica por la que atravesaban y por ser cafecultores en su mayoría, ese mismo día se acordó formar una Sociedad Cooperativa de Producción de Café, organización de cafecultores dispuestos a trabajar solidariamente, quedando el nombre de “Maya Vinic” (Sociedad Cooperativa Maya Vinic, 2017).

Actualmente, la organización Unión de Productores Maya Vinic Sociedad Cooperativa, es un claro ejemplo de ser un espacio colectivo de aprendizaje y afirmación de identidad la cual permite entender mejor la acción y la interacción social, y que facilita una mayor conexión en los grupos y una mayor participación, al sentir como suya la organización y los procesos internos ahí vividos. Al mismo tiempo representa un espacio de encuentro para mujeres, hombres, jóvenes y niños, ya que provienen de diferentes comunidades, además obtiene conocimientos sobre proyectos agroecológicos, formación en derechos humanos, en salud y en administración.

De esta manera, la Cooperativa es un espacio construido, con tareas específicas y leyes de funcionamiento autónomas. Una forma específica de organizarse dentro del contexto rural e indígena como forma de adecuación a las condiciones políticas, sociales y económicas de las últimas décadas, han sido las organizaciones de productores ya que se han visto inmersas en un contexto complejo, inequitativo e incierto que se vive en el mundo actualmente.

1.1.2. La construcción de territorio autónomo.

En los tiempos de la globalización el territorio se ha convertido en espacio privilegiado de análisis, espacio de reflexión, síntesis de los problemas rurales. También se ha convertido en demanda autonómica de los pueblos indígenas y en motivo de lucha de ejidatarios y pequeños productores amenazados con la expropiación y despojo de sus tierras. El territorio es hoy el espacio más visible del mundo rural.

Sin embargo, las transformaciones ocurridas en la fase de la globalización desplazaron la contradicción esencial de la lucha por la tierra a la lucha por el territorio como medio de supervivencia esencial. Uno de los factores que contribuyó ha sido la pérdida de la fuerza de la lucha campesina y la relevancia del movimiento indígena. Aun cuando se han generado importantes movimientos campesinos en los últimos años son de esencia indígena.

Esto hace referencia que los indígenas tienen un vínculo con el territorio como espacio de reproducción de sus costumbres y de tradiciones más intenso que el nexo productivo con la tierra. Por otra parte, a partir del alzamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en 1994 la lucha por el territorio cobra nuevas tendencias políticas para convertirse en lucha por la autonomía.

Por otra parte, el territorio se explica y hace referencia a las relaciones entre los seres humanos y los demás elementos del mismo, desde el marco de la espacialidad por ejemplo como poblamiento (asentamientos y producción) y la movilidad (cotidiana y limitada, inmigración y emigración), que lo convierten, al territorio, en una síntesis humana: valorada, representada, construida, apropiada y transformada. Desde esta perspectiva, el territorio es un lugar estructurado y organizado. Esta estructuración y organización depende del conjunto de factores que, como la configuración del paisaje, afectan la distribución espacial de las actividades humanas e inciden en la apropiación y transformación del espacio.

De acuerdo con Ortega (2000: 539), “El territorio es un ámbito construido por las prácticas políticas, un espacio de intervención, de gestión, de control (o descontrol) y el dinamismo de las prácticas territoriales genera procesos de unión, disolución, fragmentación, reivindicaciones territoriales, conflictos, disputas fronterizas, etc.”.

Complementando esta definición Fernandes (2000: 276), plantea que el territorio “es el espacio apropiado por una determinada relación social que lo produce y lo mantiene a partir de una forma de poder. También plantea que las luchas por el territorio son la expresión de las disputas de los actores sociales por la hegemonía, por ejercer legítimamente la soberanía sobre el territorio; es decir, de dominio sobre el espacio de pertenencia, por el control político, económico, cultural y fiscal de un espacio estratégico. El territorio es, al mismo tiempo, una conversión y una confrontación. Precisamente, porque el territorio posee límites, posee fronteras, es un espacio de conflictualidades.”

Para la organización Unión de Productores Maya Vinic, Sociedad Cooperativa, el territorio va más allá de ser una herramienta; lo definen más allá de los espacios físicos en donde viven sus socios y las familias o donde se encuentran ubicadas las parcelas, es el resultado de las relaciones entre sus integrantes y otros actores, así como el sentido de su producción y de los valores que dan a su territorio, la forma como se relacionan con la tierra, como hacen uso de los ingresos generados, como comparten habilidades y conocimientos adquiridos con lo que buscan fortalecer la organización. Si correlacionamos el aspecto físico/geográfico y el social, político y económico, nos encontramos que el territorio es una configuración espacial del poder. Esta configuración permite la aparición de identidades, culturas y formas de resistencia que comparten grandes rasgos a mayor cohesión territorial, y que enfrentándose a diferentes expresiones de dominación ha permitido el florecimiento de procesos autonomistas.

Teniendo en cuenta que, para la organización, la demanda principal ha sido reivindicar sus derechos y la defensa de sus tierras y sus territorios en la región de Los Altos de Chiapas; deciden conformar la cooperativa para la comercialización de sus productos, sobre todo café. Es a partir de esta acción colectiva, que se refiere al proceso de construcción de prácticas y formas de apropiación de las personas hacia su organización, define la forma como se accede, maneja y gestionan todos sus recursos y en la forma como se vinculan con la vida comunitaria de sus territorios.

Blanca Rubio (2003: 149-167), estudiosa del tema menciona:

[...]el territorio es el hábitat al que regresan los emigrantes en las temporadas en que no trabajan en Estados Unidos, el lugar donde se reproducen las mujeres y las comunidades y en los que permanecen los ancianos y los niños, el espacio donde se siembra para el autoconsumo, donde viven los vecindados, donde duermen las mujeres que van a trabajar de sirvientas o a las maquiladoras de la ciudad. Mientras la tierra era espacio de reproducción, el territorio deviene en espacio de vida, sitio de supervivencia.

Pero además de ser el espacio de la explotación y de la exclusión, el territorio es el lugar donde se genera la lucha por la reapropiación del poder y la resistencia por parte de los oprimidos. Es un espacio politizado, como antes lo eran la fábrica, la parcela rural, la empresa agropecuaria, es el espacio vivido en cada una de las comunidades de Los Altos de Chiapas.

A partir de la construcción espacial y territorial en la zona de influencia de la Cooperativa Maya Vinic, la cual se enmarca en la lucha por la tierra, en la apertura de espacios desde donde se construyen proyectos de desarrollo comunitario, espacios de resistencia civil,

espacios territoriales declaradas zonas autónomas, etcétera. Es decir, la apropiación del territorio se inscribe en la estructura de las luchas sociales. En consecuencia, adquiere importancia el territorio, donde se expresa el dominio del capital financiero sobre el productivo y donde se genera el desempleo y la precarización de los campesinos teniendo como efecto la migración rural.

1.1.3 El neoliberalismo en el ámbito rural mexicano

El neoliberalismo se ha convertido en un discurso dominante con efectos en las maneras de pensar y en las prácticas político-económicas hasta el punto que ahora forma parte del sentido común con el que interpretamos, vivimos, y tratamos de comprender al mundo.

Harvey (2007: 73-78), define al neoliberalismo como “[...]una teoría de prácticas político-económicas que buscan el libre desarrollo de las capacidades y las libertades empresariales del individuo, con los derechos de propiedad privada, mercados libres y libertad de comercio como un marco institucional protegido por el Estado”. El mismo Harvey (2007) retoma el argumento que el neoliberalismo ha sido un proyecto político para restaurar y crear el poder de la clase, y de qué manera ha funcionado este proyecto en distintos espacios, como ejemplo las crisis financieras y de la deuda de México.

La apertura de México a la competencia y a la inversión directa extranjera se convirtió en uno de los elementos fundamentales del programa de reformas del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994). También se expandió rápidamente en la producción de las maquilas a lo largo de la frontera norte del país, y se culminó con las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). El proceso de privatización avanzaba de prisa y cada vez se orientaba más a transformar la propiedad extranjera. Los bancos que se habían nacionalizado de manera apresurada en 1982, fueron privatizados en 1990. Como medida de adecuación al TLCAN, Carlos Salinas abrió el sector campesino y agrícola a la competencia exterior con toda la desestructuración de los procesos agroproductivos que esto implicó para el grueso de los pequeños y los medianos productores rurales.

La Constitución política de 1917, protegía los derechos legales de las comunidades campesinas y los pueblos indígenas y consagraba esos derechos en el sistema del ejido, que permitía que la tierra fuera poseída y utilizada de manera colectiva. En 1991 el gobierno de Carlos Salinas aprobó una reforma de la ley que no solo permitía, sino que incentivaba la privatización de las tierras, abriéndolas a la propiedad extranjera.

Posteriormente, la reducción de las barreras a las importaciones de granos básicos asestó otro duro golpe, ya que se importaron productos baratos a empresas agroalimentarias estadounidenses provocaron una caída de los precios del maíz, café, así como de otros productos, únicamente los agricultores más ricos pudieron seguir compitiendo. En contra parte, muchos campesinos fueron expulsados de las tierras, para engrosar las filas de desempleados. Consecuentemente, la resistencia a la reforma del sistema del *ejido* fue generalizada y varios grupos de campesinos apoyaron la rebelión zapatista que estalló en Chiapas el 1 de enero de 1994 (Nash, 2001).

Harvey (2007: 222) considera que el proyecto neoliberal no ha logrado detonar el crecimiento económico global y, en cambio, si ha producido una mayor desigualdad a nivel global y también ha provocado degradaciones medioambientales. Así podemos retomar a Delgado (2012), quien menciona que el neoliberalismo es una teoría de prácticas políticas y económicas que proponen que el bienestar humano puede ser logrado mediante la maximización de las libertades empresariales dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, de libertad individual, de mercados sin trabas y de libre comercio.

A partir de aquí se deriva toda una serie de políticas económicas que favorezcan al libre mercado, como:

- Privatización de empresas públicas o paraestatales.
- Eliminación de los impuestos a mercancías y capitales extranjeros.
- Flexibilización laboral (desaparición de sindicatos y topes salariales).
- Recortes al gasto público (cobertura muy limitada de seguridad social, educación, poca inversión en infraestructura, eliminación de subsidios).
- Desregulación financiera.
- Apertura comercial de los mercados.
- La estabilidad macroeconómica como el principal objetivo de la economía.

Contradictoriamente, el sistema económico neoliberal se ha distinguido por crear injusticia y desigualdad, incrementando el número de pobres y la acumulación de riqueza en unas cuantas manos. Impone su modelo económico, político, social y cultural a millones de seres humanos y aquellos a quienes no considera introducir en su reparto pretende eliminarlos, entre estos marginados se encuentran los indígenas, aquellos que se han revelado y resisten, los excluidos de la “modernidad”, es decir, los pequeños productores campesinos.

Ante esto en Los Altos de Chiapas, en el contexto de las políticas neoliberales aplicadas al campo mexicano y ante las condiciones generadas por la globalización, se han organizado en cooperativas para fortalecer su producción de café orgánico de calidad, reconocida mundialmente, y con esto poder comercializar a Comercio Justo, con lo que han logrado librar un poco los embates del neoliberalismo.

Más allá de los discursos y los marcos jurídicos normativos, dichas políticas, en los hechos, propician el despojo y la privatización de la tierra y el territorio. Que han conllevado una desregulación económica que favorece a los grandes propietarios y a las corporaciones agroindustriales transnacionales, la extracción acelerada de los recursos naturales sin importarles la contaminación y el impacto socio-ambiental generados, y, finalmente, la flexibilización de las condiciones y relaciones laborales que se han producido la explotación de centenares de miles de jornaleros agrícolas (Bartra, 2014).

Harvey (2007) muestra como el neoliberalismo fue una contundente respuesta política concebida por las clases dominantes globales para disciplinar y restaurar los parámetros de explotación considerados “razonables” tras la onda de luchas que recorrieron el planeta tras la Segunda Guerra Mundial.

El objetivo del neoliberalismo era modificar el equilibrio político y la relación de fuerzas existente en el conjunto de la economía-mundo capitalista recurriendo, para ello, a todo el arsenal de la violencia, estatal y militar. En la opinión de Harvey (2007) la estrategia neoliberal está constituida por la profunda convicción de que las relaciones sociales están irremediablemente gobernadas por la violencia de clases y las clases dominantes.

Por otra parte, las comunidades indígenas están siendo desposeídas de su cultura, desposeídas de la sanidad, desposeídas de la educación, desposeídas de la propiedad, desposeídas de su dignidad, desposeídas de sus derechos. Así tenemos que la historia del capitalismo es la historia de una continua desposesión, extracción de aquello producido colectivamente, esa es la esencia de un modelo injusto y de un proceso que está en pleno curso.

El modelo neoliberal es sumamente frágil, porque depende cada vez más del exterior, inversiones, préstamos tomados por el Estado, repatriación de capitales, factores que están fuera de control. En cuanto a las inversiones que han llegado, tienen un alto componente especulativo y no productivo. El modelo ha favorecido una aguda concentración del ingreso y un empobrecimiento de las mayorías, lo que puede provocar inestabilidad y tensiones

sociales (los acontecimientos de Chiapas en enero de 1994 no hicieron sino confirmar trágicamente este temor).

Lo antes expuesto, impactó negativamente hacia el sector cafetalero y la estabilidad social de las regiones cafetaleras, como es el caso de Los Altos de Chiapas. Algunos indicadores que reflejan esta crítica situación son: alta migración de productores, abandono de las plantaciones, severo impacto ambiental al cambiar de cultivos, alta incidencia de plagas y enfermedades, bajos rendimientos, disminución de la producción en los cafetales y en las exportaciones, y, principalmente, la drástica caída del nivel de vida en las comunidades cafetaleras, como se analizará más a detalle en apartados más adelante.

1.1.4 La globalización

Todos hemos oído hablar de globalización, pero quizás tenemos poco claro que es, las consecuencias que tiene en nuestras vidas, a quién afecta, a quienes realmente favorece, quién la administra y, sin embargo, estamos siendo testigos de uno de los procesos que más han transformado al actual sistema y orden económico, político y social.

En las últimas décadas del siglo XX presenciamos varias transformaciones económicas, sociales y culturales donde no son ajenas a México. Caen rápidamente todo tipo de muros y barreras entre las naciones y al mismo tiempo nacen otras más violentas a nivel nacional y global.

El fenómeno de la globalización, que se aceleró en 1994 con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, ha modificado la vida y las costumbres de los mexicanos: lo invade todo y se percibe consciente o no, por todos lados. Este irreversible proceso mundial ha cambiado los hábitos en el comer, en el vestir y hasta en el pensar de los mexicanos.

Entender el término “globalización” implica referirse a las interrelaciones de los procesos económicos, sociales y políticos que se presentan a nivel mundial. Dichas interrelaciones se dinamizan a través de los adelantos de la tecnología en las telecomunicaciones a través de los avances informáticos que facilitan la comercialización y los procesos económicos financieros (García, 2009). Trae consigo la interdependencia de las sociedades a través de las redes de comunicación que engloban las actividades económicas, políticas y sociales.

Por otro lado, este proceso cuenta con actores que se convierten en instrumento para llevar a cabo la globalización y cuyo objetivo principal es tomar el liderazgo en el mundo globalizado. Estos actores se pueden categorizar en el siguiente orden:

- a) Las empresas multinacionales: son catalogadas como el verdadero motor de la globalización. Ya que mantiene un proceso continuo de concentración de capital y se expanden sus actividades en todo el planeta.
- b) Los organismos internacionales: encabezados por FMI, BM, OMC, G-7, OCDE, Foro Económico Mundial. Su papel fundamental es la configuración del nuevo orden mundial.
- c) Los organismos regionales: Los bloques económicos regionales y sistemas globales son los grandes aliados de la globalización, como son La Unión Europea, APEC, Tratado de Libre Comercio en América del Norte, MERCOSUR, CAN y ASEAN, entre otros.
- d) El Estado: Que adopta políticas monetarias y fiscales de macroeconómica, aportando la infraestructura básica para la actividad económica global (García, 2009: 126-128).

Sobre las ventajas y desventajas de la globalización, el mismo García (2009: 126-128) señala que,

Existen ventajas que justifican la permanencia del proceso de la globalización en el mundo:

1. Ofrece la oportunidad de mercados cada vez más vastos en todo el mundo, favoreciendo la elaboración de productos de importación más baratos y mercados de exportación más amplios.
2. Ofrece un mayor acceso a los flujos de capital por la integración eficiente de los mercados financieros a través de las comunicaciones electrónicas modernas.
3. Permite la innovación y difusión de conocimiento y tecnología por la inversión extranjera directa.
4. Masifica el acceso a condiciones de la vida de mayor calidad en distintos niveles, ya sea el económico, el social, el cultural, laboral político, tecnológico y ambiental”.

La globalización trae consigo, también desventajas que laceran a la población en el mundo. Se pueden mencionar las siguientes:

1. El crecimiento económico no está repartido de manera equitativa.
2. Se amplía la brecha entre países desarrollados y subdesarrollados, también se amplía la brecha entre sectores ricos y pobres de cada país.
3. Se observa la destrucción ecológica como un proceso no intencional, producto de una tecnología devastadora.
4. Aumento ilimitado de las tasas de ganancia.
5. Un incremento en el empobrecimiento de la población en los países, así como un incremento en el desempleo a nivel mundial.
6. Un deterioro de la calidad de vida en los países en vías de desarrollo.

Aunque en general las desigualdades territoriales son parte inherente del sistema capitalista y dichas desigualdades se reproducen en diferentes ámbitos, como el sectorial o territorial,

así como en las diferentes esferas de la sociedad, la economía, la política, e incluso en la cultura. En este sentido la globalización sólo acentúa el proceso que excluye y destruye.

En este sentido, el proceso de globalización incrementa el desarrollo desigual, pues los centros de poder se mantienen ahora a través de redes regionales, lo que permite establecer zonas de control económico y político. En el caso de Chiapas vemos como el proceso mantiene a los municipios con un índice de pobreza extrema, quedando excluidos de los flujos de comercio e inversión, y destruyendo parte de su estructura productiva y que, únicamente, ha incluido a su población a partir de los flujos migratorios mediante el remplazo del modelo agro exportador por un exportador de mano de obra. En este marco globalizado, proponemos el estudio espacial de la Cooperativa Maya Vinic, para el cual es necesario tener una visión desde el espacio, con todo lo que esto implica. Ya que Los Altos de Chiapas no es un lugar aislado, sino que este articulado con los demás espacios a una economía global.

De tal manera, las comunidades de Los Altos de Chiapas han ido estructurando formas de vida. Maya Vinic como organización, principalmente, cafetalera ha logrado apropiarse y controlar sus procesos de producción, aplicando técnicas sostenibles que no dañen el ambiente, llevándolo a cabo a partir de relaciones que han logrado crear con los nuevos movimientos sociales nacionales e internacionales. También, Maya Vinic ha conseguido apropiarse, socialmente, de la tecnología, uso de internet, colocando en su página una sección para difundir mayor información sobre el precio del café en la bolsa de valores de Nueva York en forma actualizada, así como tener contacto con compradores y realizar ventas a nivel nacional de sus productos. La organización es dueña de los derechos de propiedad de sus páginas y también tiene autonomía de gestión sobre dicha página. Sin embargo, el acceso del internet está limitado al resto de los socios, debido a las limitaciones de infraestructura tecnológica que no cuenta el resto de la población, y sobre todo el teléfono móvil, que resulta ser un instrumento de control y de lujo que por sus ingresos no pueden adquirir muchos de los socios.

Actualmente, inmersas en la globalización existen cuatro poderosas tostadoras del café en el mundo: Kart, Nestlé, Sara Lee, P&G y Tchivo quienes se reparten el mercado estadounidense y alemán, y son quienes compran la mitad de la producción del grano de café verde en el mundo. En México de las cuatro trasnacionales solo Nestlé compra café orgánico a Comercio Justo. Mientras pequeños productores de los países en desarrollo

siguen sumidos en la pobreza, y cada vez más cafeterías elegantes abren sus puertas en Europa ofreciendo cafés exóticos (Intermón-Oxfam, 2002).

Otro factor a su favor de las multinacionales es la tecnología, en la actualidad tienen la capacidad de gestionar y minimizar los riesgos de la materia prima a través de intermediarios, que pueden llegar a acordar el precio del café que compraran cada seis meses o cada año y medio, y después ir disminuyendo los riesgos ante una futura inestabilidad en los precios, en cambio los pequeños productores no cuentan con estas opciones.

Con el proceso de la globalización el sector agroalimentario ha sufrido grandes cambios, uno de los cuales, es sin duda, el dominio que ejercen las empresas multinacionales sobre la producción y la comercialización. Las multinacionales tienen la capacidad de invertir grandes cantidades de capital en publicidad e investigación, especialmente para aquellos productos que les permiten tener liderazgo en el mercado, sus altos niveles de inversión en este rubro para desarrollar un producto hacen que se genere un proceso casi de monopolio, “en 1993, los gastos de investigación y desarrollo representaban el 1.20% del volumen de los negocios de Nestlé” (Renard, 1999:57).

En el caso del café, la multinacional Nestlé ejerce presión para eliminar los subsidios a sectores que considera bajos o nulos en la competitividad y eficiencia, lo cual se evidenció, localmente en el estado de Chiapas durante 2015 con la instalación de la planta liofilizadora de Nestlé,¹ industria transformadora de café que contó con recursos gubernamentales. La producción de café como parte del sector agrícola está inmersa en el contexto de la globalización, lo que ha contribuido a la recurrencia de las crisis en los precios.

Este proceso de globalización ha beneficiado al sector privado y ha marginado a los más pobres y, como fuerza dominante de las últimas décadas, ha dado forma a una nueva era en la interacción entre naciones, economías y pueblos. La globalización es hoy en día una realidad que se ha hecho presente en todos los países del mundo.

¹ Una planta liofilizadora se utiliza para transformar el café o algunos alimentos en productos deshidratados que al rehidratarse conservan la mayoría de sus propiedades biológicas. Tiene una inversión privada de 620 millones de pesos, instalada en Puerto Chiapas, municipio de Tapachula. La planta es catalogada como la primera liofilizadora en México y la sexta en toda América Latina, con una capacidad inicial de procesar cuatro mil toneladas de café (Revista 2000 Agro, 19 de octubre, 2015).

1.2. Sistema de Comercio Justo internacional

En este apartado analizaremos el contexto del problema de investigación, el concepto de Comercio Justo, en donde se expone, concretamente, la base teórica económico-social en la que se sustenta su nacimiento, sus principios, así como la problemática que intenta resolver este movimiento. También se analizarán las proposiciones que presenta el Comercio Justo, como una estrategia de desarrollo influenciada por medidas de solidaridad, cooperación, nuevas políticas y nuevas prácticas de producción, resaltando los derechos humanos, la equidad de género, el trabajo infantil y la sustentabilidad ambiental.

La producción de café, como parte del sector agrícola, está inmersa en el contexto de globalización, lo que ha contribuido a la recurrencia de las crisis en los precios. En un intento de sortear estas crisis, grupos de pequeños productores han incursionado en la producción de café orgánico y en el Comercio Justo, donde se configuran nuevos nichos de mercado que, al gestionarse como producción a pequeña escala, se encuentra en constante contradicción frente a la competencia que las empresas multinacionales representan en el mercado global. Al mismo tiempo, se encuentran con el entramado comercial del café orgánico y de Comercio Justo.

De acuerdo con Reynolds, el mercado internacional, por otra parte, es el espacio por excelencia para la acumulación económica impulsada por un capitalismo, hoy neoliberal. Ámbito donde pretender incursionar de manera solidaria y fraterna, lo que implica la reconfiguración de lo ya consolidado y establecido. Ya que el Comercio Justo es considerado “[...] quizás el más dinámico en todo el espectro de movimientos, campañas e iniciativas que han emergido en décadas recientes como respuesta a los efectos negativos de la globalización” (Reynolds, 2007: 4).

Es, además, un movimiento que ha impactado de manera importante al sector campesino, pues “[...] más de cincuenta mil familias de pequeños productores están actualmente participando en el sistema internacional de Comercio Justo” (Comercio Justo de México, 2014), lo que demuestra que el Comercio Justo está consolidándose de manera importante en México.

Ahora bien, tenemos la definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente que es: “[...]el Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuyendo al desarrollo sostenible

ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente del Sur” (WFTO, 2011).

El Comercio Justo busca conseguir el desarrollo de las comunidades más empobrecidas a través de la comercialización de sus productos y de facilitar su acceso al mercado internacional en condiciones justas y equitativas. Una de las características del Comercio Justo es que se basa en un planteamiento integral, es decir, parte de la idea que la pobreza y la desigualdad tienen causas complejas y globales, con efectos multinacionales que no se pueden abordar desde una única perspectiva. Es por ello que solo el crecimiento económico no es suficiente, sino que es fundamental garantizar el desarrollo humano y el cuidado del medio ambiente.

De acuerdo con Aguilar (2012: 38) el desarrollo económico es un proceso de mejoramiento y cambio estructural gradual y continuo del bienestar humano, por lo que es un indicador clave de la calidad de vida de la sociedad; además, toda evolución en el desarrollo requiere de una base territorial pues es ahí donde se llevan a cabo los procesos sociales y económicos. El desarrollo abarca un conjunto de factores económicos, políticos y culturales que involucran la transformación social; por ello, puede estimarse a través del grado de mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

En recientes estudios del Banco Mundial, de Organización Mundial de Comercio, del programa de Naciones Unidas para el Desarrollo e incluso de Oxfam Internacional, coinciden en señalar al Comercio Justo como un proceso **capaz** de reducir la pobreza más que ninguna fórmula de Ayuda Oficial del Desarrollo.

Así, el Comercio Justo responde a la necesidad de los pequeños productores de café de la Cooperativa Maya Vinic de la región de Los Altos de Chiapas que cansados de recibir un bajo precio por su producto, haciendo casi imposible su subsistencia a partir de este, se organizaron y trabajaron en colectivo para adherirse a Comercio Justo como alternativa frente al comercio internacional para comercializar su café orgánico de calidad reconocida.

En Chiapas existe una mayor producción de café, y un movimiento del precio justo por el cual lucharon y se tuvieron logros en medio de movimientos de resistencia; por lo tanto, lo fundamental del Comercio Justo es pagar a los pequeños productores un precio que cubra los costos de producción y que sea estable, lo que está presente a través de las organizaciones y de las cooperativas de cafecultores de café orgánico, asimismo el Precio

Justo les permite acceder al mercado internacional por medio de prefinanciamiento que les impide endeudarse.

El Comercio Justo garantiza que el café que se produce se obtiene por técnicas de producción sostenible, que indica la siembra del café con todas las garantías de calidad. También el Comercio Justo ha puesto en evidencia los abusos de las transnacionales, motivo por el que no es bien visto por ellas y de alguna manera ellas tratarán de acabar o reducir, comercialmente, a quienes consideran sus oponentes, como es el caso de los pequeños productores agrupados en cooperativas que ostentan el Precio Justo y, específicamente, de algunas organizaciones y cooperativas en Chiapas.

En conclusión, el Comercio Justo difiere del comercio convencional en la manera en que se comunica con los consumidores. De igual manera que las compañías de Comercio Justo promocionan sus productos para generar ventas; pero difieren del comercio convencional al destacar las historias de vida de los productores y sus comunidades que están cambiando gracias a las relaciones alternativas de comercio y que forman parte de los esfuerzos de promoción de mercado del Comercio Justo.

1.2.1. Antecedentes del movimiento de Comercio Justo

Históricamente, el Comercio Justo se inició como un movimiento social solidario; sus orígenes se remontan a los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, con la victoria de las grandes potencias económicas lideradas por Estados Unidos, donde se construyó un nuevo orden económico mundial diseñado con el fin de disponer mayores cuotas de mercado para las grandes potencias occidentales y sus empresas, surgiendo así instituciones como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y, a nivel comercial, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés).

El movimiento de Comercio Justo surgió a mediados del siglo XX como una herramienta de cooperación de desarrollo que trataba de importar productos de países del Sur obtenidos en condiciones laborales dignas y respetando el medio ambiente. En ese sentido y de acuerdo con la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2007), “su objetivo es mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial”.

Asimismo, el movimiento del Comercio Justo comenzó entre los años cuarenta y cincuenta del siglo XX en Estados Unidos, donde se desarrollan las primeras iniciativas de venta de productos elaborados por artesanos que intentaban luchar contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes de ganancia y la dependencia frente a los intermediarios. En esta nueva forma de comercio solidario, los artesanos, encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales. La primera tienda formal de “Comercio Justo” se abrió en 1958, en Estados Unidos. Casi simultáneamente, en Europa, la Organización No Gubernamental (ONG) Oxfam en Reino Unido empezó a vender artesanías fabricadas por refugiados chinos en sus propios locales.

Años más tarde, en 1964 se creó la primera Organización de Comercio Justo. En ese mismo año, en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) los países del Sur, bajo el lema “comercio, no ayuda”, solicitaron la aprobación de unas reglas comerciales más justas. En este contexto, organizaciones y particulares promovieron la creación de tiendas UNCTAD, que vendían productos del llamado tercer mundo en Europa, evitando los aranceles de entrada (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2007).

En 1967, se crea la primera organización importadora de Comercio Justo en Holanda (Fair Trade Organisatie), dos años más tarde, se abre la primera tienda europea, denominada “tienda del tercer mundo”. A partir de ahí comienza a establecerse la red de tiendas solidarias en varios países: Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Gran Bretaña y Bélgica.

Entre las décadas del sesenta y del setenta comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia. De manera que 1973 fue un año clave en la historia de Comercio Justo, ya que se comienza a distribuir café, siendo el primer artículo de alimentación dentro de este tipo de Comercio. Se trata de café producido por cooperativas de agricultores de Guatemala. Esto supuso un importante crecimiento del Comercio Justo. En los años setenta y ochenta el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchos productores. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación y artesanías.

Por lo tanto, se crean diversas redes internacionales, a saber:

- En 1984, se celebró la primera reunión de tiendas, un hecho que sentó las bases de lo que sería la red News de Tiendas del Mundo en Europa, establecida formalmente en 1994. Actualmente integra a unos 3000 establecimientos en casi 20 países. En 1996, la red celebró

el Día de las Tiendas del Mundo Europeas, iniciativa que fue acogida por IFAT (actualmente WFTO), y que supuso el primer paso para el establecimiento de Día Mundial de Comercio Justo. Esta celebración comenzó el 4 de mayo 2002, y en la actualidad tiene lugar el segundo sábado de mayo.

- En 1987, 11 importadoras europeas constituyen la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea la IFAT (hoy WFTO, Organización Mundial de Comercio Justo) que actualmente agrupa a 400 organizaciones de todo el mundo.
- En 1997, se crea Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Cinco años más tarde lanzó un nuevo sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade Certification Mark.
- En 2004, la Asociación Internacional de Comercio Justo (WFTO) desarrolla un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos. Al año siguiente comienza a funcionar el sistema de gestión de la calidad con el fin de mejorar y unificar las normas, definiciones y procedimientos actuales del Comercio Justo.
- En 2006, el Parlamento Europeo aprueba una Resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo, señalando el Comercio Justo como instrumento eficaz para la erradicación de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible.
- En 2009, IFAT y NEWS se unifican y se constituye la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés).
- En 2010, el Comité de las Regiones aprueba un dictamen que destaca el papel del Comercio Justo en la contribución al desarrollo sostenible.
- En 2014, el Parlamento Europeo aprueba una resolución para la inclusión del Comercio Justo en la Directiva relativa a la contratación pública.
- En febrero 2016, la WFTO presenta el Sello de certificación de la Organización Mundial de Comercio Justo (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2011).

Hoy el Comercio Justo es, además de un sistema comercial solidario y alternativo, un movimiento global. Se calcula que existen más de 2,5 millones de productores en más de setenta países del Sur, más de 500 organizaciones importadoras y más de 4000 tiendas especializadas.

El Objetivo principal, del Comercio Justo, es cambiar las injustas reglas que rigen el comercio internacional, favoreciendo así el desarrollo social, humano y sostenible. Esto se da en tres ejes o líneas de trabajo de acuerdo con la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2007):

- a) Comercialización de productos “justos”.
- b) Sensibilización ciudadana.
- c) Movilización social, denuncia política.

Por otro lado, la misma Coordinación (2007) refiere que las prácticas comerciales justas implican:

- Precio Justo, integra costes ocultos, externalidades negativas y criterios extraeconómicos (dignidad laboral y desarrollo comunitario).
- Negociado entre ambas partes en igualdad de condiciones.
- Precio mínimo garantizado.
- Prima de desarrollo.
- Mayor porcentaje en el precio final para productores.
- Prepago y estabilidad.
- Equidad de género (salarial y decisión) y promoción mujeres.
- Sin explotación infantil.
- Autonomía, funcionamiento democrático y derechos laborales.
- Producción ecológica.

1.2.2. Los principios del Comercio Justo

En el actual entorno económico los pequeños productores de café, de granos básicos, los apicultores, los artesanos y otros más se enfrentan a múltiples obstáculos para comercializar sus productos, tales como precios por debajo de los costos de producción, baja competitividad en el mercado y prácticas desleales por parte de las transnacionales.

Ahora bien, los criterios básicos del Comercio Justo son el establecimiento de una relación directa entre productores y consumidores, la cancelación de intermediarios y especuladores; la aplicación de un Precio Justo y estable que permita al pequeño productor y su familia mejorar sus condiciones de vida; la autorización de un financiamiento parcial antes de la cosecha; el establecimiento de contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo y de valores éticos, cómo la búsqueda del bien común, de la equidad, y del cuidado del ambiente.

Ante dicha situación, la Organización Mundial del Comercio Justo (por sus siglas en inglés WFTO) establece 10 principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2007), a saber:

ESTÁNDARES DE COMERCIO JUSTO DEFINIDOS POR WFTO

1) Creación de oportunidades para productores en desventaja económica. El Comercio Justo es una estrategia para aliviar la pobreza y para el desarrollo sostenible. Su objetivo es crear

oportunidades para productores que se encuentran en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional.

2) Transparencia y rendición de cuentas. El Comercio Justo requiere una administración y relaciones comerciales transparentes, para trabajar de forma justa y respetuosa hacia los socios comerciales.

3) Desarrollo de Capacidades. El Comercio Justo es un medio para desarrollar la independencia del productor. Las relaciones de Comercio Justo otorgan continuidad, durante la cual los productores y sus organizaciones de mercadeo pueden mejorar sus habilidades en administración y su acceso a nuevos mercados.

4) Promoción del Comercio Justo. Las Organizaciones de Comercio Justo generan conciencia sobre el Comercio Justo y sobre la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial. Suministran a sus clientes información sobre la organización, sus productos y en qué condiciones son fabricados. Utilizan técnicas honestas de publicidad y mercadeo y apuntan a los estándares más altos en calidad y empaquetado del producto.

5) Pago de un precio justo. Un precio justo en el contexto local o regional, es aquel que se ha acordado a través de diálogo y participación. No solamente cubre costos de producción, sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Ofrece un pago justo a los productores y toma en consideración el principio de igual paga para igual trabajo tanto de mujeres como de hombres. Quienes Comercian Justamente aseguran un pago al día con sus socios y, en lo posible, ayudan a los productores a obtener acceso a financiamiento para las fases previas al cultivo y la cosecha.

6) Equidad de Género. Comercio Justo significa que se valora y recompensa debidamente el trabajo de la mujer. Las mujeres siempre son retribuidas por su contribución en el proceso de producción y empoderadas en sus organizaciones.

7) Condiciones de Trabajo. El Comercio Justo también se refiere al trabajo de los productores en un entorno seguro y saludable. La participación de niños (si la hubiera) no afecta adversamente a su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales y recreativos y se adhiere a la Convención de los Derechos de la Niñez de las Naciones Unidas, así como a todas las leyes y normas en su contexto local.

8) Trabajo Infantil. Las Organizaciones de Comercio Justo respetan la Convención de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño, así como las leyes locales y normas sociales para asegurar que la participación de niños (si la hubiera) en los procesos de producción de artículos comercializados justamente no afecte adversamente su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales

y recreativos. Las Organizaciones que trabajan directamente con productores organizados informalmente deben hacer explícita la participación de niños en la producción.

9) El medio ambiente. El Comercio Justo promueve activamente mejores prácticas medioambientales y la aplicación de métodos de producción responsables.

10) Relaciones Comerciales. Las Organizaciones de Comercio Justo, comercian con una preocupación por el bienestar social, económico y medio ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a costo de ellos. Mantienen relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuye a la promoción y al crecimiento del Comercio Justo. Se contribuye a los productores con el acceso a un pago por adelantado en las fases de pre-cosecha y preproducción.

La descripción de este anterior panorama, nos debe hacer reflexionar sobre las bondades de los principios de Comercio Justo, cuando estos principios se aplican a una gran variedad de productos básicos producidos por pequeños productores pobres de México y el mundo.

Sin embargo, es importante mencionar que, aunque en su origen el sistema se pensó para pequeños productores, en la actualidad se está extendiendo a plantaciones de mayor tamaño, para beneficiar a los trabajadores. No obstante, esta decisión de FLO ha sido polémica, ya que implica un giro para beneficiar, directamente, a los pequeños productores, quienes no pueden acceder al mercado internacional con facilidad, a diferencia de las grandes plantaciones.

Por otra parte, es bien conocido que el Comercio Justo no ha estado exento de cuestionamientos y consideramos pertinente hacer una pregunta ¿verdaderamente estos principios busca contribuir al desarrollo sustentable de los pequeños productores organizados, o existe la posibilidad de haber sido creado por otros intereses ocultos?

La sociedad reclama un cambio radical en los procesos de comercialización de los productos que impliquen igualdad de beneficios para todos los participantes en la cadena de consumo. Por eso se habla de Comercio Justo y los 10 principios básicos que hoy en día rigen al sistema y que considero que muchos productores, consumidores responsables y la sociedad en general interesados en impulsar la sustentabilidad pueden aplicar y difundir dentro de la cadena de valor sustentable para sentar las bases de una relación comercial más justa y equitativa, así como equitativa entre productores y consumidores y que estos principios sean respetados.

Los Beneficios del Comercio Justo

En efecto, los beneficios del Comercio Justo sobre las y los trabajadores, las organizaciones y sus comunidades son muy diversos y se traducen en distintos ámbitos. Veamos algunos detallados por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2015):

Impactos económicos.

- **Mayores ingresos:** aumento de los ingresos mayores y más estables; menor vulnerabilidad frente a la fluctuación de los precios básicos en los mercados internacionales, sujetos a la especulación; mejores condiciones de vida; mayor seguridad y capacidad para invertir y planear a medio y largo plazo.
- **Mejor conocimiento del mercado:** información sobre las demandas, preferencia y pautas de compra de las y los consumidores responsables; acceso a nuevos y más interesantes mercados, tanto internos como regionales e internacionales.
- **Acceso a servicios financieros:** mayor capacidad de las organizaciones productoras para negociar préstamos con instituciones financieras locales o internacionales, y para obtener financiación en mejores condiciones.
- **Innovación y nuevas actividades complementarias generadoras de ingreso:** desarrollo de actividades de transformación alimentaria, turismo solidario, mejora de herramientas y medios de producción.

Los objetivos del Comercio Justo

Los objetivos de Comercio Justo han sido reglamentados en un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2002):

1. La mejora del sustento y del bienestar de los productores por medio de una mejora en el acceso a los mercados, el refuerzo de organizaciones de productores, el pago de mejores precios y la continuidad de las relaciones comerciales.
2. La promoción de las posibilidades de desarrollo para productores desfavorecidos, en especial para mujeres y pueblos indígenas, y la protección de niños frente a la explotación.
3. La sensibilización sobre los efectos negativos del comercio internacional con el propósito que los consumidores hagan efectivo su poder como usuarios finales frente a los productores.
4. El establecimiento, ejemplar, de relaciones comerciales a través del diálogo, la transparencia y el respeto.
5. La lucha por el cambio en las normas y prácticas convencionales del comercio internacional.
6. La defensa de los derechos humanos por medio de la divulgación de la justicia social, sólidas prácticas medioambientales y seguridad económica.

Actualmente, el Comercio Justo es un éxito comercial. La facturación global de productos certificados superó los 5,500 millones de euros para el año de 2015, crece a un ritmo del 50% anual y algunos productos tienen una cuota de mercado superior al 50% (Havelaar, 2015), lo que ha “[...] insertado 1,5 millones de productores, 5 millones de beneficiarios directos, millones de beneficiarios por impacto indirecto y diferido a 70 países con valor de 5,500 millones de euros de facturación mundial por comercialización” (Trans Fair USA, 2015: 12). “El mercado de mayor tamaño para el Comercio Justo al día de hoy es los Estados Unidos con una cifra de negocio de 205 millones de euros, seguido de Inglaterra con 206 millones y Suiza con 135 millones de euros” (FLO, 2015: 4).

El Comercio Justo ha sido la clave para ayudar a muchos agricultores, que tienen un acceso limitado a los recursos, a invertir en calidad y productividad a largo plazo. Según una evaluación de Fair Trade USA (2018), los productores de café de todo el mundo se beneficiaron de, aproximadamente, 315 millones de euros (370 millones de dólares) por el precio mínimo y la prima de Comercio Justo desde 1998 hasta el 2016. Esto les ha permitido fortalecer su capacidad a sus miembros, promover educación financiera y el empoderamiento de la mujer, y apoyar proyectos de desarrollo comunitario.

Por otro lado, los pequeños productores de América Latina y el Caribe representan el 23% del total de pequeños productores a nivel mundial. En 2016, las organizaciones de pequeños productores recibieron 90% del total del premio Fairtrade que recibió América Latina y el Caribe (CLAC, 2016).

El café es el producto de Comercio Justo más vendido a nivel mundial y es clave para América Latina y el Caribe. En 2015, Fairtrade Internacional registro 445 organizaciones de pequeños productores, representando a 812,5 mil cafecultores en 30 países del mundo. Si bien hay más de 1,1 millones de hectáreas cultivadas de café bajo condiciones Fairtrade en todo el mundo, más del 80% del café proviene de América Latina y el Caribe. Los mayores países compradores de café Fairtrade en 2015 eran Alemania y Reino Unido, seguidos a distancia por Francia y Suecia. Alemania y Suecia cuentan con las mayores ventas de café orgánico dentro del total comercializado (Fairtrade Internacional, 2016).

De acuerdo con la Comisión de las Comunidades Europeas, el objetivo que persiguen las organizaciones que promueven el Comercio Justo “es garantizar que los productores reciban un precio que traduzca una rentabilidad adecuada de su aportación de destrezas, trabajo y recursos, así como un porcentaje del beneficio total proporcional a su aportación.

Normalmente ello se logra mediante un acuerdo entre los participantes para abonar un precio justo negociado en cada caso concreto. En aquellas situaciones en que el precio de los productos se acuerda a escala internacional (como el café y el cacao) se fija un precio mínimo que permita que los productores obtengan de su producción una rentabilidad superior al precio mundial, lo que les permite aplicar mejores sistemas de producción y condiciones de trabajo. En beneficio de los agricultores, los trabajadores y el medio ambiente” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2009).

1.2.3 Comercio Justo en México.

Estudios recientes señalan que si bien los productores enfocados al mercado de Comercio Justo en México logran mejores ingresos que los productores tradicionales, no se debe a que obtengan mejores precios, si no a que cultivan mejores cosechas. Esta situación es consecuencia de la ayuda de mejores prácticas productivas con el fin de acceder a los mercados internacionales. En México, la idea de Comercio Justo comenzó a tomar forma a finales de los años ochenta. En aquella época ocurrió una severa caída en los precios del café, a la par de la liberalización del mercado del grano, factores que colocaron al borde de la bancarrota a los productores mexicanos. La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), con el apoyo del sacerdote Frans Van der Hoff y Nico Roozen en Holanda, entró en contacto con fundaciones sociales europeas para crear un mercado relevante, basado en la remuneración más justa y equitativa para los productores.

Por ello las bases ideológicas y éticas del Comercio Justo y la visión compartida con el trabajo de Frans Van der Hoff, uno de los fundadores de la certificación Max Havelaar en México, cuya visión es en lo general compartida en el resto de América Latina. Asimismo, Frans van der Hoff (2005: 28) define 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. 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.

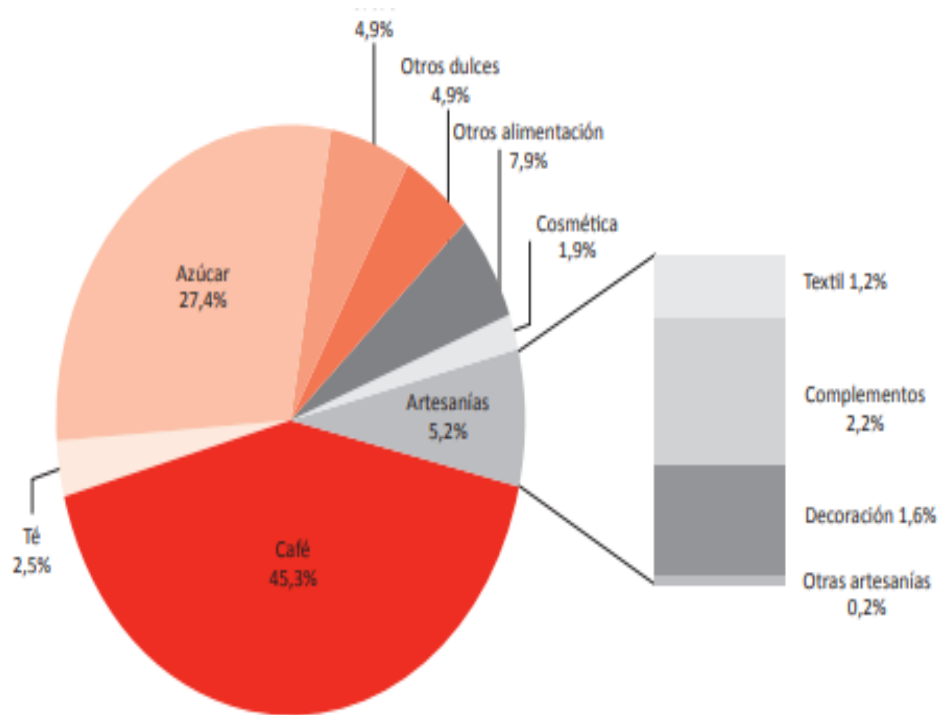
La visión que define Frans Van der Hoff en los cuatro apartados antes referidos muestra el trabajo que ha realizado y la lucha que ha llevado por mucho tiempo al lado de los campesinos, haciéndose uno de ellos, y donde muestra algunos conceptos que no se analizaron concienzudamente en Comercio Justo partiendo que los territorios apropiados para cada región geográfica ya que dichos territorios no son homogéneos.

Por otro lado, desde 1989 el Comercio Justo ha crecido, hoy este sistema beneficia a más de 11 mil familias de pequeños productores mexicanos. Los campesinos mexicanos que cultivan y procesan este tipo de productos son, principalmente, pequeños productores minifundistas, que retomando técnicas tradicionales y aprovechando los recursos disponibles, practican la agricultura orgánica (Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo A.C., 2015).

Al mismo tiempo podemos ver cómo el Comercio Justo es una iniciativa que intenta aliviar las condiciones de explotación y de pobreza en las que viven numerosas familias de pequeños cafecultores de espacios rurales en el mundo y para México en Los Altos de Chiapas. Al mismo tiempo, el Comercio Justo, pretende ofrecer una alternativa para las organizaciones de productores organizados.

El sector de la alimentación es el gran protagonista del Comercio Justo, representa el 93% de la facturación mundial. El café marca los antecedentes del Comercio Justo, pero no es el único producto, ya que la oferta se ha ampliado a la miel, el plátano, la azúcar, las artesanías, el cacao, las nueces, el arroz, las uvas, al vino de mesa y las flores (ver Gráfica 1). En todos los casos la mecánica es la misma: consumidores, principalmente de los países desarrollados, pagan un Precio Justo por los artículos de los productores de países en desarrollo. El café es solo un ejemplo, el año pasado el precio promedio por el canal tradicional, dominado por las empresas transnacionales, no rebasó los 75 dólares por un saco de 65 kilogramos. Pero por el canal de Comercio Justo, el productor recibió hasta 121 dólares por la misma cantidad del grano (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2017).

Gráfica 1. Ventas de Comercio Justo según principales productos, 2017 (%)



Fuente: Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2017.

1.2.4 Los nuevos sujetos que hacen posible la existencia del Comercio Justo

Los productos de Comercio Justo son productos con historia. Detrás de ellos, se encuentran las manos de los productores que los han trabajado y las organizaciones que han apoyado su producción y su distribución, y han facilitado su venta en el mercado. Los participantes en el Comercio Justo son los productores, las importadoras y comercializadoras, las tiendas y los consumidores, los cuales deben cumplir ciertos criterios para participar del Comercio Justo. Los cuales, a su vez, son regulados por las organizaciones o asociaciones internacionales:

a) El pequeño productor asociado, es el que trabaja su parcela con su propia mano de obra y la de su familia, y que se responsabiliza de producir productos orgánicos con calidad, cuidando el medio ambiente, y que para ser considerado como parte de este movimiento debe agruparse en una cooperativa o en una asociación de pequeños productores, y a cambio recibe un precio de garantía sobre su producto, que es la mayoría de las veces

entre el 10 y el 20% mayor que el precio del mercado y cuyo excedente debe destinarse para mejoras de infraestructura comunitaria, educación y vivienda digna (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2015).

El Comercio Justo centra sus esfuerzos y privilegia a las y los pequeños productores que han sido excluidos del sistema del comercio internacional y que tienen dificultades de acceso al mercado; estos actores son, de alguna manera, la razón de ser del Comercio Justo.

b) El consumidor responsable y solidario, que está dispuesto a pagar un sobreprecio por los productos de Comercio Justo, pero que recibe a cambio un producto de muy buena calidad, certificado y avalado por las organizaciones de Comercio Justo, y tiene la certeza de que el sobreprecio que paga sirve para mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores de países pobres.

Por otro lado, no se puede generar de la nada un grupo de consumidores críticos y socialmente comprometidos, así como un mercado para productos producidos de manera "justa". Esta es una demanda que debe ser creada, por lo que informar al consumidor acerca de las injusticias del mercado y de las condiciones de pobreza en la que viven miles de productores del Sur es una tarea fundamental que debe ser llevada a cabo, sobre todo, por las organizaciones que participen en el esquema del Comercio Justo, bajo el lema "no se compra algo, sino algo a alguien" (Roozen y Vander Hoff, 2002: 36). De ahí la relación directa entre el consumo responsable y el movimiento del Comercio Justo.

Finalmente, los consumidores son el eslabón que cierra la cadena solidaria, su poder de compra contribuye a mejorar las condiciones de vida de los productores e influye para cambiar las condiciones injustas del mercado convencional.

c) Las importadoras

Dentro de la red de Comercio Justo, las organizaciones cumplen el importante papel de intermediarios entre el productor y el consumidor, acortando la distancia entre ellos. Dichas organizaciones son el eje de este canal alternativo de distribución y, al mismo tiempo, realizan diversos papeles llevando a cabo operaciones de importación y/o distribución mayorista y al detalle, que permiten que los productos de los pequeños productores del Sur lleguen a los mercados del Norte (Cabrera, 2005).

Una de las principales funciones de las importadoras es la de ofrecer ayuda financiera por medio de préstamos, prefinanciamiento de sus compras o buscando fuentes externas de financiamiento. Esto debido a que uno de los mayores problemas a los que se enfrentan los pequeños productores es, precisamente, la dificultad para acceder a fuentes de financiación externas, por lo que, con dicha ayuda, los productores se ven apoyados para pagar la materia prima y cubrir sus necesidades básicas durante el periodo de producción.

d) Las tiendas de Comercio Justo

Son las que hacen llegar el producto de Comercio Justo hasta las manos del consumidor final. Se comprometen a realizar una labor de divulgación y de sensibilización sobre los principios del Comercio Justo, con especial atención a los beneficios de este Comercio para los productores. Las tiendas de Comercio Justo, conocidas también como Worldshops y gestionadas en su mayoría por Organizaciones No Gubernamentales (ONG), cumplen dos importantes funciones dentro de las redes del Comercio Justo, por un lado, es servir como punto de venta en donde los consumidores pueden adquirir productos y, por otro, es ser un punto de información, así como un lugar donde se desarrollan actividades de sensibilización, de difusión y campañas de influencia de acuerdo con la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés, 2004).

1.2.5 La etiqueta y los sellos de garantía de Comercio Justo

La asociación Fairtrade Labelling Organizations-International (FLO-I) desarrolla y revisa los Criterios de Comercio Justo (Fairtrade) y asesora a los productores certificados en el cumplimiento de éstos, en la consolidación de sus negocios y en el logro de nuevas oportunidades en el mercado (FLO, 2006).

Para promover y establecer los criterios de Comercio Justo las organizaciones han establecido las marcas (certificadas) de Comercio Justo. En los Países Bajos, Bélgica, Suiza, Dinamarca y Francia, las organizaciones garantes trabajan bajo el nombre de “Max Havelaar”; en el Reino Unido como “Fair Trade Mark”, y en Alemania, Austria, Luxemburgo, Canadá y Japón como “Transfair”.

Actualmente, existen 17 sellos de certificación en igual número de países, estas marcas dictan los criterios para productos como: café, cacao, té, miel, azúcar, chocolate, plátanos, jugo de naranja, ropa y artesanías, entre otros. Todas las organizaciones garantes utilizan los mismos métodos y elaboran criterios aplicables al comercio con base en la experiencia

de las organizaciones de Comercio Justo que reúnen las características siguientes (FLO, 2006):

- Se compran los productos, directamente, al productor reduciendo al mínimo el número de intermediarios.
- El precio de compra está en función de los costos de materias primas, de la producción, del tiempo y la energía invertidos, para permitir al productor obtener un ingreso razonable que le ayude a alcanzar un nivel de vida digno.
- Los productores tienen derecho a la prefinanciación. Las relaciones comerciales son de largo plazo.
- Los productores se deben integrar en cooperativas o asociaciones. Se brinda ayuda técnica y asesoría a los productores para el desarrollo de nuevos productos o el mejoramiento de los ya existentes.
- El mejoramiento de cultivos.
- El financiamiento, la organización y la formación técnica, así como administrativa.

Frans Van der Hoff (2002) sostiene que en México se buscó desarrollar un nicho de mercado nacional donde se pudiera adquirir los productos de las organizaciones de pequeños productores y donde se colaborase en el mejoramiento del medio ambiente y las condiciones de vida de los indígenas organizados. En nuestro país existe la organización Comercio Justo México, A.C., con su propio sello de garantía para el mercado interno, que asegura que los productos cumplen con los criterios establecidos. Participan asociaciones de productores de los estados de Chiapas, Morelos, Oaxaca, Puebla, Veracruz y Yucatán, principalmente.

Actualmente, existen ocho organizaciones certificadas bajo el sello mexicano que ofrecen en el mercado diez marcas de café; también se comercializan otros productos como miel, chocolate y artesanías en más de cincuenta puntos de venta situados, principalmente en la Ciudad de México y su área metropolitana, Chiapas, Morelos y Puebla. En la actualidad existen una cantidad significativa de tiendas orgánicas y solidarias distribuidas a lo largo de la república mexicana.

Ahora bien, la diferencia entre marcas comerciales convencionales y los sellos de Comercio Justo radica en que estos últimos han sido creados por organizaciones que tienen como objetivo un comercio más solidario y en el que garantizan una serie de condiciones de producción respetuosas con los derechos humanos, con las convenciones internacionales sobre trabajo y con el medio ambiente.

Así, Roozen y Van der Hoff (2002: 98) defienden la idea de que “[...] el Comercio Justo no debe limitarse a su propio “nicho”, sino aportar un modelo alternativo viable, capaz de incidir en el mercado regular. Se trata de desafiar a las grandes empresas forzándolas a reestructurar su producción de tal modo que sean responsables desde un punto de vista social y ecológico”. Pero este sistema puede ser criticado. Primero porque el Comercio Justo representa una parte menor en el comercio global del café: los beneficiarios son muy pocos y los precios, a menudo elevados en los países del Norte, se dirigen solamente a una parte reducida de la población lo que impide un desarrollo eficiente de este sistema de comercio. Luego, porque existen abusos, aun, por parte de las empresas origen del Comercio Justo: el precio prometido no llega siempre al productor debido a gastos de publicidad y de información al consumidor. Así pues, el sistema de Comercio Justo tiene un impacto importante en los países que dependen de la importación del café no así para el sector de los productores de café.

1.3 El Café dentro del Comercio Internacional

En las últimas décadas han visto un crecimiento importante en el comercio internacional que ha tenido un gran impacto en los países empobrecidos, así como en las mayores economías del planeta. Sin embargo, así como algunos países han visto incrementados sus niveles de bienestar, otros países parece que han sido dejados atrás, y más si hablamos de un sector importante de los pequeños productores agrícolas de dichos países. Así las fuerzas de libre mercado han desencadenado una competencia de proporciones mundiales. El libre mercado amplía el desequilibrio entre grandes y pequeños productores, ya que los primeros cuentan con ventajas competitivas mayores a través de la operación de empresas transnacionales y de la fijación de precios a nivel mundial.

Una de las razones claves de este desequilibrio parece ser la especialidad progresiva que los mercados mundiales han experimentado, de forma que algunos de los países, menos industrializados, se han especializado en aquellas partes de la cadena comercial que genera menos beneficios. Así mismo, condicionantes financieros han impedido que los pequeños productores del Sur puedan participar en aquellas partes de la cadena que requieren grandes inversiones de capital.

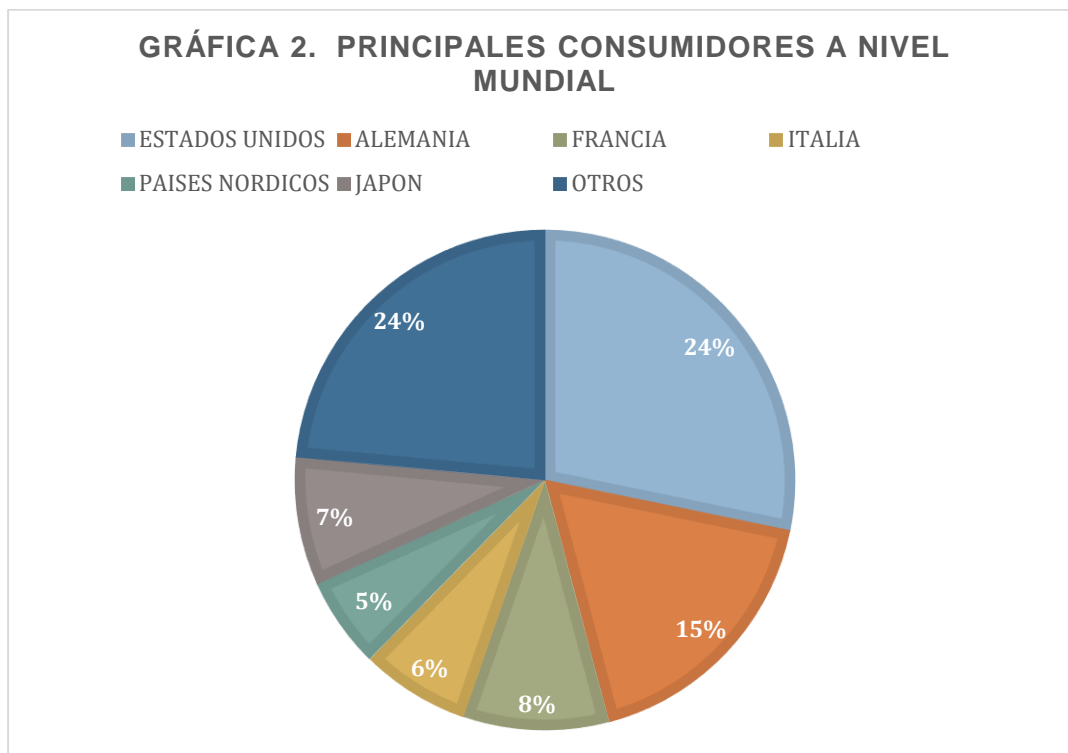
Una de las características más importantes del mercado mundial del café es la alta volatilidad de los precios. Esta característica afecta, particularmente a los productores directos, ya que sus beneficios generalmente son capitalizados por los intermediarios,

quienes especulan acumulando existencias cuando los precios bajan, y las colocan en el mercado durante los periodos de alza de las cotizaciones

El comercio internacional es dominado por los países desarrollados, por medio de las empresas transnacionales, y son ellos los que ponen las reglas del juego, obteniendo las mayores ventajas, aparte de ser grandes consumidores de materias primas compradas a bajos precios y revendidas a precios más altos, obteniendo mayor ganancia, ya que cuentan con la maquinaria y la tecnología necesaria para transformar la materia prima en un producto final ya industrializado y con un valor agregado.

El café representa el motor económico de muchos países del trópico, es el segundo producto con el que más se comercializa a nivel mundial detrás del petróleo y es la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua. La producción mundial del café registró en el 2017 un volumen de alrededor de 150 millones de sacos, con un monto de divisas aproximado a 25.000 millones de dólares. Debido a la gran importancia económica del café, bajo los auspicios de las Naciones Unidas, se creó en 1963, la Organización Internacional del Café (OIC) que integra 77 países miembros (45 exportadores de café y 32 importadores) (OIC, 2018).

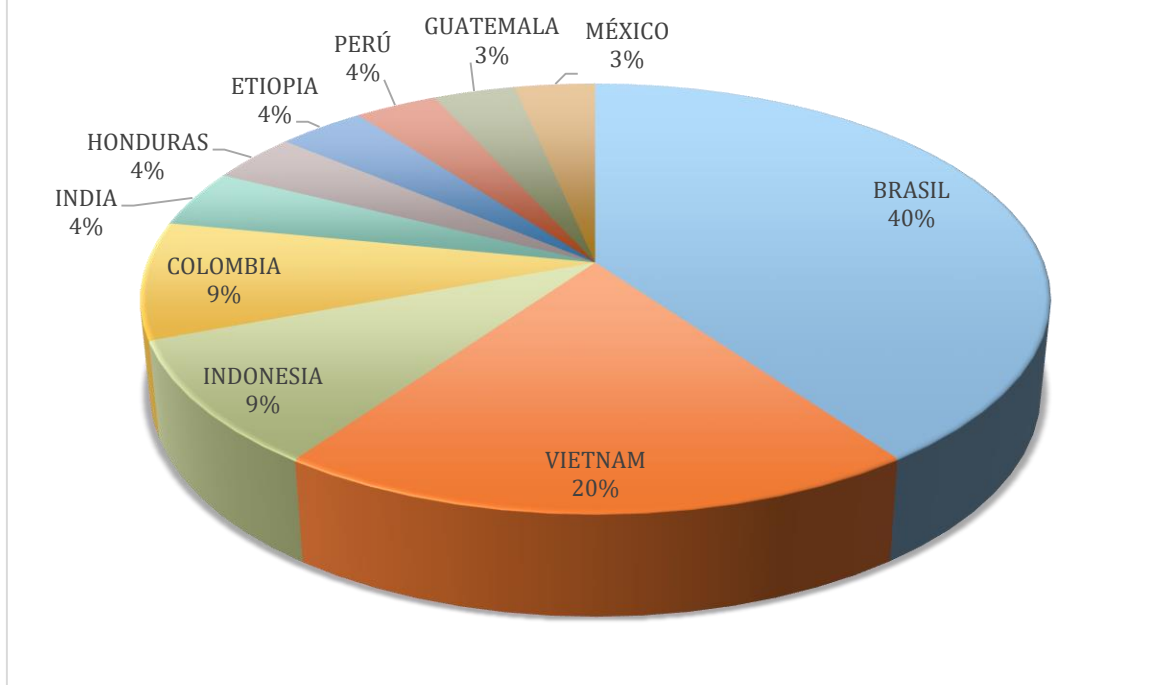
Los diez principales países productores de café a nivel mundial son Brasil (30,16%); Vietnam (19,18%); Colombia (9,42%); Indonesia (7,67%); Etiopía (4,46%); India (4,07%); Honduras (4,01%); Uganda (3,32); México (2,72%); y Guatemala (2,37%). Pero hay una serie de países con producciones de menor volumen, como Perú (2,23%); Nicaragua (1,52%); Costa de Marfil (1,26%); Costa Rica (1,04%); Kenia (0,58%); Tanzania (0,56%); Papúa Nueva Guinea (0,56%); El Salvador (0,53%); Ecuador (0,49%); Camerún (0,40%) y otros, algunos de los cuales producen los que los expertos consideran como los mejores cafés del mundo. Actualmente se consumen más de 9,537 millones de kilos de café en el planeta (OIC, 2018). En la Gráfica 2 se muestran los principales países consumidores a nivel mundial.



Elaboración propia: en base a datos de FAO, 2016.

Alrededor de 68% de la producción mundial de café se obtiene en cuatro países: Brasil (32%), Vietnam (19%), Colombia (9%) e Indonesia (8%). Por otra parte, el consumo mundial del aromático se pronostica en un máximo histórico de 153.3 millones de sacos de 60 kilogramos de café verde (OIC, 2017). Dentro de los países que más producen café, México ocupa el décimo lugar con 248.6 toneladas (FAO, 2016), como se muestra en la Gráfica 3. Para estos cafecultores, pertenecientes a diversas etnias indígenas, que viven en su mayor parte en áreas consideradas de pobreza extrema, el café representa su principal ingreso monetario.

Gráfica 3. Principales países productores de café a nivel mundial



Elaboración propia: en base a datos de FAO, 2016.

Entre enero del 2016 y enero del 2017, el precio indicativo compuesto de la Organización Internacional del Café registro un incremento de 25.4 por ciento. Así, las fuerzas del libre mercado se posesionan de la dinámica de los precios desapareciendo fronteras (acuerdos de libre comercio) y disminuyendo la regulación de los gobiernos locales en la economía interna. Como ejemplo está el caso del café, pues la determinación del precio internacional recae en la oferta y demanda que ocurre en la Bolsa de Valores de Nueva York.

Un mercado libre y abierto favorece a aquellos agentes económicos que cuentan con mayor poder de negociación. La concentración del mercado de la importación, del comercio, del tostado y de la distribución está en manos de unas pocas empresas, además de su gran poder de negociación frente a miles de grupos de productores aislados y no organizados en la mayoría de los casos, les convierte en actores primordiales en defensa de la no existencia de ningún acuerdo de cuotas que les perjudique sus intereses de las corporaciones trasnacionales (Mercado Internacional del Café, 2006).

1.3.1 Producción nacional de café

Por otra parte, México no sólo es reconocido por la producción de café en el mundo, sino que el sector agropecuario del país se ha caracterizado por la producción de una amplia variedad de productos, debido a la dotación de recursos naturales, diversidad de suelos y climas que existen a lo largo del territorio nacional. De tal manera que posee una gran diversidad en la producción agrícola en el entorno internacional.

En el país existen alrededor de 300 mil pequeños productores de ese aromático, de esa cantidad hay productores directos en 56 regiones del país; por otro lado, 200 mil de esos pequeños productores tienen lotes menores de dos hectáreas. Y más del 60% de la cafeticultura en el país, de las 4 mil 500 comunidades productoras de café, son indígenas. 394 de los cerca de 411 municipios donde se produce el grano en el país son de alta o muy alta marginación (AMECAFE-SIAP, 2017).

Con base en el registro del Padrón Nacional Cafetalero (PNC), el cultivo del café en México se desarrolla principalmente en 12 estados, 484 municipios, 4 mil 572 hectáreas. Este cultivo se encuentra, actualmente, en 484 municipios del país; 74 de ellos generan 70% de la producción nacional (AMECAFE- SIAP, 2017).

México cuenta con una enorme tradición en el cultivo del café, con una experiencia y conocimiento de más de 200 años (Benítez, 2014). Los cafetales mexicanos son grandes productores de oxígeno. México produce café de excelentes calidades, ya que existen las condiciones ideales para el cultivo, sobre todo en zonas montañosas del Sureste del país con altitudes mayores a 1,200 m.s.n.m y temperaturas promedio de 17.5 a 25.3 °C, que son óptimas para el cafeto, lluvias repartidas en el año con una precipitación promedio de 2,280 mm y una insolación efectiva de 4.9-5.2 horas diarias con un buen manejo de sombra. De ahí que la producción de café se realiza de forma importante en los 12 estados de la República Mexicana (Mapa 1) (CIMAT, 2006).

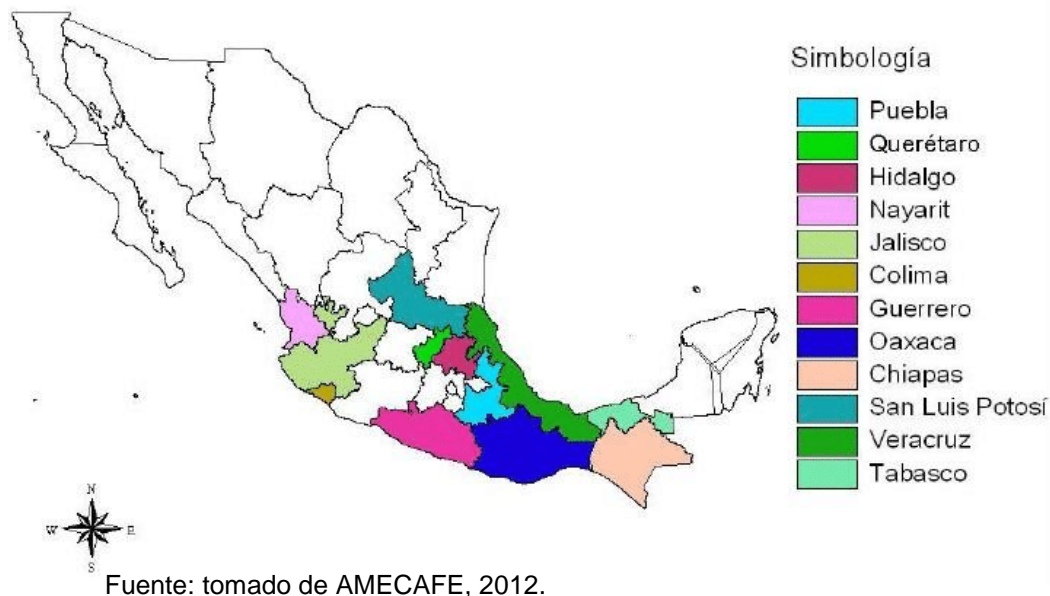
La producción de café se agrupa en cuatro regiones de acuerdo con Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP, 2017):

- Vertiente del golfo: comprende los estados de San Luis Potosí, Hidalgo, Puebla, México y Veracruz.
- Vertiente del Océano Pacífico: a esta pertenecen los estados de Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit y parte de Oaxaca.

- Región Soconusco: integrada por una gran proporción del estado de Chiapas, destacando la producción de café orgánico, el cual es altamente demandado en los mercados norteamericanos y europeos.
- Región Centro Norte de Chiapas.

Mapa 1. Estados cafetaleros en México.

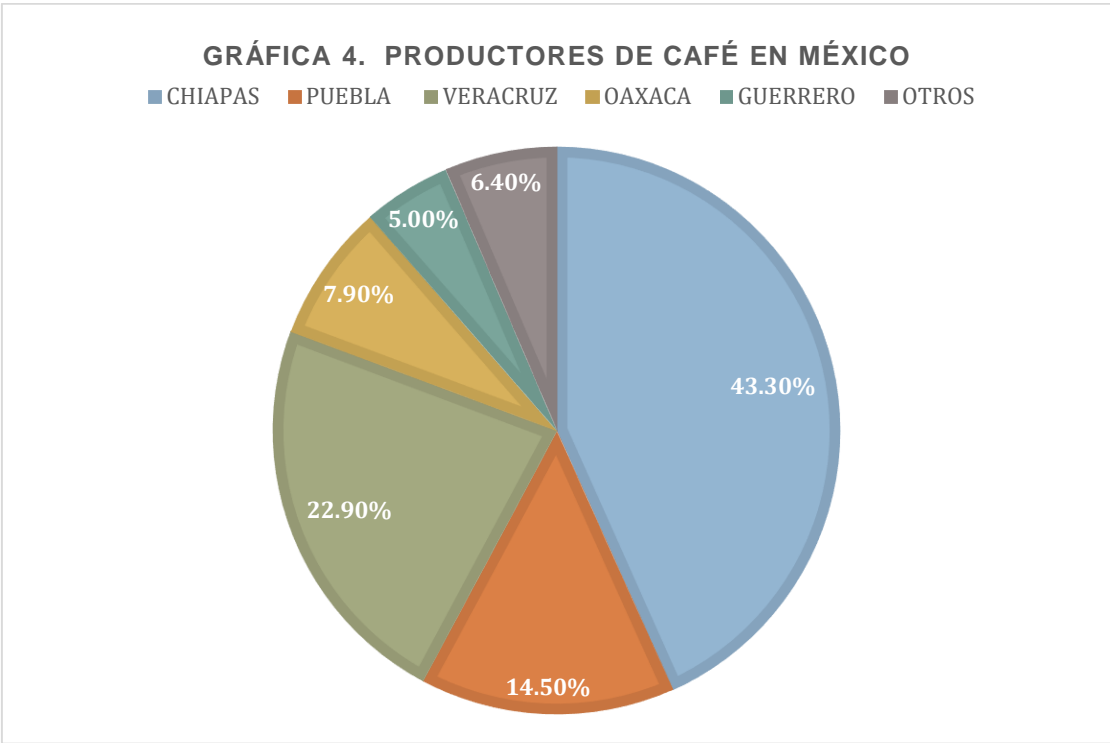
Estados Cafetaleros



El 40% de la superficie con cafetales corresponde a selvas altas y medianas (zona tropical húmeda), el 23% a bosques de pino y encino, el 21% a selvas bajas caducifolias y el 15% a bosque mesófilo de montaña. Lo que significa que, desde el punto de vista biológico, las regiones cafetaleras son de las más ricas y diversas en flora y fauna (Bartra, 2006). La producción tiene un carácter minifundista ya que cerca del 90% de los productores poseen superficies menores a tres hectáreas y, aproximadamente, el 80% de la producción de café se destina a los mercados de exportación, en los años buenos los ingresos en divisas generados por las ventas de café son alrededor de 800 millones de dólares, solo superadas por las ventas externas de petróleo (Bartra, 2006).

Por otro lado, aproximadamente el 94.5% de la producción de café se obtiene de la especie Arábica y el 5.5% corresponde a la variedad Robusta. En el periodo 2015-2016 se produjo café cereza en 15 entidades; en cinco de estas se concentró el 93.7% de la oferta nacional: Chiapas (43.3 %), Veracruz (22.9 %), Puebla (14.5 %), Oaxaca (7.9 %) y Guerrero (5.0 %)

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2016) (ver Gráfica 4).



Fuente: Elaborada con datos SAGARPA, 2016.

La mayor proporción de hectáreas destinadas al cultivo del café la posee Chiapas, representa 36% del total nacional, seguido de Veracruz y Oaxaca, con 20 y 19%, respectivamente. De acuerdo con datos de (AMECAFE-SIAP, 2017) el 41% de los hombres y el 24% de las mujeres dedicadas a la producción de café nacional se concentran en el estado de Chiapas. Lo que indica que una parte importante de la fuerza de trabajo del sector se encuentra directamente asociado al territorio con mayor producción de café en el país.

La producción de café orgánico en México inició hace más de cincuenta años en Chiapas, pero es hasta la crisis cafetalera de 1989-1994 cuando se consolida dicha producción orgánica al ser retomada por las organizaciones cafetaleras, debido a que esta actividad se caracteriza por incluir los conocimientos de la caficultura tradicional e intensifica el uso de mano de obra. Chiapas es el principal productor mundial de café orgánico, 18 millones de toneladas anuales son producidas por más de 60 mil productores una tercera parte son mujeres indígenas y campesinas que cultivan los cafetos bajo la sombra de árboles nativos, sin usar agroquímicos para evitar contaminar la tierra (AMECAFE-SIAP, 2017). La variedad

de café que más se produce es denominada “Arábica”, también se cultiva el café “Robusta” que es la otra especie que se produce comercialmente en el mundo y se usa sobre todo en la industria de los cafés solubles (Barrera & Parra, 2014).

En México, la producción de café orgánico se inició hace más de una década en las fincas privadas y fue adoptado por algunas comunidades indígenas lo que hace que hoy día México sea el primer país productor de café orgánico certificado en el mundo (ver Cuadro 1).

Cuadro 1. Organizaciones Indígenas que producen café orgánico certificado

Estado Colima	Región Sierra Manantlán	Organización indígena campesina Coalición de Ejidos de la Costa Grande Alianza Campesina Revolucionaria Finca San Antonio.
Chiapas	El Soconusco Altos y Norte	ISMAM Soc. Otilio Montaña Unión de Ejidos y Comunidades de cafecultores de Beneficio Majomut Unión de Productores Maya Vinic Sociedad Flor de Amatan Soc.Ty Emmelon Nitch Klum de Palenque. Tzeltal- Tzotzil Cooperativa Limitada
Guerrero	Atoyac de Álvarez	Coalición de Ejidos de la Costa Grande
Oaxaca	Sierra Juárez Norte	Región Usila Región Chatina Soc. de Productores Rural Yeni Navan Unión de Comunidades Kyat-Nuu UCIRI UCIRI-100 años de Soledad.
Puebla	Tehuacán	Zihuatehutla Cashuacan Cutzalan Sociedad Palehuilizth Soc.Chica Huc-tiquitl Soc Tunkowini Coop. Tosepan Titiniske
San Luis Potosí	Xilitla	Sociedad de Solidaridad Social de Cuna del Café

Fuente: Propia de acuerdo con datos de SAGARPA, 2016.

En la década del noventa para México implicó el libre mercado y el retiro del Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), la quiebra de numerosas exportadoras locales y la descapitalización del sector, lo que alentó la imposición, así como la penetración de capital trasnacional en las etapas preliminares de la cadena del café, lo que conllevó a la eliminación de ciertos eslabones de la cadena de intermediarios.

En años recientes las exportaciones de café han aumentado, pero los ingresos han sido menores debido a la baja constante de los precios internacionales, lo que trae consigo una gran pobreza, provocando una interminable crisis social y económica dentro de los países productores. “Hoy, a nivel mundial, los cafetaleros reciben menos del 10 por ciento del precio de menudeo y menos de uno por ciento de lo que cuesta una taza de café en una cafetería. Por lo general, los pasos que siguen al tostado ocurren en el país consumidor, lo que significa que el 70 por ciento del precio final es capturado fuera del país exportador” (Pérez, 2004: 78).

Paradójicamente, el mercado del café, a nivel mundial, está dominado por solo por cinco grandes multinacionales: Kraft, Nestlé, P & G, Sara Lee y Tchibo estas trasnacionales controlan el 50% del mercado de café verde a nivel internacional. Mientras que los productores de los países en desarrollo siguen sumidos en la pobreza y cotidianamente más cafeterías elegantes abren sus puertas en Europa ofreciendo cafés exóticos (Intermón-Oxfam, 2002).

Las cooperativas de cafeticultores de Chiapas, que comercializan en el mercado de Comercio Justo se encuentran en riesgo debido al ingreso de empresas trasnacionales, como Nestlé y Agroindustrias Unidas De México (AMSA), que han monopolizado la producción y el mercado de café en la zona.

Al mismo tiempo las trasnacionales también se benefician de los programas y apoyos gubernamentales. Como fue el caso de AMSA, que entró como inversionista en la construcción de una planta procesadora de café, impulsada con fondos de los gobiernos federal y estatal. También es beneficiaria del Programa Trópico Húmedo, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, que le permite ofrecer al año 170 mil costales de 69 kilogramos cada uno y colocar como líder en el campo de la sustentabilidad, dada la tendencia a acercar productores y clientes finales. Esto conlleva a la multinacional a monopolizar la producción de origen hasta el mercadeo y crear una competencia desleal muy fuerte (Mariscal, 2017).

1.3.2 La cadena productiva del café

De acuerdo con información de Antonio Pérez Pachitan (coordinador de proyectos de Maya Vinic, diciembre de 2016), el camino que sigue el café desde su producción hasta su consumo final, es largo ya que atraviesa por muchas instancias antes de llegar a su destino final. Este proceso inicia con los pequeños productores que se encargan del acopio del café

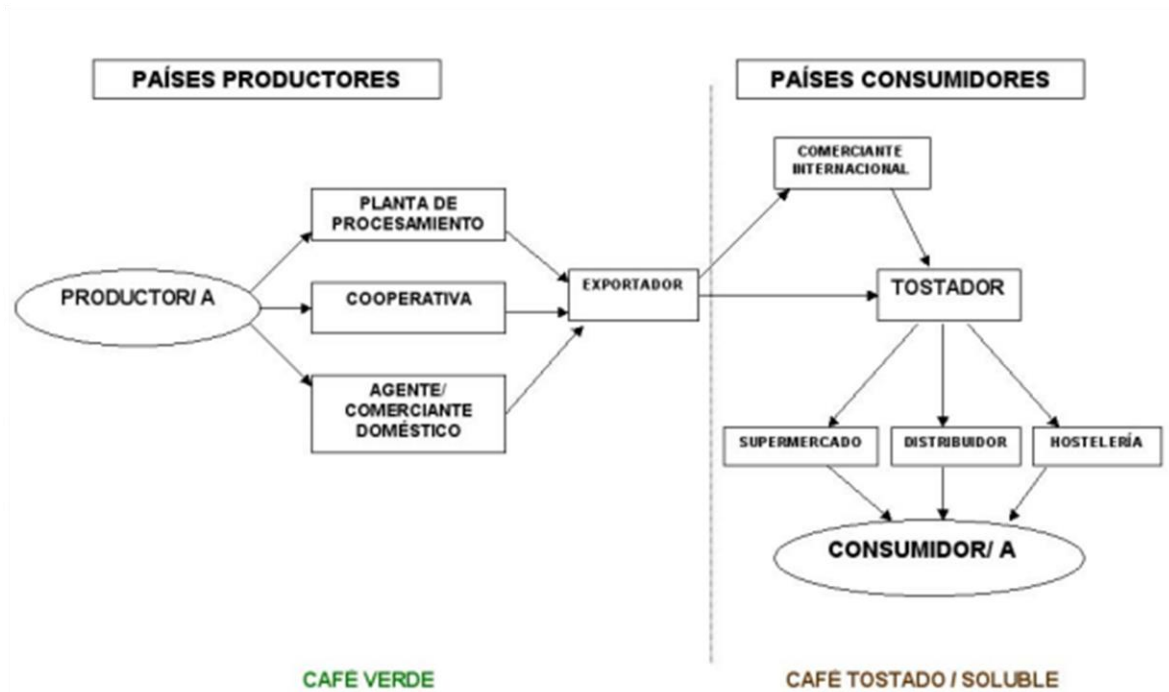
y, posteriormente, algunas veces es comprado por los intermediarios o “coyotes”, quienes frecuentemente son caciques locales y logran comprometer la cosecha de los pequeños productores otorgándoles microcréditos para la producción del café, que en ocasiones requiere de mano de obra externa (jornaleros) para el corte y acarreo del cultivo. Esto implica que los pequeños productores vendan su cosecha a un precio muy bajo y paguen los préstamos con tasas de interés elevadas.

El siguiente paso es trasladar el grano hacia la bodega de la organización, esta tarea es por cuenta de cada productor. En este proceso, la cadena del café es seguida por los torrefactores, quienes regularmente son los propietarios de la maquinaria requerida para transformar el café (beneficio) que deja al grano en condiciones de exportación en tres diferentes presentaciones: café verde, tostado y molido. Una vez que el café ha sido destinado a la exportación, las agroindustrias se encargan, concretamente, del proceso de exportación. Así el café de mejor calidad es exportado, mientras que los granos de menor calidad se destinan al mercado nacional o local.

Una vez que el café ha sido beneficiado por los torrefactores, los corredores de Bolsa de Valores, son los encargados de negociar el precio del aromático a nivel mundial, actuando como negociadores siguiendo las leyes del libre mercado, trabajando por comisión para las cadenas mundiales que cotizan en el mercado la Bolsa. Finalmente, en este eslabón se determinará el estándar del precio que será exportado hacia los países consumidores. Las cadenas de transnacionales a su vez cuentan con empresas dedicadas a la comercialización del café, y son las que tienen posibilidades de negociar el precio en la Bolsa de Valores, y son, mayoritariamente, quienes se encargan de tostar moler y envasar el café que habrá de presentarse en los supermercados y cafeterías. Los productores de café son los elementos sustanciales de la cadena productiva.

A continuación, presentamos en el Esquema 1, la “cadena” que ha sido definida como: el conjunto de actividades requeridas para llevar un producto o servicio desde que este es concebido, pasando por diferentes fases de producción hasta llegar al consumidor final.

Esquema 1. La cadena del mercado de café



Fuente: Adaptado de Ponte (2001).

En lo que va del presente siglo la cafecultura mexicana está viviendo una profunda crisis que exige un cambio de rumbo. Y los productores organizados han asumido el desafío y buscan, afanosamente, alternativas propicias y transitables. De lo que logren dependerá el futuro del aromático mexicano, de cientos de familias que lo cultivan, de varios millones de trabajadores que se emplean en las pizcas y de muchos más que habitan en zonas cafetaleras y aunque no lo produzcan ni cosechen, están amarrados a los destinos del grano (Martínez, 2018).

Hasta aquí se han expuesto de manera muy general y breve el contexto de la economía mundial, así como la de México en lo referente a la producción y comercialización de café y los aspectos más relevantes del Comercio Justo. Sin embargo, no hemos trasladado más a detalle su operatividad al escenario mexicano, específicamente a la región de Los Altos de Chiapas. Por ello, a continuación, analizaremos el contexto de la región, así como la introducción de esta alternativa de Comercio Justo en la zona de estudio.

CAPÍTULO 2. LA REGIÓN DE ESTUDIO: EL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA ORGANIZACIÓN MAYA VINIC

2.1 Los altos de Chiapas



Foto propia: Comunidad Tzajalchen Chenalhó, enero 2017.

El presente capítulo busca describir los elementos del contexto geográfico, demográfico, histórico, y socio-político del estado de Chiapas que generaron las condiciones para el surgimiento de la organización Sociedad Civil Las Abejas y su Cooperativa cafetalera Maya Vinic, objeto de estudio de esta investigación, la cual involucra a setenta y seis comunidades de los municipios de Chenalhó, Pantelhó y Chalchihuitán, principalmente, donde se agrupan alrededor de ocho mil personas miembros de Las Abejas, que dependen directamente de la actividad productiva del cultivo del café orgánico producido por Maya Vinic, como se analizará y profundizará en el tercer capítulo de esta investigación.

Ubicación Geográfica

En la zona Altos se encuentra el área de influencia de la Cooperativa cafetalera Maya Vinic, entendiéndose por ello, el territorio en el cual habitan la mayor parte de los socios. Esta zona está ubicada en la parte más elevada del Macizo Central, que va de los 1,500 metros en la cabecera municipal de Chenalhó hasta los 2,800 metros en la región de Chanal y los 2,200

metros en Chamula. La región Altos, también conocida con el nombre de Mesa Central, desde el punto de vista estrictamente morfológico, constituye un macizo montañoso de apariencia imponente por lo complicado de sus ramificaciones y la sucesión interminable de cumbres, de barrancas, de cañadas y de lomeríos. A pesar de lo accidentado del relieve, se cuenta con algunos pequeños valles como los de Amatenango del Valle, Chenalhó, Zinacantán y, el principal, San Cristóbal de Las Casas, en los que se asientan las cabeceras municipales correspondientes.

La región V Altos Tzotzil-Tzeltal se caracteriza por tener una diversidad cultural, que corresponde a una población en su mayoría indígena rural. Está conformada por 17 municipios: Aldama, Amatenango del Valle, Chalchihuitán, Chamula, Chanal, Chenalhó (municipio sede de la Cooperativa Maya Vinic- Las Abejas y donde se concentra, hasta el día de hoy, la mayor parte de sus comunidades), Huixtán, Larráinzar, Mitontic, Oxchuc, Pantelhó, San Cristóbal de Las Casas, San Juan Cancuc, Santiago El Pinar, Tenejapa, Teopisca y Zinacatán (ver Mapa 1).

Existen diferencias significativas entre las partes sur y norte de Los Altos, sin embargo, la diferencia principal, teniendo en cuenta que la parte norte es en donde se desarrolla la Cooperativa Maya Vinic-Las Abejas, radica en que: las tierras del norte son algo mejores y su menor altitud sobre el nivel del mar, que las hace más propicias para el cultivo del café. Debido a las condiciones climatológicas con las que cuenta el estado de Chiapas es ideal para el crecimiento de esta planta, ya que el cafeto es una planta muy delicada que requiere de lugares tropicales, pues las lluvias son parte fundamental en su producción.

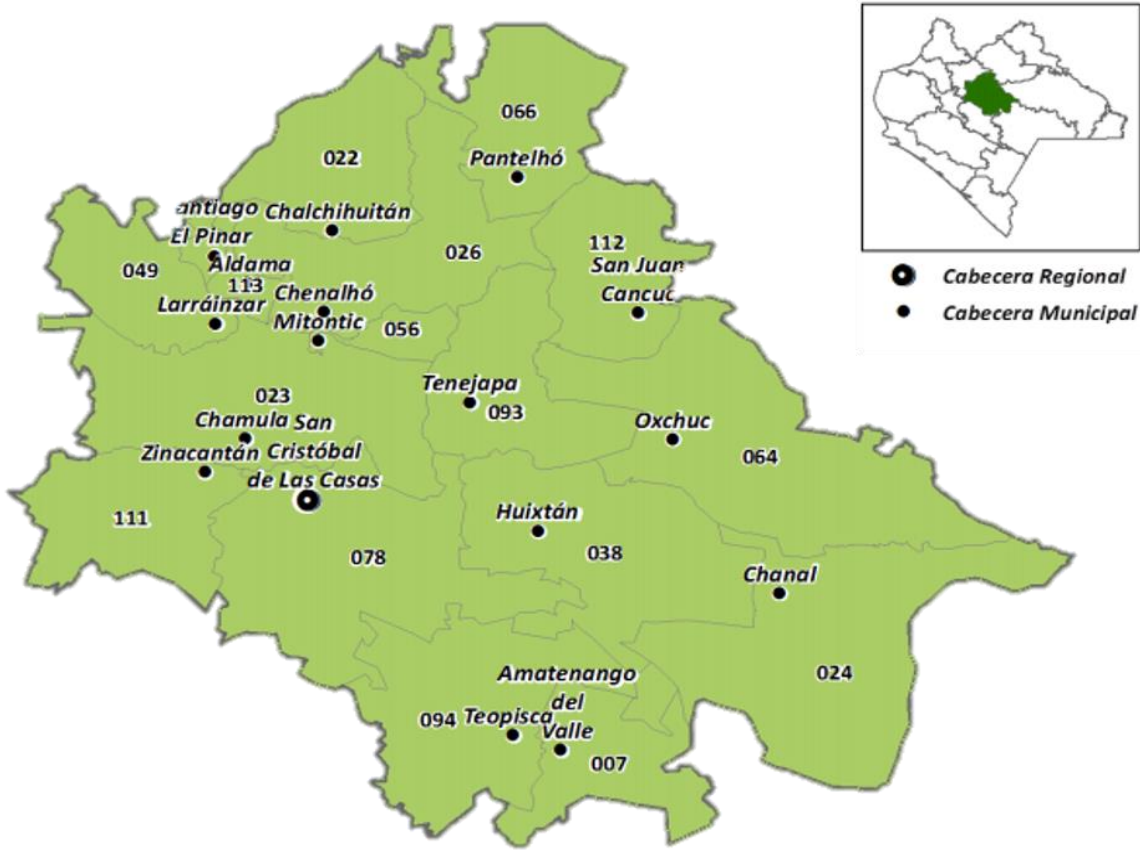
En Chiapas, de acuerdo con la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas. Programa institucional. 2013-2018, del Gobierno del estado de Chiapas (2013: 20):

[...] el cultivo del café (*caffea arabica*) para la explotación arrancó con fuerza a partir de 1890 en la subregión de El Soconusco, Llanuras del Pacífico, en el contexto de la economía exportadora mexicana de la era del capitalismo liberal (1870-1929). El siglo XX las plantaciones se extendieron hacia otros lugares del estado como Los Altos y la zona de Comitán. Actualmente, son 13 las delegaciones donde se registran cafetales: Ocosingo, Palenque, Yajalón, Pichucalco, Bochil, San Cristóbal de Las Casas, Comitán, Copainalá, Ocozocoautla de Espinosa, Ángel Albino Corzo, Mapastepec, Motozintla y Tapachula.

Es así como la dinámica general del cultivo cafetalero en Chiapas ha sido la expansión geográfica por distintas regiones. La delegación regional de San Cristóbal de Las Casas es la segunda con mayor número de productores (15.39%) del total de Chiapas. Esta región se integra con 13 municipios: San Cristóbal de Las Casas, San Juan Cancuc, Oxchuc,

Tenejapa, Pantelhó, Chenalhó, Chalchihuitán, Teopisca, Amatenango del Valle, Santiago el Pinar, Larrainzar, Mitontic y Aldama, municipios originarios de lengua tzotzil, tzeltal y castellano.

Mapa 2. Región V Altos Tzotzil-Tzeltal



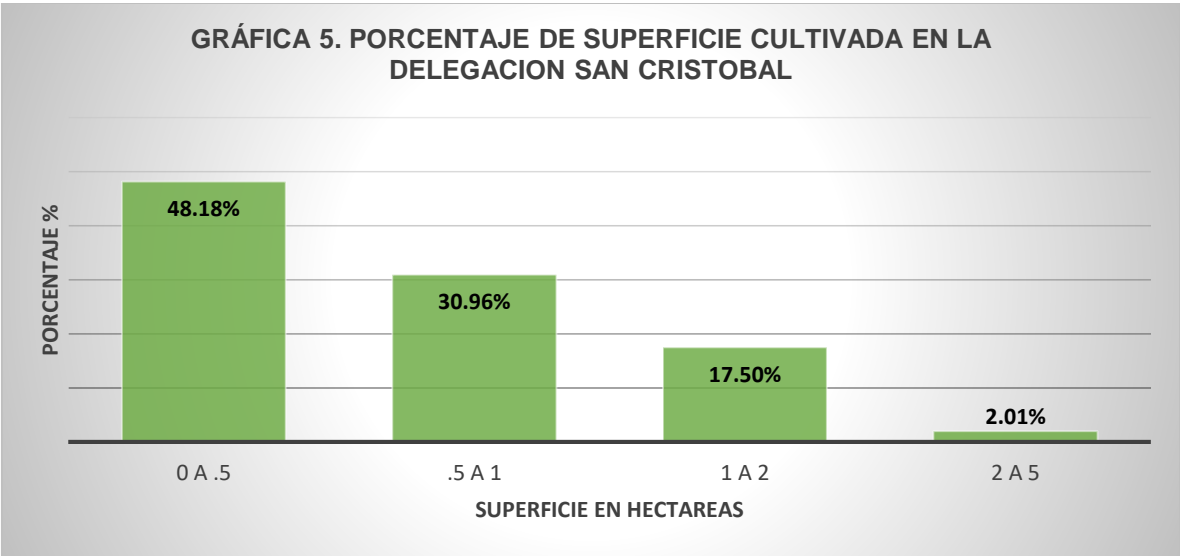
Fuente: CIEG, Regiones Socioeconómicas, Región V Altos Tzotzil-Tzeltal.

Fuente: Programa Nacional de Desarrollo, 2008.

San Cristóbal de Las Casas, como delegación, concentra a la mayoría de sus productores con menos de una hectárea con cultivo de café, esta región se caracteriza por sus terrenos en la montaña, con pendientes mayores a los 30 grados y por su clima cálido templado con lluvias todo el año, estas condiciones climatológicas son adecuadas para el desarrollo del

café, producto en el que se basa la economía los pequeños productores en Los Altos de Chiapas.

De acuerdo con la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas (COMCAFE, 2014), el 48.98% de productores mantienen menos de media hectárea, el 30.96% llega a tener cultivo de café hasta una hectárea y el 17.56% reporto a COMCAFE dos hectáreas de cultivo, y el resto tiene más de dos hectáreas (ver Gráfica 5). El problema de uso y tenencia de la tierra hasta la fecha no ha sido resuelto, los datos mostrados demuestran que dichas cantidades de tierra no son suficientes para la explotación de los productores con el fin de satisfacer sus necesidades económicas de subsistencia.



Elaboración propia con datos del COMCAFE (2014: 14).

2.1.2 Condiciones estructurales del municipio de Chenalhó

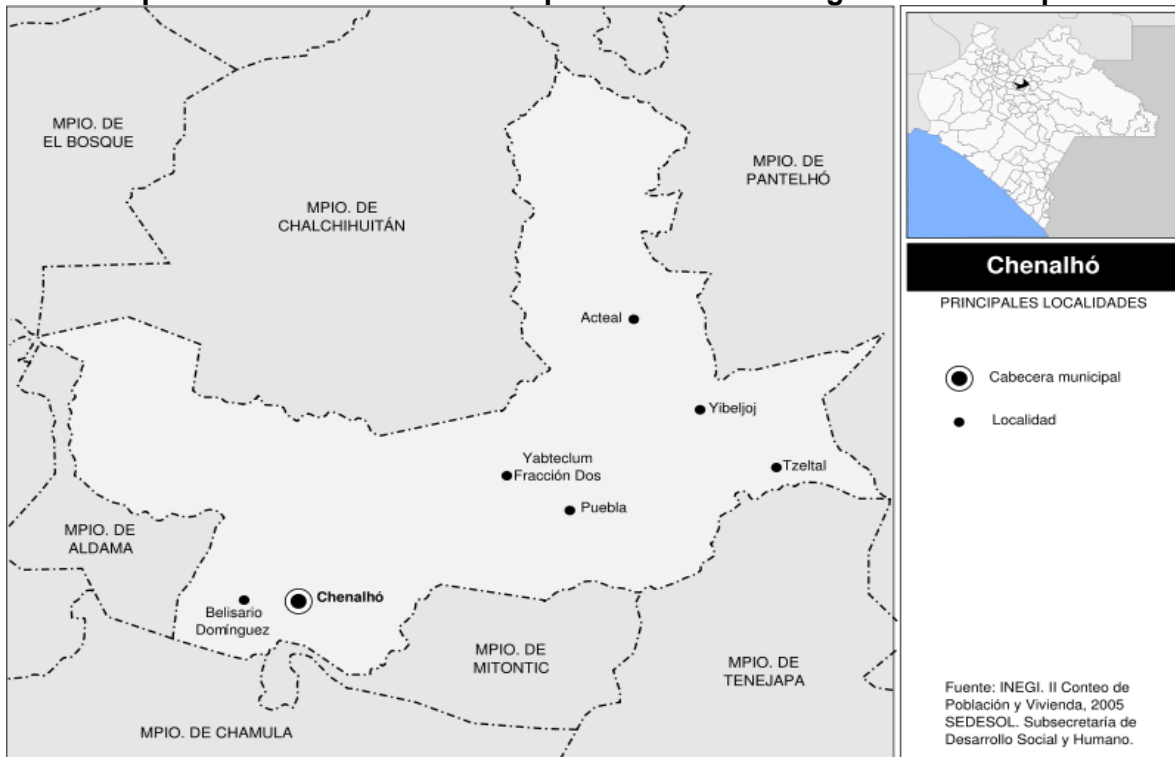


Foto propia, comunidad de Acteal Municipio de Chenalhó, enero de 2017.

Entre la lejanía y las curvas montañosas se encuentra los cafetales. El municipio de Chenalhó está ubicado en la región de Los Altos de Chiapas, a unos setenta kilómetros de la zona turística San Cristóbal de Las Casas. Pero fue hasta el 22 de diciembre de 1997, cuando ocurrió la masacre de Acteal, que se dio a conocer a todo el mundo. Chenalhó es un municipio con tierras muy fértiles, perfectamente aptas para cultivar café orgánico de alta calidad y muchos cultivos más. Pero a pesar de la riqueza natural, Chenalhó es pobre en el acceso a servicios de salud, de educación y de agua, y con una carencia de justicia económica y social.

En el municipio de Chenalhó es donde surge y se concentran la mayor parte de los socios de la organización Cooperativa Maya Vinic, que a su vez son miembros de la Sociedad Civil Las Abejas de Acteal, que colinda al norte con los municipios de Chalchihuitán y Pantelhó al Oeste con Tenejapa, Mitonic, Chamula y Aldama; y al Oeste con Aldama, San Andrés Larrainzar y Chalchichuitán. También en dichos municipios se encuentra socios de Maya Vinic (ver Mapa 3).

Mapa 3. Localización del Municipio de Chenalhó. Región Altos Chiapas



Fuente: Elaboración propia, basado en el II Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2005). SEDESOL Subsecretaría de Desarrollo Social y Humano (2005).

Su cabecera municipal se encuentra situada al noreste de San Cristóbal de Las Casas y a 36 kilómetros de la misma. Tiene 96 localidades y una población total de 36,111 habitantes, el municipio cuenta con una superficie de 245.94 km² lo que representa el 0.34% de la superficie total del estado y destina más de mitad, 134.31 km², a actividades agrícolas. Sin embargo, la superficie del municipio está constituida en un 90% de terrenos accidentados, encontrándose únicamente zonas planas en la cabecera municipal (INEGI, 2010).

En el municipio de Chenalhó, donde vive la mayor parte de los miembros de Las Abejas, la incidencia de pobreza se reflejada en el 91.1% de su población. La mayoría de las familias no tienen el ingreso suficiente para subsanar los gastos de alimentación, vestido y calzado, vivienda, salud, educación y transporte público para la zona (Viqueira, 2004).

a) Estructura poblacional

En la primera visita que se realizó a la zona de estudio, al ir avanzando por la carretera desde de San Cristóbal de Las Casas a la bodega de la organización Maya Vinic, ubicada en el municipio en Acteal municipio de Chenalhó, empiezan a aparecer rostros indígenas tzotziles de niños, de mujeres, de acianos y de hombres con su ropa de manta y de lana

que caminan por la orilla del camino cargando leña o costales con granos de café, de la cosecha, sobre su espalda. Ellos son parte del 98% hablantes de lengua indígena Tzotzil de un total de 38,606 pobladores que habitan el municipio de Chenalhó en alguna de las 96 comunidades que integran el municipio (INEGI. 2010).

De acuerdo a los resultados del Censo de Población y vivienda 2010 del INEGI, la población estatal asciende a 4 796,580 habitantes, de los cuales, 601,190 pertenecen a la región Altos representando el 12.53% de la población estatal, convirtiéndola en la tercera región más poblada en el estado y catalogada en el duodécimo lugar de marginación estatal por vivir en una situación de muy alto grado de marginación, como se muestra (ver Cuadro 2).

Cuadro 2. Población total en la región de Los Altos de Chiapas por municipio y grado de marginación 2010²

MUNICIPIO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	GRADO DE MARGINACION
CHALCHIHUITAN	14,497	7,135	7,362	MUY ALTO
CHENALHO	38,606	19,067	19,539	MUY ALTO
LAS MARGARITAS	121,028	59,386	61,642	MUY ALTO
OCOSINGO	215,717	107,459	108,258	MUY ALTO
OXCHUC	44,436	22,477	21,958	MUY ALTO
PANTELHO	21,374	106,15	107,59	MUY ALTO
SALTO DE AGUA	605,76	30,038	30,538	MUY ALTO
SIMOJOVEL	44,912	22,094	22,808	MUY ALTO

Fuente: Elaboración propia con base al Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2010).

La precaria situación económica de la población indígena y campesina es uno de los rezagos históricos de la entidad y de la región, lo cual ha provocado una gran movilidad migratoria hacia otras ciudades del estado o del país. La región se caracteriza por altos niveles de pobreza, además de conflictos sociopolíticos que emergen de su compleja realidad. Casi la totalidad de sus municipios indígenas están clasificados con un índice de desarrollo muy bajo y con un grado de marginación muy alto (García, 2010).

² Los datos de población por municipio, se integraron con base a las proyecciones 2010-2030, publicados por el Consejo Nacional de Población (CONAPO). El grado marginal, fue tomado del índice y grado de marginación, lugar que ocupa Chiapas en el contexto nacional y estatal por municipio, emitidos por el CONAPO.

b) Infraestructura

En este apartado se mostrará las condiciones sociales del vivir cotidiano de las comunidades con influencia de Maya Vinic. Con respecto a la infraestructura carretera de la región, es deficiente lo cual sido un elemento que afecta a las comunidades aledañas a Maya Vinic, ya que resulta ser una dificultad para desplazar sus productos que producen al centro de acopio al no contar con caminos pavimentados. Así mismo comparten la carretera pavimentada que va de San Cristóbal de Las Casas a Pantelhó. Existen varios caminos de terracería que comunican con la mayoría de las comunidades lo que implica más tiempo de traslado. Solo hay transporte de redilas que va de las cabeceras municipales a San Cristóbal de Las Casas, así como taxis colectivos, pero no alcanzan a llegar a todas las localidades de los municipios, por las condiciones propias del terreno carentes de pavimentación, por lo que el acceso a la mayoría de las comunidades es peatonal.

En el municipio de Chenalhó se cuenta en algunas localidades con servicio de radio y telefonía rural, particularmente en la comunidad de Acteal, existe una red satelital de internet, que fue donación de una ONG internacional para monitorear la situación de conflicto en la comunidad. Solamente en las cabeceras municipales cuentan con el servicio de líneas telefónicas. En cuanto a servicios públicos, la infraestructura no cubre las necesidades de todas las comunidades de estos municipios, existen carencias de escuelas, de agua potable, luz, drenaje y servicios médicos (ver Cuadro 3). En algunas zonas de influencia zapatista se cuenta con energía eléctrica (como las localidades de Polhó, Acteal y Tzajalchen), aunque el servicio de suministro eléctrico no es pagado por los habitantes por desobediencia civil.

Cuadro 3. Características de la vivienda

Municipio	Tierra	Cemento	Madera o mosaico	Agua	Drenaje	Energía
Chalchihuitán	1,672	1,185	13	894	722	2,259
Chenalhó	2,309	4,426	61	4,705	2,663	6,377
Pantelhó	1,264	2,259	149	3,012	2,363	3,284

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.

Teniendo en cuenta que las viviendas se convierten en un espacio de importancia para la familia, porque aparte de ser el lugar de convivencia diaria es el lugar donde se lleva la cosecha de café, para luego lavarlo, fermentarlo y ponerlo a secar en los patios antes de

venderlo en la bodega de acopio de Maya Vinic. Las viviendas deberían ser dignas y decorosas como un acto de derecho elemental de justicia social.

Los medios de comunicación son casi nulos, excepto donde se capta la radio con estaciones que llegan a la región se puede sintonizar una estación “Radio Zapatista” controlada por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, en general existe una carencia de prensa escrita.

c) Principales actividades agrícolas

En cuanto a sus principales actividades económicas, de acuerdo al Programa Regional de Desarrollo 2013-2018, son las primarias: agricultura, y ganadería. La superficie sembrada de Chenalhó es de 9,393.0 hectáreas con cultivos de maíz, frijol y café, principalmente; también se siembran verduras como: chayote, papa, jitomate y lechuga, y exportan frutas como: naranja, lima, plátano, papaya, limón y piña. Actualmente, la agricultura que llevan a cabo en la milpa es orgánica tanto para autoconsumo como para exportación; esta práctica es una ampliación de Comercio Justo.

Chenalhó en el año de 2016 tenía una superficie sembrada de café de 3,950.0 hectáreas con una producción de 13, 613.0 toneladas, con un rendimiento de 2.94 toneladas por hectárea y es concentrado en la bodega de acopio Maya Vinic (Maya Vinic, 2016). Así el municipio de Chenalhó figura como el principal productor de café del distrito de San Cristóbal de Las Casas. Las características de la superficie agrícola con el cultivo de café son las siguientes: el 98.40% no está mecanizada, por las condiciones complicadas de los terrenos del municipio: pendientes altas y empedradas; el 80.72% no hacen uso de químicos (Padrón de Productores de 2016-2017 de CERTIMEX).

De acuerdo a la información obtenida en campo, proporcionada por Cristóbal Arias (socio fundador y actual tesorero de Maya Vinic, 2016) menciona que las tierras son destinadas, principalmente, a cultivos de café, maíz, frijol, calabaza, leña y áreas de descanso con acahuals (área de montaña). Los encargados del cuidado de la tierra son hombres, mujeres y niños, es decir, en las actividades de trabajo participa toda la familia.

De los productos agrícolas del municipio y sus alrededores, el café es el principal cultivo, destinado a la venta ya sea que los pequeños productores vendan su café con las organizaciones cafetaleras de la región o con los intermediarios locales (coyotes), mientras

los demás productos se emplean para el autoconsumo en el seno familiar y en ocasiones se venden los excedentes en las tiendas de la comunidad.

Así a partir de las relaciones que se establecen con los intermediarios locales del café, tenemos que en la estructura de las relaciones sociales se derivan procesos de explotación y dominio por parte de los acaparadores hacia los indígenas. Por las condiciones de abandono del campo los pequeños productores son presa fácil de los intermediarios y acaparadores locales y regionales que les ofrecen dar salida a su producción, aun cuando los precios que pagan sean inferiores a los establecidos en el mercado nacional e internacional (Cristóbal Arias, socio y tesorero de Maya Vinic, 2016).

En el mercado internacional el panorama no es mejor; a falta de un organismo regulador las transnacionales ejercen un control monopólico sobre el comercio del grano que repercute, negativamente, en la economía inmediata de los pequeños productores que tienen el cultivo del café como principal fuente de ingresos. Sin embargo, algunos campesinos organizados como los de la Cooperativa Maya Vinic, en el proceso de producción, transformación y comercialización del café, han dejado a un lado la estructura de los intermediarios al encontrar otros mercados para la venta directa del aromático a Comercio Justo, lo que contribuye con mejores ganancias para los pequeños productores como es con los socios de la Cooperativa Maya Vinic.

A través de la observación de campo se pudo apreciar en algunos hogares de la región la crianza de traspatio sobre todo de ganado porcino y aves de corral es de consumo familiar esto ayuda a la manutención de las familias y a su dieta insuficiente en base a frijol y tortilla.

d) Actividades económicas alternas de los miembros de Maya Vinic

Mediante información proporcionada por Rubicel Pérez y su familia (socios de Maya Vinic, 2016) menciona que el empleo en la construcción es una actividad alterna a la producción del café para los hombres de las comunidades, que muchas veces la realizan, principalmente, en San Cristóbal de Las Casas, en Tuxtla Gutiérrez y en Cancún, separándose de la familia por periodos de seis meses o más para luego regresar a la cosecha de café. Por otra parte, la complementación de las labores del campo ocurre también en algunos talleres de carpintería y en la elaboración de textiles bordados con diseños tradicionales, donde participan los hombres y las mujeres, cuyos productos, generalmente, se venden en la comunidad y en los mercados de las cabeceras municipales,

o en cooperativas organizadas de mujeres artesanas, apoyando con esta actividad los ingresos familiares.

Otra actividad económica observada en campo, es el comercio local (en la plaza) que permite adquirir artículos de primera necesidad a las familias de Maya Vinic, ya que los recursos económicos son insuficientes para desplazarse a otros municipios. Los artículos que consumen son: ropa, calzado, hilos, estambre agujas, materiales para la construcción, herramientas y papelería entre otros que se venden, a través de pequeños comercios en la cabecera municipal o en las tiendas de las comunidades donde viven miembros de la cooperativa.

e) Tenencia de la Tierra

De acuerdo con la descripción realizada por la cooperativa Maya Vinic, se trata de campesinos que tienen pequeñas extensiones de tierra dedicadas al cultivo, mantienen la milpa como parte de sus formas de producción propias y su diversificación de actividades productivas.

Son cafecultores que cuentan con un máximo de dos hectáreas para el cultivo de café y un mínimo de media hectárea. Los productores de café de Chenalhó manifestaron, en entrevistas llevadas a cabo en la zona de estudio, que sus terrenos de cultivo están en localidades dentro del mismo municipio y otras alejadas de sus lugares de residencia. El tipo de tenencia de la tierra que predomina en esta región es propiedad ejidal y comunal, que produce bajo los usos y costumbres de las comunidades indígenas donde prevalece el minifundismo, la propiedad corresponde en un 67.2% a terrenos comunales; 16.4% son ejidales y el 16.4% son pequeñas propiedades, en total los tres municipios están registrados ante el Programa de Certificación de Derechos Ejidales y Titulación de Solares (PROCEDE), un total de 18 núcleos agrarios (Núcleos Agrarios-INEGI, 2006). Territorialmente, un núcleo agrario comprende uno o varios polígonos ejidales o comunales, estos polígonos ejidales son definidos como linderos o superficies correspondientes a cada acción agraria mediante la cual se dota de tierras a un núcleo agrario.

f) El papel del Estado mexicano en los municipios de Chenalhó, Chalchihuitán y Pantelhó.

Suponemos que con la globalización se dan transformaciones que no sólo modifican las estructuras referidas a la sociedad y el Estado, y, por ende, las relaciones entre ellos, sino

que sobre todo tiene repercusiones en las condiciones de vida de la sociedad, lo que provoca cambios en los diferentes planos de las tensiones políticas y sociales.

En el caso del estado Chiapas “se refleja la impunidad con la que operan las instituciones encargadas de impartir “justicia” existe complicidad de los fiscales con peritos, policía estatal y municipal, pero sobre todo la operación de grupos paramilitares. Se cobija con el manto de la impunidad a los delincuentes y se actúa de manera prepotente con las víctimas. El gobierno de Manuel Velasco, se ha caracterizado de autoritario, represivo, intolerante y doble moralista” (Vásquez, 2004: 99).

Actualmente, el acceso a los recursos gubernamentales está condicionado a aquellos grupos partidistas, la situación del área de influencia de Maya Vinic, principalmente del municipio de Chenalhó es muy desventajosa pues ellos no cuentan con esos apoyos.

Así mismo, los proyectos que se ponen en marcha responden aún a relaciones clientelares entre los gobiernos locales y el gobierno del estado, que mantienen a las comunidades en el subdesarrollo. Es importante mencionar que, en el nivel del gobierno, el clientelismo se asocia a la mal llamada gobernabilidad que, en realidad, busca la estabilidad política y, en el nivel de los gobiernos locales, las relaciones clientelares están asentadas en caudillismo personalistas a los que poco les importa la formación de instituciones duraderas y solo buscan beneficios personales o grupales.

El poder político y el poder militar constituyen factores fundamentales para entender el gobierno real sobre el territorio. Al respecto David Harvey (2004: 260) plantea que “aquéllos que gobiernan el espacio siempre pueden controlar las políticas del lugar, aun cuando y éste es un corolario fundamental hace falta, en primer término, tener control sobre algún lugar para gobernar el espacio”.

Aun a sabiendas, que la función del municipio como gobierno local es facilitar el desarrollo, en los municipios base zapatista no tiene participación. Son los propios productores los que se responsabilizan de construir caminos, escuelas, clínicas de salud, redes de agua y de energía eléctrica.

La masacre de Acteal fue el resultado de la continua violencia paramilitar y un parteaguas en la historia de Chiapas y el mundo. Inmediatamente después de la matanza el despliegue militar se desbordó en mayor escala: retenes en las carreteras, cateos en viviendas, detecciones arbitrarias, patrullajes constantes y establecimiento de campamentos militares,

todo como parte de una estrategia con dos objetivos: intimidar y penetrar a las comunidades, a la vez que se hacía parecer frente a la opinión pública que el gobierno estaba tomando cartas en el asunto. La masacre de Acteal evidencio el profundo involucramiento de instancias gubernamentales y sus funcionarios, así como de instituciones de seguridad y sus mandos de desarrollo, promoción y protección de grupos paramilitares.

El paramilitarismo es parte de un proyecto político, económico y militar que busca proteger y acumular riqueza sin importar el costo social y humano. Es una herramienta que altera, radicalmente, la correlación de fuerzas a favor del capital en términos políticos y económicos. No hay duda que el paramilitarismo es un elemento central en la consolidación de las bases políticas de disciplina y paz social que el capitalismo exige.

Es importante recalcar que el Estado desempeña un papel activo a favor de la organización e integración de las clases dominantes, a la vez, que atenta y desarticula, por medio de la violencia, a las clases dominadas. Sin embargo, es vital señalar que el principal responsable de la violencia en el estado de Chiapas es el gobierno mexicano, este ha mantenido deliberadamente en la impunidad los crímenes que le son útiles políticamente y militarmente, mediante instancias oficiales ha apoyado y protegido a un gran número de grupos paramilitares y ha mantenido una campaña de desinformación contra de las comunidades y movimientos que se oponen a su proyecto de Estado (CDHFBC, 2000).

Es importante no olvidar que, el objetivo más importante de los programas asistencialistas oficiales, es anular la construcción de alternativas civiles, garantizando la continuidad de la pobreza, buscando maquillar el discurso de desarrollo, de respeto y garantía de los derechos humanos.

g) Breve historia del municipio

El municipio de Chenalhó ha tenido una historia marcada por las diferencias sociales, políticas y religiosas entre grupos poblacionales; sean indígenas, mestizos, ladinos y campesinos, lo que ha generado diversos conflictos entre los pobladores de las comunidades, como entre familias, así como en contra del gobierno en sus tres niveles.

En la actualidad sigue vigente el conflicto iniciado en 1970 entre los municipios de Chenalhó y Chalchihuitán por la disputa de más de 800 hectáreas del territorio entre los límites que

divide a los municipios y que se ha referido a problemas religiosos y políticos, en donde los conflictos entre la población simpatizante del zapatismo y los no zapatistas sobresalen.

Para entender el conflicto en Chalchihuitán y Chenalhó, se hace referencia al análisis sobre el caso que elaboró el Servicios y Asesoría para la Paz A.C. (2017: 12).

Ahora mismo insistimos que la violación a los derechos a la vida, seguridad e integridad personal derivados de estos desplazamientos forzados es responsabilidad del Estado mexicano al no haber resuelto de fondo el conflicto de límites territoriales (900 hectáreas) existentes entre los municipios de Chalchihuitán y Chenalhó, que desde el año 1973 inicio con los trabajos de reconocimiento y titulación de los bienes comunales de ambos pueblos por parte de la extinta Secretaria de la Reforma Agraria actualmente Secretaria de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU). Al realizar las mediciones no se tomaron en cuenta los límites que ambos pueblos venían respetando: el rio como límite natural.

A raíz de ello, contribuyó a la administración del conflicto y al escalamiento de la conflictividad por las tenciones entre ambos pueblos, situación que se llevó ante el tribunal agrario y que no ha resuelto la conflictividad, ya que se siguen suscitando, robos, destrucciones de cultivo, invasiones de tierra e incluso dos asesinatos. Y actualmente el desplazamiento forzado de 5 023 personas de Chalchihuitán y más de 900 personas desplazadas de Chenalhó.

Anteriormente, en 1994, una parte de la población de Chenalhó fue la que participó activamente en la lucha armada, los indígenas después de la larga historia de discriminación, la falta de tierras y los conflictos religiosos, dieron la pauta para que la población decidiera tomar las armas y tratar de tener una mejor calidad de vida de las familias indígenas campesinas.

De acuerdo con Mariano Pérez, Cristóbal Ruíz y Juan Pérez socios fundadores y responsables de la mesa directiva de la Cooperativa Maya Vinic en entrevista llevada a cabo en diciembre de 2016, expresan que “como resultado de la participación zapatista fue la creación de los municipios autónomos, en la región se consolidó el municipio autónomo de Polhó en 1996; en la actualidad está rodeado de población simpatizante y no simpatizante al Ejercito Zapatista de Liberación Nacional, de un cuartel militar y de una delegación de policías locales para mantener cercado al municipio y tratar de controlar a la población de no cometer acciones en contra del gobierno”. Esta información se puede confirmar, plenamente, al transitar por la carretera, dado que el municipio de Polhó se encuentra a pie de carretera y donde se observa la presencia del ejército. Sin embargo, la población ya no se siente intimidada por el cuartel, ya que procuran hacer su vida cotidiana “normal”, al grado de poner un mercado de comida y artículos de primera necesidad sobre la carretera con dirección a Chenalhó.

Otro acontecimiento que marco la vida de la población de Chenalhó fue la masacre en la comunidad de Acteal; el 22 de diciembre de 1997; donde fueron asesinados 45 indígenas entre hombres, mujeres, ancianos y niños que se encontraban orando en la Ermita de la comunidad. Algunos socios de la organización, que fueron testigos de esta masacre manifestaron que, la masacre fue realizada por grupos de paramilitares creados por el gobierno en contra de las familias indígenas. De acuerdo con el Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas (CDHFBC) dicha masacre tuvo como fin dismantelar y reprimir a los municipios autónomos zapatistas (CDHFBC, 1998; Ruíz, 2006).

La masacre no fue el resultado de problemas familiares, religiosos o políticos, más bien fue el resultado de la lucha por un Estado de derecho, respeto y equidad. Que exclamaban al gobierno mexicano indígenas simpatizantes zapatistas. El ataque de Acteal estuvo acompañado de una secuencia de acontecimientos en pro de perjudicar la vida de las comunidades indígenas: persecución a indígenas católicos, desplazados, ataques paramilitares, tráfico de armas, extorciones, despojo de tierras y quema de casas (CDHFBC, 1998; Ruíz, 2006).

Podemos mencionar que el área de influencia territorial de la organización al interior de este municipio es sumamente variable ya que el número de sus integrantes varía constantemente, debido a procesos de redefinición y de reconfiguración constante al interior de la misma. Asimismo, algunas comunidades como Tzajalchen, en donde surgió la organización “Las Abejas”, ha sido un bastión históricamente importante de la misma, concentrándose ahí un importante número de integrantes de ella. Al mismo tiempo, la dinámica propia de la organización hace propicio que exista mucha movilidad entre sus miembros.

Su influencia política y posicionamiento en la zona no depende tanto del número de sus miembros o familias miembros, sino que se basa en su referencialidad como organización indígena no violenta y en su lucha por la justicia después de la masacre de Acteal. Teniendo en cuenta que uno de los cambios más importantes, en los últimos cincuenta años, en la agricultura de subsistencia donde se producía principalmente maíz, practicada en algunos municipios de la región Altos de Chiapas, fue la inserción de la cafecultura, como una nueva actividad productiva, al encontrar en la región las condiciones naturales propicias para el cultivo del café.

Como se ha mencionado, este cambio hacia la producción del café provocó que los municipios productores alcanzaran la producción familiar del aromático y también comenzaran a requerir de organizaciones formales que permitieran lograr una mejor inserción en el mercado. Fueron surgiendo así varias organizaciones, algunas impulsadas por políticas gubernamentales y otras buscando, por sí mismas, alternativas económicas de ingreso. Según un estudio realizado por Parra y Moguel (1998: 20-25) “las organizaciones cafetaleras tenían asociados al 67.3% de la población productiva organizada formalmente en Los Altos, lo cual demuestra el gran número de productores y de organizaciones productoras de café que han existido en la zona”.

CAPITULO 3. LA LUCHA DE MAYA-VINIC, COOPERATIVA CAFETALERA DENTRO DE COMERCIO JUSTO

3.1 Región, historia y contexto

En el campo mexicano se han presenciado numerosas luchas por parte de los productores rurales y, en muchos casos, tienen como objetivo principal obtener mejores condiciones para la producción, que redunden en la elevación de la calidad de vida de los productores. Estos procesos a nivel organizativo, pueden asumir figuras legales diversas de acuerdo a los intereses y las decisiones de los sujetos involucrados. En estas figuras jurídicas para la producción rural como, en el caso de esta investigación, para las Sociedades Cooperativas resultan ser una instancia que tiene control sobre los procesos productivos y, al mismo tiempo, buscan ser un modelo que implica el desarrollo en la región, con procesos democráticos en su funcionamiento social.

En este capítulo, se analiza a detalle el caso de la Unión de Productores Maya Vinic Sociedad Cooperativa de Responsabilidad Limitada, de Capital Variable, en el contexto del sector cafetalero y sus relaciones socioeconómicas encausadas a la autogestión e inserción en el mercado de Comercio Justo a través de la apropiación del cultivo de café orgánico. La lucha de los pequeños productores en el caso de la Cooperativa Maya Vinic, basados en el cultivo del café en la región, encuentra canales de organización concretos, en donde dicho cultivo representa un medio de la lucha por mejores condiciones productivas comerciales y sociales.

De esta manera, la Unión de Productores Maya Vinic, emerge como sujeto colectivo en el seno de la organización Sociedad Civil “Las Abejas”, y es fruto de un proceso interno sobre los problemas inmediatos de los productores de café, y de los obstáculos que para la comercialización del mismo que se presentaron a raíz de la masacre de Acteal en 1997.

Antonio Ruíz (socio fundador y actual gerente de comercialización de Maya Vinic, diciembre de 2016) expresa que “los socios productores trabajaron fuerte: organizándose y legalizando su cooperativa, recuperando las tierras abandonadas por la violencia en la zona, aprendiendo y enseñando, mutuamente, nuevas prácticas en compostaje, podas y conservación de suelos y comunicando al interno para fortalecer los lazos y al externo para encontrar un mercado más justo, todo eso en búsqueda de una alternativa mejor a que lo que habíamos conocido hasta la fecha”.

3.2 Conformación de la Unión de Productores Maya Vinic, Sociedad Cooperativa. Los orígenes de Maya Vinic y Las Abejas

La organización *Unión de Productores Maya Vinic, Sociedad Cooperativa*, nace dentro del grupo de la sociedad civil las “Abejas”, que son un grupo autónomo en resistencia que lucha pacíficamente para reivindicar sus derechos, construir su autonomía y para defender sus tierras y territorios (Las Abejas de Acteal, 2015). Las Abejas en sus inicios se organizaron para combatir la desigualdad social en lo referente al acceso de la tierra que se vivía en las comunidades indígenas de la zona y, también, por la discriminación entre hombres y mujeres por el acceso a la tierra.

Los fundadores de las Abejas son originarios de la comunidad de Tzajalchén, en el municipio de Chenalhó, Chiapas. El grupo Las Abejas nace en 1992 con la organización de 200 indígenas de la comunidad de Tzajalchén en el municipio de Chenalhó, que a partir de 1997 quedó como sede legal la comunidad de Acteal, después de la masacre de los 45 “inocentes” (Profesor Antonio Pachitan, coordinador de proyectos de Maya Vinic, enero de 2017).

En 1994, al estar ya organizados y brotar el levantamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) más adelante, como hacen referencia algunos de los pobladores de la comunidad, Las Abejas tenían simpatía con el movimiento, así como objetivos en común, por lo que se declaran simpatizantes del EZLN, aunque no estuvieron de acuerdo en la toma de armas, pero apoyaron el movimiento porque buscaban la reivindicación de los derechos indígenas.

De acuerdo con el testimonio de Mariano Pérez, que es presidente de la mesa directiva y socio fundador de la organización Maya Vinic, en entrevista realizada en la comunidad de Tzajalchen, Chenalhó el 10 diciembre de 2016, comenta que los habitantes de la comunidad de Tzajalchen y de Esperanza dicen “cuando llegó el EZLN a Chenalhó llegó promoviendo la palabra de Dios con la biblia”, fue así que decidieron seguir al Ejército Zapatista en su lucha contra el gobierno y las injusticias a los pueblos indígenas.

Así, muchos pobladores de las comunidades de Chenalhó se unieron a las filas del EZLN como militantes directos y otros como base de apoyo. Situación que provocó conflictos al interior de las comunidades por las diferentes afiliaciones políticas y sociales de las familias: zapatistas, no zapatistas, simpatizantes del gobierno y de grupos políticos. El gobierno aprovechó la situación para constituir grupos paramilitares, con el fin de provocar

enfrentamientos entre familias, los resultados fueron grandes desplazamientos y desalojos de población indígena.

Los indígenas se vieron obligados a salir de sus comunidades de origen e iban de un lugar a otro en busca de resguardo y la seguridad de la vida de sus familias, así empezó una ola de asesinatos, quema de casas, milpas, cafetales y animales por las diferencias ideológicas que tenían en contra los simpatizantes zapatistas e integrantes de Las Abejas. Sin embargo, Las Abejas organizados, crearon campamentos de desplazados en comunidades de Chenalhó: Tzajalchén, Acteal y Juan Diego X'oyep.

De acuerdo con información proporcionada por Juan Pérez (socio fundador y actual secretario de la mesa directiva de Maya Vinic, diciembre de 2016), "la organización de Las Abejas de Acteal no acepta apoyos gubernamentales, su organización es autónoma y autogestiva". Desde sus inicios, Las Abejas y los desplazados de las comunidades mantenían el cultivo de café y eran presa fácil de los intermediarios, en coordinación con sacerdotes jesuitas deciden formar una organización de productores de café.

De ahí nace, el 30 de julio de 1999, la Cooperativa Maya Vinic cuando sus autoridades se reunieron para analizar su caminar y el futuro de sus comunidades. Así se acordó formar: La Unión de Productores Maya Vinic Sociedad Cooperativa de Producción Limitada, quedando el nombre de "Maya Vinic" que significa hombre maya en tzotzil con el objetivo primordial de vender el café a mejores precios, de apropiarse de toda la cadena agroindustrial del café: producir, comercializar y distribuir café a nivel nacional como internacional (Archivo de Unión de Productores Maya Vinic, 2016).

Su principal demanda fue desde su inicio, la justicia económica, buscando obtener precios y tratos justos para la producción de su café y en un mediano plazo de otros productos como la miel, el maíz, las hortalizas, entre otros. Su objetivo, actualmente, es fortalecer la autonomía comunitaria y mejorar las condiciones de producción y comercialización de los productos agrícolas: café y miel.

3.3 El área de influencia de Maya Vinic. Estructura organizacional de la Unión de Productores Maya-Vinic, Sociedad Cooperativa

La Unión de Productores Maya Vinic, se crea legalmente el 30 de julio de 1999, en el seno de la Sociedad Civil Las Abejas, después de la masacre de Acteal por dos razones importantes: primero, para vender el café a mejores precios y, segundo, para evitar la

dependencia del “mal gobierno”, como es conocido el sistema gubernamental federal y estatal en las comunidades indígenas. La Unión se formó con el apoyo de los sacerdotes jesuitas que tenía presencia en 116 comunidades y con el apoyo de grupos solidarios nacionales e internacionales que apoyaban a las comunidades desde la aparición pública del EZLN. Maya Vinic inició con un grupo de 300 socios productores de café de comunidades de Chenalhó (Archivo de Unión de productores Maya Vinic, 2016).

De acuerdo con información proporcionada por integrantes de la propia cooperativa, la Unión de Productores Maya Vinic tiene un área de influencia en 53 comunidades de los municipios de la región Altos Tzotzil-tzeltal, Selva Maya y Tulijá Tzeltal Chol; y está constituida por 732 pequeños productores que viven, principalmente, en los municipios de: Chenalhó (con 25 comunidades), Chalchihután (7 comunidades), Pantelhó (5 comunidades), Las Margaritas (3 comunidades), Ocosingo (7 ejidos), Salto de Agua (4 ejidos) y en actualidad Oxchuc (1 comunidad), Simojovel (1 comunidad) (Unión de Productores Maya Vinic, 2016) (ver Mapa 4).

Otra de las causas que condicionaron la organización de los pequeños productores en cooperativa, fue el conflicto social que precedió a la masacre de Acteal en 1997. Como lo expresa el productor Elías Gómez Pérez (originario y sobreviviente de Acteal, socio de Maya Vinic, enero de 2017):

Maya Vinic vendían el café pergamino a la organización cafetalera Unión Majomut cuando ocurrió la masacre, Unión Majomut no se pronunció por el hecho, y en más de una ocasión, los miembros de Las Abejas que cruzaban la comunidad de Majomut, donde se encuentra el beneficio de café de esta organización, pudieron reconocer a algunos miembros del grupo paramilitar Mascara Roja en dichas instalaciones. Para algunos ese fue el principal motivo de distanciamiento con Unión Majomut, que era el principal centro de acopio de café alternativo a los intermediarios locales.

Mapa 4. Área de Influencia de Maya Vinic



Fuente: Archivo de la Unión de Productores Maya Vinic. 2010.

Otro testimonio de lo ocurrido lo da el socio de Maya Vinic Lázaro Arias Gómez en entrevista realizada en Acteal, Chenalhó, Chiapas en la bodega de acopio de Maya Vinic (enero de 2017), y que también fue desplazado por cuatro años de la comunidad Yajxemel:

Muchas de Las Abejas pertenecían a Majomut, para cuando nos desplazamos dejamos abandonado el cafetal, luego dijimos, pero ¿Dónde vamos a vender nuestro café?, en 98, hablamos con la directiva de Las Abejas y con los asesores de Majomut para que haya un apoyo, que nos puedan comprar nuestro café, así cuando se vino la cosecha unas personas de Las Abejas fueron a vender su café a Majomut y cuando llegaron dijeron que no podían comprar el café porque necesitan ser socios, estar en la relación de los delegados comunitarios de cada comunidad incluye tú nombre y entonces puedes vender. Pero resulta que el delegado de la Unión Majomut es un paramilitar y si a causa de los paramilitares nos desplazaron como podíamos regresar a hablar en esa situación y así regresaron con su bulto de café. Dijimos que vamos hacer si Majomut no nos quiere comprar nuestro café, si tampoco podemos ir con los coyotes, mejor formar nuestra cooperativa de café, que Las Abejas no nada más estén luchando, por la vía social o por la vía política sino tienen que luchar por la

economía y así juntaron los representantes cafecultores de Las Abejas y nació la Cooperativa Maya Vinic (Ver Foto 1).

Foto 1. Familia sobreviviente, desplazada de Acteal



Foto propia: enero de 2017.

La agudización de las precarias condiciones en que estaban viviendo cerca de 12,000 desplazados de Las Abejas, más la imposibilidad de ir, normalmente, a trabajar a sus huertos de café, debido a las amenazas y a que estaban ocupados por los paramilitares, creó una situación de tensión social, fue así que Las Abejas organizadas, con apoyo del Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de las Casas A. C. (Frayba), resolvieron convocar a voluntarios de la sociedad civil nacional e internacional a acompañar a sus miembros a los cafetales en equipos de trabajo llamados Brigadas de corte y acarreo (Frayba, 2013).

Dicha problemática se hacía presente cada vez que se tenía la cosecha y no había espacio justo donde venderlo. Fue entonces que Las Abejas decidieron formar una cooperativa de pequeños productores de café independiente de las estructuras de gobierno. La idea fue

apoyada y respaldada por organizaciones no gubernamentales que tenían experiencia en trabajar con cooperativas cafetaleras, como Enlace Civil A. C., lo que llevó a que se registraran legalmente como Unión de Productores Maya Vinic, Sociedad Cooperativa de Responsabilidad Limitada de Capital Variable (Unión de Productores Maya Vinic, 2016).

A los pequeños productores les fue difícil organizarse para vender el café de manera directa y exportar, debido a que muchos de ellos son analfabetas y no hablan español, y requerían de maquinaria así como de equipo, con la finalidad de cumplir con las normativas nacionales e internacionales, aspectos desconocidos para los pequeños productores. Pero con el paso de los años fueron cumpliendo con esta situación hasta lograr construir su bodega de beneficio, que en la actualidad está totalmente equipado con tolvas, seleccionadoras mecánicas y eléctricas, trillas, bodega de almacenamiento y transporte. Para la construcción de la bodega y la infraestructura fueron apoyados por el gobierno japonés y grupos solidarios de Francia (Unión de Productores Maya Vinic, 2016).

3.3.1 La organización y la participación interna de la Cooperativa Maya Vinic

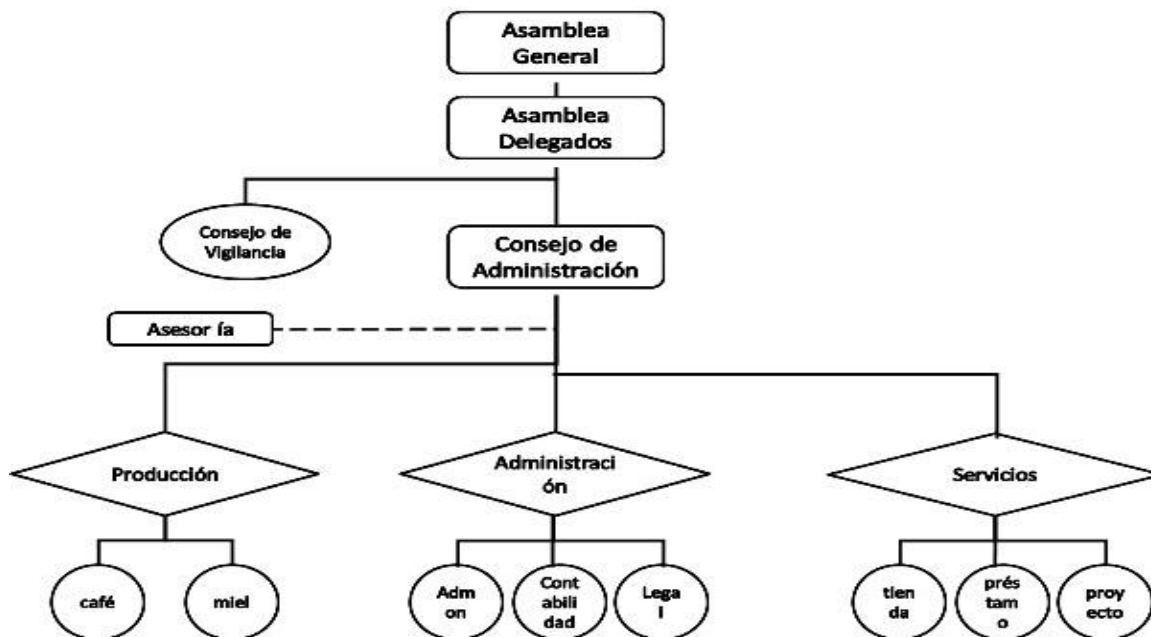
La vida democrática indígena se desarrolla en varios ámbitos: la comunidad, la cooperativa, la Asamblea general, la Asamblea de delegados y el Consejo de Administración. En el funcionamiento de la cooperativa, operan los usos y costumbres del sistema de cargos y el servicio comunitario, de esta manera el trabajo es de carácter voluntario en la Mesa Directiva de Maya Vinic.

La solidaridad de los socios se da en distintos niveles de acción:

- ❖ Para apoyarse en la producción desde sus huertas cafetaleras,
- ❖ En la distribución equitativa de los beneficios económicos, que se antepone a la obtención individual de ganancias con fines de acumulación,
- ❖ Y en la estructura de participación colectiva en Asambleas; estos son los pilares que hacen de ésta, una empresa social.

La información que se presenta en los apartados siguientes fue recopilada mediante entrevistas realizadas entre los meses de diciembre de 2016 y enero-febrero de 2017 con los socios de Maya Vinic, que muestran el quehacer de diferentes cargos en la cooperativa y que viven en distintas localidades de la región de estudio; también hubo disponibilidad para acceder al archivo de la Cooperativa Maya Vinic. A continuación, en el Esquema 2 se presenta a grandes rasgos los diferentes niveles de organización dentro de la cooperativa:

Esquema 2. Organigrama actual. Unión de Productores Maya Vinic, S. C. de R.L.



Fuente: Archivo de Maya Vinic, 2016.

Asamblea General de Socios y Socias

Maya Vinic cuenta con un reglamento interno en el que se describe los principios que rigen a la organización y un detallado listado de las áreas (Asamblea General de Socios, Asamblea de Delegados, Consejo Administrativo, Consejo de Vigilancia, comités, comisiones, equipo técnico y asesor) y de las tareas y responsabilidades. Así ellos, Maya Vinic, de acuerdo a su Reglamento Interno que rige a la Unión de Productores Maya Vinic (2010: 1) se definen como: “[...]una Sociedad Cooperativa agrícola de pequeños productores que, motivados e inspirados por la inteligencia y sabiduría de nuestros dioses mayas Tepeu y Cucumats, nos organizamos y trabajamos comunitariamente, para comercializar nuestros productos”.

Considerando la cosmovisión indígena y retomando el origen religioso, de acuerdo con lo mencionado por Luis Alvares (asesor de Maya Vinic, diciembre de 2016), existe un órgano al que llaman “La Coordinación” el cual es convocado cuando hay decisiones difíciles dentro de la organización y la integran: el párroco, catequistas, hermanas religiosas, ancianos que han sido autoridades de la organización, también un sacerdote maya. Este órgano les asesora y guía en momentos difíciles o crisis importantes de la organización.

La Asamblea General: es la máxima autoridad; sus acuerdos obligan a todos los socios presentes y ausentes. Se reúnen dos veces al año para tomar decisiones, analizar opiniones, recibir informaciones de los comités y de la directiva. La asamblea se podrá llevar a cabo con la asistencia del 60% de los socios anticipando por escrito los puntos a tratar siete días antes de la asamblea por parte del consejo administrativo o del Comité de vigilancia

Tareas de la asamblea

- ❖ Ponerse de acuerdo de cómo se va a trabajar en la cooperativa.
- ❖ Aceptación y exclusión de socios.
- ❖ Cambios en el acta constitutiva y reglamento interno
- ❖ Cambios en el trabajo
- ❖ Aumento y disminución del capital social
- ❖ Cambios de comités y comisiones

Asamblea de delegados de las comunidades

En las asambleas ordinarias participan los delegados de las comunidades; esta se podrá realizar con el 60% de los delegados asistentes y se reúnen el segundo viernes de cada mes. Las asambleas extraordinarias se llevarán a cabo hasta con un 20 % de delegados asistentes anticipando por escrito los puntos a tratar siete días antes de la asamblea por parte del consejo administrativo o del comité de vigilancia.

Para ser delegado y tener representatividad (voz y voto) se requiere presentar su nombramiento por escrito avalado (firmado) por la comunidad a la que representa. Las reuniones extraordinarias o urgentes se pueden llevar a cabo cualquier día de la semana.

Consejo Administrativo

El consejo se compone de un presidente, un secretario y un tesorero. Son elegidos por la asamblea general por un tiempo de dos años como máximo. Si por alguna razón no funciona uno de los miembros o en su caso todo el comité, puede ser cambiado a otro servicio o descansar como lo decidan la mayoría de los socios o pueden ser elegidos por otros dos años más. Si hacen bien su trabajo, siempre y cuando la persona acepte voluntariamente. También forman parte de la Mesa Directiva: las comisiones de vigilancia, de educación, de conciliación y arbitraje, de técnica y de comercialización.

Trabajo del Comité Técnico

Los técnicos municipales son los encargados de coordinar el trabajo de los técnicos comunitarios, convocando a reuniones y asistiendo a capacitaciones especializadas en el manejo orgánico del café y la miel. Con el compromiso de transmitir el conocimiento adquirido a los técnicos comunitarios, a quienes asesoran permanentemente.

A su vez, los técnicos comunitarios tienen la obligación de asesorar todos los trabajos del café orgánico, revisando el trabajo en todas las parcelas de los socios, y llevando un control por escrito que se entrega, mensualmente, en las reuniones del comité técnico, también tiene la obligación de asistir a todos los cursos de capacitación que el técnico municipal imparta. Como lo expresa Reynaldo Arias (técnico comunitario de la Cooperativa Maya Vinic, diciembre de 2016) “cuando yo regreso me voy a mi comunidad y explico cómo lo aprendí, que resolvimos, y el socio llega a escuchar y opinar”.

De acuerdo con información proporcionada por Antonio Pérez Pachitan (coordinador de proyectos de Maya Vinic, diciembre de 2016), “[...]el equipo técnico se encuentra, principalmente, en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, donde se encuentran las oficinas administrativas y la tostadora, para la venta de café tostado y molido a nivel local y nacional”. El equipo técnico está integrado por socios o hijos de socios que deciden incorporarse como trabajadores y son capacitados continuamente. Como norma, la Cooperativa ha definido que los empleados sean indígenas tzotziles de la región ligados a la organización, directamente (Antonio Pérez Pachitan, coordinador de proyectos de Maya Vinic, diciembre de 2016).

Su estructura operativa se integra por cinco personas con un empleo fijo, tres personas contratadas en temporada de cosecha y acopio y cuatro integrantes del Comité de miel contratados por proyecto. Existe un asesor general, un coordinador de proyectos, un auxiliar contable, un responsable de la bodega y comercialización y un tostador. Esta estructura se ha ido adecuando y modificando en respuesta a las necesidades de los procesos internos de la organización (Antonio Pérez Pachitan, coordinador de proyectos de Maya Vinic, diciembre de 2016).

Aceptación de Socios y Socias

El mismo Antonio Pérez Pachitan (socio fundador y coordinador de proyectos de Maya Vinic, enero de 2017), enumera cuales son los principios más relevantes para la vida interna

de la organización, así como cuáles son los requisitos para ser socio de la cooperativa de Maya Vinic:

- ❖ Tener cafetal, miel u otro producto que comercialice la cooperativa.
- ❖ Comprometerse con el trabajo común, organizado.
- ❖ Cumplir los acuerdos de la asamblea.
- ❖ Cooperar y asistir a las reuniones que son obligatorias.
- ❖ Disposición para aprender de los demás socios y realizar todo tipo de trabajo que pida la organización.
- ❖ Comprometerse para hacer uso adecuado de los recursos naturales, para cuidar el medio ambiente.
- ❖ Cumplir con las aportaciones económicas.
- ❖ Cumplir con la calidad de los productos requeridos.

También los socios de Maya Vinic son pequeños productores de café que mantienen vínculos con organizaciones civiles, instituciones y empresas comercializadoras. A partir de lo observado durante el trabajo de campo, las asambleas se inician y se cierran rezando en tzotzil, con la participación del sacerdote maya.

3.4 Café orgánico y Comercio Justo, la Cooperativa Maya Vinic

Antes de adentrarnos al tema de café orgánico adherido a Comercio Justo, vale la pena revisar algunos antecedentes ¿Por qué los pequeños productores optaron por la alternativa de producir café orgánico?

Según estudios del Banco Mundial, a partir de la liberalización (1989) se logró un incremento en la productividad, reconocen la caída en la calidad del grano y el deterioro de los ingresos de los productores (Oxfam, 2002). Este contexto de incertidumbre institucional motivó la búsqueda de nuevos sistemas de producción, de comercialización y de consumo, que tratan de establecer criterios de diferenciación del café para obtener un mayor valor agregado.

Entre los sistemas alternativos ha destacado el café orgánico, el gourmet o de especialidad, el ecológico y el café de Comercio Justo este sistema ha sido la vía posible para mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores de la cooperativa Maya Vinic, pues además de que ofrecen, preservar y restaurar las condiciones agroecológicas de los espacios productivos, permiten a los productores obtener precios más altos por el aromático. El café orgánico y de especialidad llega a venderse entre 25 y 50 por ciento arriba del precio del grano tradicional, fijado en la Bolsa de Nueva York.

El café orgánico “refleja muchos de los valores básicos de la cultura campesina indígena en donde se cultiva: la tierra es patrimonio de las generaciones futuras, el centro de conservación integral de los ecosistemas locales y la reproducción de los métodos agrícolas” (Pérez-Grovas, 2002: 67). Retomando la importancia de la producción de mano de los indígenas tzotziles, donde el conocimiento y su cosmovisión maya (la protección a la Madre Tierra) representa la base y el sustento de la vida por tal es conceptualizada como la “Madre”, a quien se le debe respeto y espiritualidad como medio de cuidado, estableciendo una relación con el territorio.

3.4.1 Agricultura orgánica.

La primera experiencia de agricultura orgánica certificada en México se observó en la finca de café Irlanda en el estado de Chiapas durante 1967. Sin embargo, fue una organización de pequeños productores de café quienes lograron consolidar la agricultura orgánica en México (Pérez-Grovas, 2002), siendo la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), cuyos integrantes se acercaron a la finca Irlanda para conocer la experiencia e integrarse a la producción orgánica, debido a que a partir de esta lógica productiva se podían obtener precios diferenciales y además tenía el objetivo de cuidar el medioambiente, una coincidencia que en el discurso de los campesinos se establece con el cuidado de la Madre Tierra al llevar implícito este sistema productivo una serie de valores, símbolos y prácticas culturales, y no sólo la búsqueda por obtener precios diferenciados en el mercado.

De esta forma, la UCIRI es la primera organización de campesinos que logró consolidarse en el mercado de la producción orgánica. Sin embargo, la crisis de los precios internacionales fue un elemento fundamental que terminó por acelerar el camino hacia la agricultura orgánica de miles de minifundistas indígenas que se encontraban en el límite de la subsistencia. La adaptación de la agricultura orgánica al cultivo del aromático producido por campesinos indígenas resultó un proceso sencillo debido a que las normas de esta

tecnología se basan en la aplicación de prácticas tradicionales de agricultura; asimismo, se elimina la dependencia de insumos externos y exige el cuidado del medioambiente, requerimiento que forma parte de las prácticas cotidianas de la mayoría de los campesinos indígenas.

Por otro lado, en México la agricultura en general y en el cultivo del café en particular se presenta de manera generalizada el deterioro de las condiciones de producción, la baja rentabilidad, el rezago técnico, la elevación de precios de los agroquímicos, el desgaste y contaminación de los suelos y los recursos hídricos. Condiciones que son, especialmente críticas para los pequeños productores, campesinos e indígenas. Ante esta situación, la producción orgánica aparece como una alternativa para las áreas de explotación con menos recursos financieros y con mano de obra abundante, la cual debe ubicarse en el marco de la búsqueda de la sustentabilidad.

La agricultura orgánica se enfoca dentro de la agricultura sustentable, e incorpora diversas técnicas dependiendo del tipo de cultivo y de las condiciones del ecosistema, en un sistema de producción integral que utiliza insumos naturales, maximiza el reciclaje de nutrientes y evita el uso de fertilizantes y de plaguicidas químicos. Los productos orgánicos deben evitar cualquier residuo tóxico, no solo en el producto, también en su transporte, su embalaje, su envasado y su etiquetado. El término orgánico incluye tres elementos:

- Económico: que debe ser rentable.
- Ecológico: que no utilice insumos nocivos para la salud o el medio ambiente.
- Social: que una parte importante del valor agregado del producto sea obtenido por los productores, en caso de sociedades rurales indígenas que garantice el respeto a sus usos y costumbres de organización (Pérez-Grovas, 2000).

Es importante aclarar que orgánico denomina un proceso y no un producto, el cual físicamente no presentara ninguna diferencia con el no orgánico, por su aspecto no podemos saber si su cultivo fue orgánico o no. Por lo tanto, son relevantes los aspectos normativos, que garanticen al comprador que, efectivamente, está consumiendo un producto con los beneficios de orgánico y, también, remunera con el sobreprecio pagado al que produce; y al productor que su producto va a ser reconocido como tal y compensado su esfuerzo adicional.

Los esquemas productivos orgánicos enfrentan algunos aspectos calificadores: mayor necesidad de mano de obra, un mayor cuidado para una rápida detección y control de plagas, y un periodo para la descontaminación de la tierra y otros recursos, antes de alcanzar la certificación. Este esfuerzo es recompensado con un sobre precio respecto a los no orgánicos, que puede ser de hasta 30% (Gómez, 2007).

El café no es el único producto orgánico que se produce, pero si uno de los más importantes. Este movimiento comenzó, efectivamente, con el café una vez que el gobierno retiró su apoyo, encontrando una buena acogida entre los pequeños productores indígenas mexicanos, quienes desarrollaban de manera natural la producción con bajos insumos químicos.

El éxito de la agricultura orgánica nacional y su espectacular crecimiento se explica por la combinación de varios factores: la constante demanda y acceso a precios justos en el mercado internacional; la obtención de un mejor ingreso; la presencia de la agricultura tradicional, lo cual ha facilitado los procesos de conversión a los métodos orgánicos; el uso del conocimiento indígena y su cosmovisión (la protección a la Madre Tierra es parte del sistema de creencias); y la formación de promotores campesinos en las organizaciones de productores, lo que permitió la difusión de esta tecnología a más de 63.000 campesinos (Gómez, 2007).

Así pues, la importancia social y económica que tienen las organizaciones de cafecultores minifundistas, en su mayoría indígenas, radica que son ellos los actores más importantes de la agricultura orgánica en México. La participación de las organizaciones de pequeños productores, además de contribuir a obtener precios diferenciales para su producto, ha permitido la consolidación de cooperativas.

Finalmente, cabe destacar la importancia de la agricultura orgánica para el país, que radica en que se encuentra vinculada, en muchos casos, a los sectores más pobres del ámbito rural, a los grupos indígenas y productores de escasos recursos; a la producción sustentable de alimentos; a la recuperación y conservación ecológica de los recursos naturales; al mejoramiento de los ingresos y la calidad de vida de los productores, y en general, con un desarrollo local más incluyente.

3.4.2 Producción de Café orgánico en la Cooperativa Maya Vinic

México produce algunos de los mejores cafés del mundo, sobre todo cuando se habla de café orgánico. Uno de los principales representantes en este rubro es Maya Vinic. La cosecha es alimentada por una composta de hojas secas, verdes, de plátano y otros materiales naturales (Unión de Productores Maya Vinic, 2016). Cada año en Maya Vinic se producen entre dos y tres contenedores de café orgánico con una capacidad total de 17 toneladas, que son vendidas, principalmente a, Estados Unidos, Suiza, Canadá, Japón, mercados donde más se aprecia y se consume el café orgánico mexicano.

Con el apoyo de la UCIRI inician el proceso de transformación otras organizaciones como: los indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM), la Sociedad de Producción Rural Yeni Navan con sede en Oaxaca, la Unión de Ejidos de la Selva en Chiapas, la Coalición de Ejidos de la Costa Grande de Guerrero, la Tiemenlonia Nich Kulum, Unión Majomut en Chiapas y Maya Vinic, entre otras. Algunas de estas organizaciones están asociadas a organismos internacionales como fundación Max Havelaar, dedicada a la vigilancia del Comercio Justo y equitativo, con sede en Holanda y Alemania, tiene un papel destacado en brindar apoyos técnicos y financieros a los productores que deciden incorporar sus recursos, su trabajo y su experiencia en la producción orgánica.

El café orgánico de México se vende a 17 países, tiene como principales destinos los Estados Unidos, Canadá, Alemania, Dinamarca, Holanda, Bélgica, España y Japón. Para poder acceder a comercializar en el mercado internacional de productos orgánicos se requiere contar con la certificación, la cual se debe renovar, periódicamente. El productor debe contratar a una empresa de certificación para que realice la inspección, el costo del servicio puede ser alto (aproximadamente el 2% del valor de las ventas totales). En México existen, actualmente, varias certificadoras que tienen su sede principal en los estados de Oaxaca y Chiapas. Las certificadoras son mantenidas por los productores y no reciben ningún subsidio gubernamental, por lo que no están sujetas a los vaivenes de los gobiernos estatales o federal y su existencia depende de su capacidad de responder a los requerimientos del mercado.

Así mismo, los pequeños productores de Maya Vinic son, principalmente indígenas de la etnia Tzotzil y Tzeltal. En conjunto mantienen 1,741 hectáreas de terreno, las cuales son destinadas a los cultivos de café 685 hectáreas, aproximadamente. Considerando que una de las primeras decisiones de la cooperativa fue apostar por la calidad, por lo que decidieron

producir café orgánico, es decir sin empleo de agroquímicos durante el proceso de producción.

A continuación, describimos el perfil de los cultivos de los productores con base en el Folleto mimeo de la Unión de Productores Maya Vinic (2016).

Perfil de los cultivos:

Altura de los cafetales

- 1000-1700 msnm, altura adecuada para el desarrollo de los granos de café
- Técnicamente, el café de Maya Vinic es de estricta altura.

Variedades del café

- Arábica, tipo típica
- Mundo Novo.

Capacidad de producción

- En esta región es de 600 kg. Por hectárea, aproximadamente.
- Menos de 1 hectárea por productor, en promedio. Aprox. 500 ha. en total.
- 110-140 toneladas de producción anual.
- Árboles de café plantados, aproximadamente 700,000.

Técnica de producción

- Técnica orgánica
- No se utilizan agroquímicos en ningún momento de la producción.

“Ahora seremos testigos de la apropiación del espacio en algunos cafetales y como se materializa la lucha por la tierra y se transforma en arduo trabajo familiar” (Folleto mimeo de la Unión de Productores Maya Vinic, 2016). A partir del recorrido de campo guiado en algunos de los cafetales en Chenalhó, se observó que las pequeñas parcelas que forman parte de su patrimonio apenas cuentan con una superficie aproximada de media y una hectárea, estos terrenos se encuentra en pendientes pronunciadas, la principal especie

predominante de árboles de sombra es el “chalum³” seguida de plátano, más una gran variedad de frutales como naranja, lima, mandarina, níspero, y cataté, a simple vista se distinguen las distancias que separan cada uno de los cafetales; reconocer cafetos nuevos de viejos las barreras vivas, poder percibir el olor de las flores y tocar los frutos y al final escuchar a los productores alegres y orgullosos de sus cafetales (ver Foto 2).

Foto 2. Cafeto en plantación de socios de Maya Vinic



Foto propia tomada en la comunidad Tzajalchen, Chenalhó, Chiapas, enero de 2017

La cafecultura que se practica es orgánica, estas son propiedades que le dan calidad al grano, que posteriormente se comercializa desde hace 16 años en mercados de Comercio Justo. Es así que los socios de Maya Vinic tienen sus parcelas certificadas. Cada año se realiza una inspección rigurosa de las huertas. El sistema orgánico es un proceso de certificación que los productores de café obtienen a partir del cumplimiento de ciertos requisitos para el control de plagas mediante técnicas naturales de equilibrio biológico, manejo adecuado del cultivo y del uso de medidas fitosanitarias. También establece requisitos para el reciclaje de material orgánico y su uso como abonos, para la promoción

³ Chalum (*Inga edulis*) es un árbol leguminoso de América, presente desde México (Oaxaca, Chiapas y Michoacán) hasta América del sur, es el más recomendable ya que además de la excelente sombra que proporcionan, sus hojas son un excelente abono natural para los cafetos con un alto porcentaje de fijación de nitrógeno, es muy tolerante al calor. Es una de las especies de más extenso uso para sombra en cafetales.

y aprovechamiento de la biodiversidad, así como el cuidado de la sombra que afecta a los cultivos, la promoción de cubiertas vegetales y la promoción de la rotación de cultivos.

Sin embargo, en cuanto a la incorporación de los pequeños productores a las prácticas de cultivo orgánico, esta demanda la suma de esfuerzos para reunir el capital suficiente para solicitar y pagar la certificación que avale la calidad de su café e incorporarse al mercado para su venta. El proceso de cultivo y de reparación del café para su posterior comercialización requiere de técnicas, de herramientas y de habilidades específicas que deben formar parte de las características de los productores-socios de la organización.

Ahora bien, estos esfuerzos comunitarios se ven acosados por el “capitalismo voraz” que busca a toda costa dismantlar la concepción autonómica que cohesiona territorio, producción, cultura y mercado. Por un lado, el gobierno municipal atendiendo órdenes del gobierno local, trata de dividir a las comunidades y de destruir el tejido social para lograr una mayor capacidad de penetración de intereses en el mercado nacional e internacional.

El cultivo de café requiere de una serie de trabajos que se realizan, prácticamente, durante todo el año. Dado que se trata de un cultivo orgánico, no se permite el uso de agroquímicos; se requiere de más mano de obra añadida a la que aporta la familia, jornaleros de la propia comunidad o de otros lugares para limpiar las parcelas. También resalta el hecho de que esta actividad se realiza, normalmente, en dos periodos distintos: el primero entre junio y julio, y, el segundo, entre agosto y septiembre.

De acuerdo con información proporcionada por Reynaldo Arias (técnico comunitario de Maya Vinic, diciembre de 2016), refiere que para empezar a producir café orgánico se tiene que aprender ciertos pasos, por ejemplo se tiene que mantener el cafetal en buen estado, para lo que se necesita: limpiar dos o tres veces al año la maleza a una altura de 5 a 10 centímetros sobre el suelo dependiendo de la pendiente del terreno, para evitar la erosión del suelo; después se aprende hacer poda, cuando está bien podado el café da más frutos y es de mayor calidad; también es importante regular la sombra.

El mismo Reynaldo Arias (diciembre de 2016) señala que “las principales labores que se realizan en el cultivo orgánico son manejos manuales, aplicación de compostas, selección del grano al corte”. La producción de café orgánico implica hacer mayores trabajos como: empezar por el cuidado de las matas, limpiarlas, hacer trabajo de conservación de suelos, y acompañarlo de otros cultivos, plantas y árboles nativos.

Uno de los socios entrevistados Lázaro Arias Gómez (socio de Maya Vinic, desplazado, enero de 2017) al preguntarle cuál era la mayor ventaja de estar en Maya Vinic como productor de café contestó: “la producción orgánica, pues he aprendido mucho para mis parcelas”, también comentó que las parcelas de ellos no son iguales a los otros, y explica “digamos que los que venden en el coyote pues no va a dar abono, no hacen compostas, no hacen terrazas, no hacen su sombra nosotros tenemos que hacer la poda, hacer el deshije, hacer terraza, sembrar curvas de nivel, franjas, abono, por eso se ve mejor la tierra. Yo he hecho todo eso” (Lázaro Arias Gómez, socio de Maya Vinic, desplazado, enero de 2017). Y termina refiriendo que siente que su café está “más bonito” y que si le gusta producir orgánico “me siento bonito”

“Aunque tengamos más trabajo ahora con el cultivo orgánico, no importa, porque nos pagan un poquito más de lo que nos pagaban antes, bueno, dicen los de la organización, pero si yo creo que, si es cierto porque ahora el café se mira más bonito, antes estaba como triste el grano. Ahora hasta la parcela se ve alegre de tan verde que está. Me gusta más trabajar ahora” (Eliseo Pérez Arias, socio productor de Maya Vinic, enero de 2017).

También consideran que deben cuidar la salud integral de los hombres y mujeres del maíz, por eso su visión es ecológica y orgánica. “Maya Vinic obtiene productos que no tienen ningún componente químico (fertilizantes o pesticidas), las plantas se cultivan con técnicas agroecológicas” (Unión de Productores Maya Vinic, 2016: 1).

De los 56 entrevistados de Maya Vinic, el 100% dijeron sentirse satisfechos de la producción orgánica y del cuidado de sus parcelas. De igual forma refieren los socios de la Cooperativa Maya Vinic: “tenemos la conciencia de que hay que cuidar la Madre Tierra, pues ésta nos alimenta y en ella basamos nuestra cultura”. De igual forma los socios de Maya Vinic perciben que sus cafetales están mejor cuidados a diferencia de los que no son socios.

En cuanto a las varias de labores que se realizan para el cultivo de café orgánico implica un arduo trabajo por parte de los cafecultores y sus familias, por lo que todos los integrantes colaboran en las actividades productivas. Las mujeres trabajan, principalmente, en la casa y solo en época de cosecha ayudan en el cafetal, salvo en los casos de cafecultores que tienen altos rendimientos de café, las mujeres se encargan de preparar alimentos para los jornaleros contratados.

Con la descripción anterior, podemos entender lo que representa el cultivo del café en términos de trabajo productivo, el cual recae en las familias que constituyen la base social

de la organización. A pesar del arduo trabajo que implica para los pequeños productores dedicarse a esta actividad, el cultivo del aromático sigue siendo una estrategia productiva importante, tanto económica como simbólica.

Teniendo en cuenta las largas y arduas jornadas de trabajo familiar y poder observar el resultado de los pequeños productores de Maya Vinic que día con día luchan por la apropiación del proceso productivo y sentirse orgullosos de sus cafetales nuevos (ver Foto 3).

Foto 3. Cafetal en Chalchihuitán



Foto propia, Los Altos de Chiapas febrero de 2017.

De acuerdo a la información proporcionada por Reynaldo Arias (técnico comunitario de Maya Vinic, diciembre de 2016), se elaboró el calendario para el ciclo agrícola anual, que presentamos a continuación, y que es asumido por todos los productores de Maya Vinic, (ver Cuadro 4).

Cuadro 4. Calendario agrícola del ciclo del café

Mes	Actividad
Febrero	Limpias sanitarias, podas a cafetales y a árboles de sombra Chapeo (corte) de las malezas. 18 jornales de trabajo (1 jornal= 8 horas). Cosecha del ciclo anterior.
Marzo-Junio	Al término de las tareas anteriores se empieza la fertilización de los cafetos (13 jornales) y se combaten diversas plagas (7 jornales).
Junio-Julio	Chapeo (4 jornales). Se trasplantan nuevas matas de café sustituyendo a los cafetos viejos e improductivos (8 jornales).
Agosto-Septiembre	Segunda fertilización (6 jornales) y combate a diversas plagas.
Octubre	Tercera fertilización (4 jornales).
Noviembre	Ultimo Chapeo
Diciembre-Febrero	Cosecha, etapa de corte y acarreo. En esta labor se involucra toda la familia y en ocasiones se contrata jornaleros. Jornales de 13 horas diarias, 6 días a la semana, durante tres meses, desde mediados de diciembre.

Elaboración propia en base a folleto de la Unión de productores Maya Vinic S. de R. L de C.V. Mimeo, 2016.

En consecuencia, el café pergamino está listo para ser almacenado en la bodega de acopio hasta por más de un año, y en este estado se vende a la Cooperativa Maya-Vinic, y esta se encargará de realizar el procesamiento de exportación para luego pagar remanentes a sus socios por las ganancias finales del café (ver Foto 4).

Foto 4. Socios en la bodega de acopio



Foto propia, bodega de acopio Maya Vinic enero de 2017. Acteal, Chenalhó, Los Altos de Chiapas.

En temporada de cosecha, los socios de la cooperativa tendrán que hacer fila ya que es tiempo de llevar su producción a la bodega de acopio en Acteal. En el patio de la bodega fui, nuevamente, testigo de la apropiación del espacio social en la microrregión en donde se consolida las relaciones entre localidades de los tres municipios: Chalchihuitán, Chenalhó y Pantelhó entre hombres, mujeres y niños, a través de mecanismos de comunicación por la vía de sus representantes. La lejanía de algunas comunidades no es factor de indiferencia, ya que los lazos de identidad por pertenecer a la cooperativa los une.

De acuerdo con Mariano Pérez (socio fundador y actual director de la Mesa Directiva, diciembre de 2016), *el Beneficio seco*, es el proceso que sigue cuando se tiene el café pergamino, consiste en retirar el recubrimiento a los granos. Para este trabajo se emplean máquinas trilladoras, con las que Maya Vinic ya cuenta en sus instalaciones de la bodega, así el resultado es el grano conocido como café oro o café verde, posteriormente se selecciona el grano por calidad en tamaño, por humedad y por color, proceso que se realiza de manera electrónica o manual. Una vez seleccionado, el grano pasa al proceso de tostado y de molienda, y, finalmente, se envasa para su comercialización en el mercado, hasta culminar en una taza de café de altura con que consumidor se deleitará.

Denominan producción convencional a toda la producción de los socios que ingresan a la cooperativa; son parcelas que están en conversión para ser producciones orgánicas, antes de ingresar a Maya Vinic los pequeños productores aplicaban agroquímicos, no realizaban prácticas culturales de manejo del cafetal, no hacían selección al corte tampoco en la entrega del café. El proceso de transición de producto convencional a producto orgánico tiene una duración de tres años, es decir, en la primera etapa, al momento de ingresar a Maya Vinic, los productores son considerados como productores en transición uno, porque empiezan con labores de desintoxicación de sus plantaciones por las aplicaciones de productos químicos que se hacían anteriormente.

La segunda y la tercera etapa, son transición dos y tres, en donde los productores ya no deben aplicar ningún producto químico a sus parcelas, incluyendo los otros cultivos: maíz y frijol. En determinado caso que los productores recurran a alguna práctica de aplicación de insumos químicos, son sancionados y pueden regresar a la categoría previa o dependiendo del grado de intoxicación de las plantaciones pueden llegar hasta la primera fase, eso significa que no pueden vender al mismo precio que los orgánicos. A continuación, presentamos el Cuadro 5 con información en base en los archivos de Maya Vinic (enero, 2017).

El 32% de los productores en el último año ha realizado la renovación de su cafetal debido a que fue afectado por la roya y su producción bajo. Las renovaciones del cafetal las realizan por surcos, hay un grupo de productores que decidió renovar al cien por ciento sus parcelas de café, lo que significó una nula cosecha para el ciclo 2016-2017, pero el resultado se verá en tres años. A continuación, mostramos resultados de cosecha en el ciclo 2016-2017 en base a datos de las Comunidades en donde tiene influencia Maya Vinic, tanto por hectáreas, categoría de café como promedio de cosecha (kg) por socio, así como su rendimiento (ver Cuadro 5).

Cuadro 5. Comunidades, hectáreas, categoría de café y rendimiento promedio en Maya Vinic 2016-2017

Municipio	Comunidad	Número de socios	Categoría de café	Promedio de cosecha por (kg) por socio	Hectárea	Rendimiento promedio kg/ha
Chenalhó	Acteal	24	Orgánico	473.6	1.1	469
Chenalhó	Vé um Pale	4	Orgánico T3	144.1	0.8	171
Chenalhó	Cam. Toros	14	Orgánico T1, T2	527.1	1.5	165
Chenalhó	Kán Olal	46	Orgánico T2	274.1	1.0	258
Chenalhó	Cabecera	9	Transición2	300.0	0.8	171
Chenalhó	Ch'ixilton	9	Orgánico	310.3	1.0	520
Chenalhó	Chojolhó	11	Orgánico	304.5	0.8	600
Chenalhó	Ch'uchtik	36	Orgánico T3	500.0	1.0	450
Chenalhó	Cam. Polhó	20	Orgánico T2	300.0	0.5	329
Chenalhó	Los Chorros	14	Orgánico	285.0	0.3	380
Chenalhó	Naranjatik B.	15	Orgánico	323.0	0.5	720
Chenalhó	Poko'nichim	4	Orgánico	430.2	1.0	650
Chenalhó	Col.Puebla	12	Orgánico T2, T3	360.0	0.8	590
Chenalhó	Kexal uk'um	19	Orgánico	380.0	1.0	620
Chenalhó	Kextik Cam.	18	Orgánico	450.0	1.0	635
Chenalhó	Taki uk'um	9	Orgánico	402.0	1.3	502
Chenalhó	Tzajalchen	40	Orgánico	1450.0	1.5	968
Chenalhó	Tzajal uk'um	27	Orgánico, T3	400.0	0.5	800
Chenalhó	X-oyep	15	Orgánico T3	450.0	0.8	600
Chenalhó	Yabteclum	6	Orgánico T2, T3	480.0	1.0	250
Chenalhó	Yax-jemel	32	Orgánico	200.0	0.5	400
Chenalhó	Yaxalumil	6	Orgánico, T2	200.0	0.3	800
Chenalhó	Nvo.Yibeljoj	9	Orgánico, T3	200.0	0.5	333
Chenalhó	La Esperanza	13	Orgánico	110.2	0.4	349
Chenalhó	Xinichilvó	15	Orgánico T2	220.0	1.0	200
TOTALES		427.0		9474.1	20.6	11932.0

Fuente: Padrón de Productores de café Maya Vinic, 2016-2017.

Municipio	Comunidad	Número de socios	Categoría de café	Promedio de cosecha por (kg) por socio	Hectárea	Rendimiento promedio kg/ha
Chalchihuitan	Jolilitontik	13	Orgánico,T3	475.00	1.50	475.0
Chalchihuitan	Jobeltik	2	T2	250.00	0.10	250.0
Chalchihuitan	Balum ak	2	Orgánico	250.00	0.25	1000.0
Chalchihuitan	Tz'ak uk'um	12	Orgánico	350.00	1.00	3.5
Chalchihuitan	E. Zapata	3	T2, T3	150.10	1.00	150.0
Chalchihuitan	Pakanab	9	Orgánica	450.00	1.00	450.0
Pantelhó	Sn. Carmen	12	Orgánico	500.00	1.25	400.0
Pantelhó	A. Esquipulas	5	T2	1000.00	1.75	571.4
Pantelhó	La Alianza	13	T1, T2	500.00	1.25	400.0
Pantelhó	S.J.B.Vista	8	T2	1600.00	1.50	1066.6
Pantelhó	Las Laminas	10	T1, T2	1200.00	1.00	1200.0
Pantelhó	Nvo. Jerusalén	2	T1	1050.00	1.00	1.50.0
Salto Agua	Chivaltic	40	Orgánico	500.00	1.25	400.0
Salto Agua	Igcio Allende	5	Orgánico,	240.00	1.00	400.0
Salto Agua	Lote Num.8	16	Orgánico,T3	200.00	0.50	400.0
Salto Agua	San Agustín	10	T3,T1	240.00	1.00	240.0
Ocosingo	Zaragoza	25	T1,T3	1000.00	1.00	1000.0
Ocosingo	El Tumbo	8	T1,T2	400.00	0.50	800.0
Ocosingo	N. Jerusalén	11	T1,T2	1700.00	1.50	1.133.0
Ocosingo	El Diamante	12	T3	400.00	0.50	800.0
Ocosingo	Cuauhtémoc	19	T1,T3	1000.00	1.00	1.000.0
Ocosingo	Nva. Esperanza	14	T2	350.00	0.50	700.0
Oxchuc	Yochib	11	T1	240.00	0.75	320.0
Simojovel	Sn. Lázaro	4	T1	500.00	0.65	769.2
Totales		264		14545.10	22.75	11795.7

Fuente: Padrón de productores de Café 2016-2017

La principal demanda de la cooperativa, desde un inicio, luchar por la justicia económica, buscando obtener precios y tratos justos. Así como fortalecer la autonomía comunitaria y mejorar las condiciones de producción y comercialización de los productos de café y miel. Lograr el reconocimiento y certificación nacional e internacional es un triunfo alentador para seguir trabajando con objetivos comunitarios.



Certificación orgánica. El sistema de certificación Fairtrade tiene como propósito garantizar a los consumidores que el producto que adquieren cumple con especiales estándares sociales, económicos y medioambientales. Los productos orgánicos certificados son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con especificaciones técnicas precisas (normas) y cuya certificación de productos orgánico corre a cargo de (FLO-Cert, 2002).

El proceso de café orgánico es inspeccionado en todo momento para responder a los requisitos de certificación. La certificación orgánica “[se] realiza con el fin de verificar, de comprobar, que la producción en el campo y el procesamiento en la industria se han realizado conforme a lo establecido dentro de las normas de la agricultura orgánica y del procesamiento de productos orgánicos” (FLO-Internacional, 2006).

Desde septiembre de 2002, Maya Vinic mantiene el sello alemán de Comercio Justo Internacional FLO-I, el cual certifica que la organización trabaja y se administra con criterios de justicia social y eficacia empresarial. En Maya Vinic, los productores se dividen el costo de la certificación entre todos los socios, por ejemplo, el ciclo 2015-2016, el costo de certificación fue de \$85,000.00 pesos, entre 732 socios, lo que les correspondió pagar alrededor de 116.00 pesos por productor, el cual pagan en efectivo a la Cooperativa (Unión de Productores Maya Vinic, 2016: 23).



En México, la empresa encargada de inspeccionar los procesos orgánicos es la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos (CERTIMEX), es una sociedad civil legalmente registrada constituida con la finalidad de contribuir en el desarrollo de la producción mediante la inspección y certificación de calidad de los procesos y productos agrícolas, pecuarios, agroindustriales y forestales. Que, a su vez, trabaja en conjunto con los sellos internacionales de procesos orgánicos para dar a los pequeños productores organizados, la posibilidad de acceder al Comercio Justo nacional e internacional.

Los objetivos de la CERTIMEX (2011) son los siguientes:

- Garantizar a productores, procesadores, comerciantes y consumidores la realización de actividades de inspección y certificación de productos y procesos con competencia, independencia e imparcialidad.

- Desarrollar un sistema de calidad, tanto para la inspección como para la certificación, que esté de acuerdo al contexto nacional pero equivalente a las exigencias internacionales.
- Desarrollar sistemas de certificación nacionales que económicamente estén al alcance de todos los interesados, pero que además le permita a la CERTIMEX obtener los ingresos necesarios para asegurar la continuidad e independencia de su trabajo. Actualmente sustentamos nuestra tarea en la oportunidad, la fortaleza, la fertilidad, el movimiento y el Comercio Justo.

La CERTIMEX se crea en el año de 1997 por el interés de los productores mexicanos de querer contar con una certificación nacional que realizara, con calidad, los servicios de inspección y de certificación, pero a precios accesibles para los interesados.

Así la CERTIMEX inicia sus actividades en ese año ofreciendo, únicamente los servicios de certificación de productos y de procesos ecológicos u orgánicos, los cuales se han venido realizando desde entonces hasta la fecha con bastante éxito. Es una agencia de certificación de productos orgánicos, de Comercio Justo; con acreditación nacional e internacional. En la cosecha de 2001, Maya Vinic fue certificada como productor orgánico de café con el aval de la CERTIMEX. Los técnicos realizaron una exhaustiva revisión para comprobar que durante el proceso de producción no se utilicen agroquímicos.

En cambio, ellos recurren a la composta, porque su trabajo está regido, bajo el precepto de conservación de los recursos naturales. De acuerdo con información proporcionada por Lázaro Arias (socio de Maya Vinic, diciembre de 2016), este refiere que ellos cosechan, cortan y limpian el café gracias al permiso de la Madre Tierra, por eso no la pueden agredir.

Premio de Derechos Humanos, Francia 2001



Gracias al trabajo decidido por parte de los socios de Maya Vinic, en diciembre de 2001, el gobierno francés le otorgó a la cooperativa el Premio de Derechos Humanos, Francia 2001. Por la lucha pacífica contra el racismo y la explotación que han realizado “Las Abejas”, a través del proyecto comunitario de desarrollo de producción y comercialización

del café orgánico Maya Vinic-Las Abejas. El dinero recibido por este premio se destinó, por acuerdo de la Asamblea General, para la compra del terreno donde se construyó la bodega de acopio (Maya Vinic, 2005). Fue la primera ocasión que una organización indígena mexicana recibe de manos del presidente francés esta distinción. Y a pesar de que la prensa de ese país le otorgó un espacio a los premiados, en México no sucedió lo mismo.

3.4.3 El caminar de la Sociedad Cooperativa Maya Vinic

Discurso de Reynaldo Arias, socio y presidente de la Mesa Directiva Maya Vinic (Revista Latinoamericana de economía social y solidaria, 2010):

“La historia de Maya Vinic es una historia de esfuerzo colectivo, es el resultado de proceso de trabajar en paralelo día con día, de empatar objetivos entre socios para construir nuestras propias oportunidades y de mostrarle al mundo lo mejor de nosotros. [...] Ha sido largo el camino y muchas las adversidades, pero siempre ha prevalecido nuestro esfuerzo y empeño. Compañeros, a través de los resultados de la cooperativa Maya Vinic quiero hablarles y demostrarles que el trabajo en conjunto, la organización, pero sobre todo la unión y la solidaridad es el camino para sortear los retos que hoy enfrentamos, para adaptarse a un mundo cada vez más cambiante y cuidar de lo más importante, nuestras familias”.

La nueva cooperativa se estableció para que en “Las Abejas” fortalecieran su autonomía comunitaria, mejorando las condiciones de producción y de comercialización de los productos agrícolas, comenzando por el café. En el caminar Maya Vinic ha pasado por diferentes problemáticas de organización, desde estafas en la comercialización hasta abuso de funciones por parte de socios que realizan funciones administrativas en la cooperativa.

“Durante los primeros años de Maya Vinic fue muy difícil pasarnos del mercado informal al mercado formal, juntos empezamos a organizarnos y [a] buscar un mercado solidario, pero los primeros años fue muy difícil, no teníamos mucha experiencia, ni sabíamos quiénes eran clientes de confianza” (Antonio Pérez Pachitan, socio fundador y actual coordinador de proyectos de la cooperativa, enero de 2017).

De acuerdo con la experiencia vivida por Carolina Huwiler⁴ en Acteal, esta era la zona de refugio para la gente de varias comunidades. Allí, la joven suiza conoció a miembros de la Unión de Productores de Café Maya Vinic, una cooperativa compuesta por integrantes de Las “Abejas”. “La gente sentía esa necesidad de organizarse, de regresar a sus tierras para la cosecha y preguntaron a observadores internacionales y nacionales que los acompañaran”, recuerda Carolina Huwiler (Asociación del Café Arabejas) esta labor que marco su vida. “Lo más importante fue tomar conciencia de que la situación en la que vive la gente allí es el resultado de una dinámica internacional de consumo, de relaciones comerciales fundamentalmente injustas en varios aspectos, que la realidad de ellos está muy relacionada a la realidad de nosotros”

⁴ Información obtenida de la página http://www.swissifo.ch/spa/indigenas_de_chiapas_venden_spa_cafe_en_suiza/6158582

De regreso a Suiza, Carolina Huwiler con el deseo de ayudar a mejorar la situación social y económica entre los campesinos, junto con un grupo de jóvenes creó la asociación del Café Arabejas, para ayudar a Maya Vinic. “Nuestros objetivos tenían dos vertientes: incorporar el café de la cooperativa en Suiza e insertarnos en la demanda de productos de Comercio Justo”⁵. Gracias al sí de Bertschi- Kaffee y a Blaser Trading, ambas empresas helvéticas, la puerta de la exportación del café de Maya Vinic se abrió por primera vez.

Maya Vinic recibe desde entonces un precio mínimo definido luego de obtener certificaciones del Comercio Justo (de la Fair Trade Labelling Organisation, FLO, y de la Fundación Max Havelaar). El mismo Antonio Pachitan (socio fundador y actual coordinador de proyectos de la cooperativa, enero de 2017), expresa que: “Recuerdo que en los primeros años tuvimos clientes que fueron muy injustos con la compra de café. Hay mucho fraude en las personas que te prometen pagar y luego no cumplen. Por ejemplo, Maya Vinic logró acopiar café de sus socios, estuvo trabajando con la señora Juana Suega de Tapachula, quien nos estafó con la cosecha, porque le entregamos el café, pero nunca pagó, desesperados la buscamos, pero ya no dimos con su paradero”.

3.5 La experiencia del caminar de Maya Vinic

Después del fraude cometido en contra de la organización se hace un replanteamiento para hacer frente al problema del primer año, la venta del café para el ciclo 2000-2001 donde se lograron acopiar 35.000 kg de café pergamino y el destino de esta cosecha fue ser vendida a los intermediarios locales de Pantelhó, y cuyo comprador final son Agroindustrias Unidas de México (AMMSA) y Café California, que a su vez revenden la cosecha a la transnacional Nestlé, con influencia sobre las comunidades de la región. Esto ocurrió porque no existían condiciones de oferta y de demanda que permitiera comercializar en mercados Justos (Archivos de la organización Maya Vinic, 2016; Antonio Pérez Pachitan, socio fundador y actual coordinador de proyectos de la cooperativa, enero de 2017).

Así mismo dentro del proceso cafetalero Maya Vinic, juega un papel trascendental la lucha por la apropiación del proceso productivo y del espacio social, así como las relaciones que derivan de su desarrollo organizativo a nivel local, regional y global, con agentes como los intermediarios y los grupos sociales nacionales e internacionales además de las relaciones

⁵ Información obtenida de la página http://www.swissifo.ch/spa/indigenas_de_chiapas_venden_spa_cafe_en_suiza/6158582

que vinculan a las leyes del mercado que van condicionando su calidad, su competitividad, su eficacia, y en otro nivel a la autogestión, la distribución del beneficios económicos entre los pequeños productores que la conforman.

Más adelante, Maya Vinic fue ampliando sus relaciones con organismos no gubernamentales, abriéndose al mercado de Comercio Justo y, con el apoyo de grupos solidarios, lograron contactar con otros compradores de Estados Unidos, Bélgica y Japón, con estos nuevos compradores internacionales, en el ciclo 2001-2002, exportaron dos contenedores de café pergamino a Estados Unidos y Canadá. La mala organización, el manejo del dinero y las relaciones de poder dentro de la organización Maya Vinic generaron que la mesa directiva, que se nombraba cada periodo, no estuviera capacitada, lo que provocó que salieran socios y que se perdiera la confianza en la organización.

Maya Vinic, en 2002, consiguió el permiso de exportación enviando 100 sacos de café oro a Estados Unidos, principal destino de exportación del café mexicano. En ese mismo año, con apoyo de la organización De Campesino a Campesino con influencia sobre América Latina, se logró tener el registro de FLO-Internacional, abriendo con esto mayores posibilidades de exportación para Europa, tres contenedores de café oro (250 quintales) en Suiza, Italia y Canadá.

3.5.1 Nuestra Miel-Maya Vinic

La importancia de la diversificación, para Maya Vinic en 2005, da cuenta de que la producción de café no era suficiente para obtener recursos económicos para las familias. Entonces deciden innovar en las parcelas con producción de miel de abeja, actividad que en los inicios, por desconocimiento en el manejo de las abejas, no funcionó y de 150 cajas que habían colocado, solamente sobrevivieron cincuenta. A partir de ahí, comienzan con la actualización, la capacitación de los productores con apoyo del Colegio de la Frontera Sur y logran incrementar las cajas de abejas y el número de socios. En la producción de miel la participación de la mujer es aún menor, pero también apoya a los productores en el manejo de los apiarios. La actividad apícola se incorporó en la organización en el año 2005.

Actualmente, la Cooperativa Maya Vinic agrupa un total de 129 socios de miel que trabajan cerca de 1,800 colmenas. De acuerdo con Felipe Pérez Pérez (Secretario de Comité de Miel de la Cooperativa Maya Vinic, diciembre de 2016), “Nuestra producción principal es de miel cosechada de apiarios que están en parcelas cafetaleras, los cuales se distinguen por la adopción de prácticas culturales acordes al cuidado y la conservación del medio

ambiente. Es decir, nuestra miel es producida a partir del pecoreo (conducta de las abejas) que recolectan polen y néctar de las floraciones de los cafetales orgánicos, por lo que puede llamarse ‘miel de cafetal’”. La mayoría de los productores de miel, utilizan mano de obra familiar para el mantenimiento de las colmenas distribuidas en apiarios ubicados al interior de las parcelas de café. Es una actividad complementaria a la producción de café.

A partir del año 2010, Maya Vinic comenzó con una nueva visión de trabajo y de organización para incrementar el número de socios de café, ya que la organización estaba integrada por 681 productores de café (87% hombres y 13% mujeres), todos ellos cultivaban café orgánico certificado, Maya-Vinic, agrupa a pequeños productores y campesinos de origen tzotzil y tzeltal. Para los años 2014-2015, Maya Vinic, cuenta con 732 socios productores de café y de esos, 132 tienen producción de miel, actividad que les ha permitido la diversificación de actividades y la generación de ingresos, ahora que el cafetal ha sido afectado por la roya (*Hemilea vastatrix*) (Folleto mimeo. Maya Vinic, 2015).

Aunado a ello, está promoviendo la siembra de macadamia entre los cafetales para que en un futuro de cinco años puedan producir este fruto y comercializarlo. La miel, al igual que el café, son productos de exportación. Los productos que ofrece Maya Vinic son: café y miel orgánica. Ambos productos los exportan a Europa y Estados Unidos. Trabajan con sellos de Comercio Justo, Mayacert (orgánico), están buscando certificarse con la Ley de Productos Orgánicos del Senasica. Maya Vinic ofrece también la venta de café tostado y molido, café en taza (cafetería), dichos productos están disponibles tanto para los mercados nacional como local.

3.6 Análisis del Comercio Justo del café orgánico en la Cooperativa Maya Vinic

Las relaciones sociales y económicas que se establecen entre los distintos espacios son cada vez mayores, lo que nos lleva a comprender los lazos y las relaciones que se establecen entre un lugar y otro; por ejemplo, una comunidad de los Altos de Chiapas y otro ámbito económico distante como es Japón. ¿Tendrá algo que ver la globalización? Por otra parte, debe mencionarse que no todas las formas de articulación económica de carácter internacional, necesariamente, tienen que presentar una completa desventaja para las economías locales, ya que, en la actualidad, instancias socioeconómicas representadas por ONG internacionales producen impactos positivos ya que reducen las brechas entre productores y compradores.

Hoy en día, la producción de café orgánico que comercializa Maya Vinic es producida en pequeñas parcelas por manos tzotziles, estos pequeños productores y productoras basan su economía en el aromático café y año con año lo comercializan a Comercio Justo, haciendo su mejor esfuerzo para entregar la más alta calidad a los consumidores.

El Comercio Justo en Chiapas ha servido para aminorar el impacto internacional de los precios del aromático en el pequeño productor, además ha ayudado a mejorar las condiciones sociales, ambientales y económicas en las que viven y trabajan los pequeños cafecultores. Sin embargo, no es la primera vez que la población indígena chiapaneca se rebela contra una violencia perdurable institucional que ha llevado décadas tratando de destruir su identidad, arrebatarles su dignidad moral y aniquilar su modo de vida.

A través de algunas visitas a las comunidades con influencia de la organización Maya Vinic de los municipios de Chenalhó, Pantelhó y Chalchihuitán entre diciembre de 2016 y febrero, de 2017, se obtuvo información a partir de la aplicación de entrevistas estructuradas y no estructuradas con el fin de poder profundizar en temas de importancia y poder analizar cómo funciona el Comercio Justo en la región. Con apoyo y permiso de Asamblea General se visitó la oficina comercial en San Cristóbal de Las Casas donde, amablemente, nos mostraron la oficina, el tostado y el molido de café así como el final del proceso de empaclado con el logotipo de Maya Vinic, que a la letra dice y cito textual: “En este producto se sintetiza nuestro esfuerzo y ponemos en la mesa el café de la más alta calidad que producimos”.

Así mismo se entrevistó a Antonio Pérez Pachitan (coordinador de proyectos), Antonio Ruíz (gerente comercial) Mariano Pérez Vázquez (presidente Consejo Administrativo), Juan Giménez Pérez (tesorero Consejo Administrativo), y al Señor Cristóbal Ruíz (secretario Consejo Administrativo). Ellos son socios fundadores de Maya Vinic, que al ser entrevistados se les preguntó ¿saben de la existencia de un mercado para el café orgánico llamado Comercio Justo?, a lo cual la mayoría de ellos responde que no solo saben de la existencia de Comercio Justo, sino que actualmente venden sus productos a él. También se les pide a los entrevistados de algunas comunidades de los municipios, en donde tiene influencia Maya Vinic, Chenalhó, Chalchihuitán y Pantelhó, que en términos generales respondan a la pregunta: ¿Qué opinión tienen acerca del sistema de Comercio Justo, a lo que ellos, en general, respondieron que el Mercado Justo es más conveniente debido a que:

- 1) Establecen precios de garantía estables
- 2) Posibilitan la adquisición o incentivo o premio por la calidad del producto
- 3) Ofrecen financiamiento (crédito)
- 4) Exige mayor calidad del producto
- 5) Ofrecen los mejores precios del café
- 6) Permite adquirir contactos directos para las ventas futuras del producto
- 7) Le permite tener mayor conocimiento del funcionamiento del mercado
- 8) Ofrecen asistencia técnica
- 9) Permite canalizar recursos para el desarrollo de proyectos productivos
- 10) Promueve un desarrollo sostenible (cuidado del medio ambiente)
- 11) Les compra toda la producción Comercio Justo sin tener dificultades para hacerlo.

En general, los socios de Maya Vinic, con los que se habló, afirman que la certeza de precios que les brinda su participación en el Comercio Justo es un elemento fundamental para dar certidumbre a sus ingresos. También refieren que el Comercio Justo es solo una parte de la estrategia y resulta insuficiente para solventar las necesidades básicas de los pequeños productores, esto se pudo corroborar al visitar los hogares de algunos de los socios que viven condiciones de extrema pobreza.

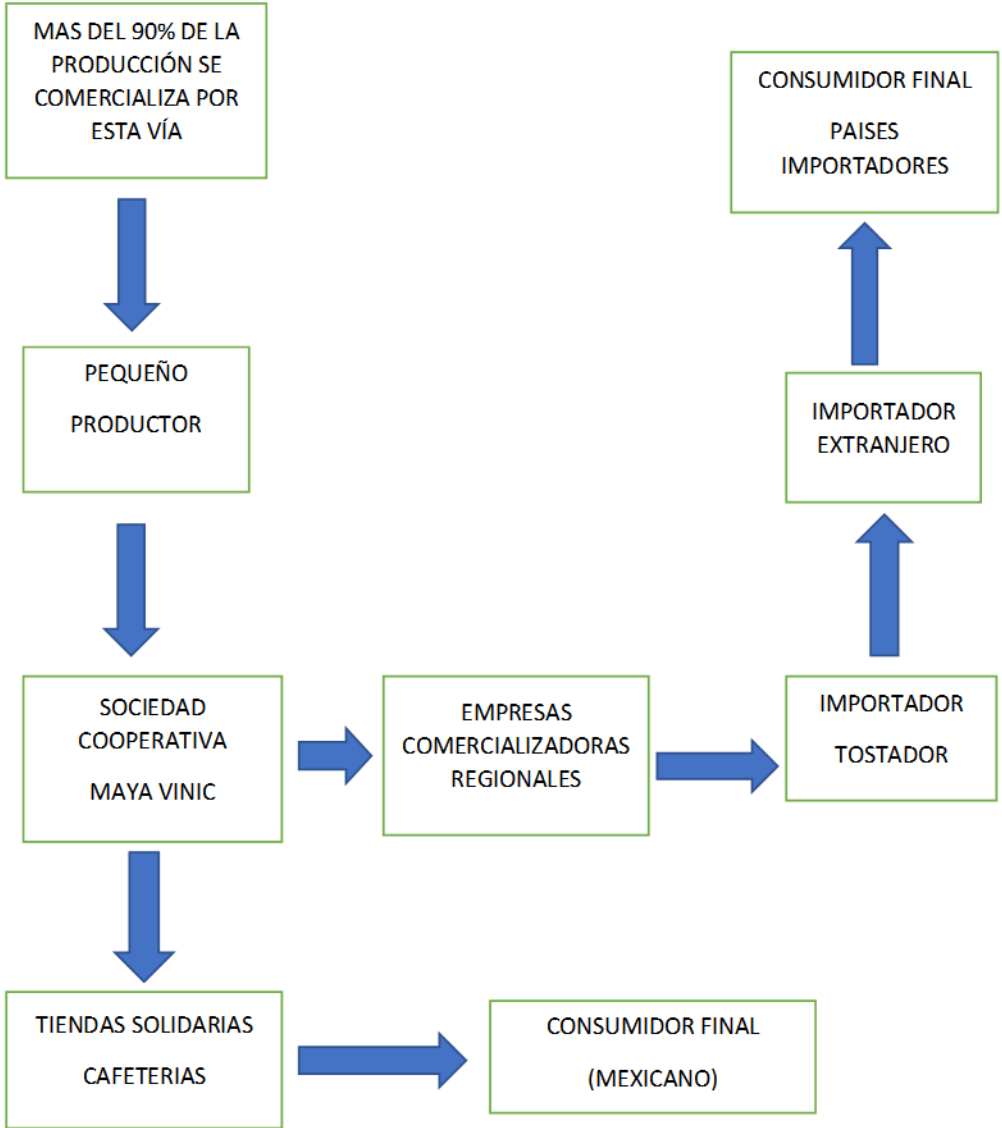
De acuerdo con Antonio Pérez Pachitan (coordinador de proyectos de Maya Vinic, diciembre de 2016) “hace poco que empecé a entender más a profundidad el sistema de Comercio Justo. A veces se entiende como ‘mejor precio del café’ entre los productores, pero es más que eso, se trata de relaciones seguras con clientes, también es desarrollo de la cooperativa”. Y agrega:

Desde que trabajamos en el Comercio Justo hemos tenido más seguridad con nuestros clientes siempre pagan. Eso permite tener confianza con nuestros clientes. Es como un cliente que permite trabajar mejor [...] ya a veces no hablamos de clientes, sino de aliados [...] ahorita tenemos clientes de confianza y de amistad, cuando nos vienen a visitarnos nos ven como amigos como los japoneses, como Monika de Cooperative Coffes y otros clientes más, a ellos nos da la seguridad para la entrega de nuestros productos.

Es así que los productores de Maya Vinic enfrentan una dependencia económica y social, fuertemente vinculada a la producción de café y miel. Siendo estas actividades el principal medio económico de la vida de las familias cafetaleras. De acuerdo a la percepción de los productores, la actividad cafetalera aporta en un 80% de los ingresos del hogar en los

productores convencionales; y un 84% en los hogares certificados. El complemento proviene de las actividades diversas, artesanías de textiles, albañilería, carpintería y comercio de plaza. A continuación, mostramos el Esquema 3:

**ESQUEMA 3.
CANALES DE DISTRIBUCION DE CAFÉ EN EL COMERCIO JUSTO**



Fuente: elaboración propia con datos de Maya Vinic 2016

En cuanto al volumen de producción comercializado en el sistema de Comercio Justo confirma que, efectivamente, el 90% de la producción de los socios se vende a la cooperativa, es mínima la cantidad que se queda en las unidades familiares para el consumo. Los cafeticultores dicen: “para la casa se queda la café chibola” la última cosecha de granos que maduran o no se cortaron en tiempo, o café verde que se secó y no fue despulpado, “lo que sobra es lo que tomamos [...] no se necesita más” (Antonio Pérez Ruiz, asesor comercial de Maya Vinic, enero de 2017).

Los socios de Maya Vinic le venden a la sociedad cooperativa porque pertenecen a ella, para que la cooperativa exporte y venda el café a nivel local, nacional e internacional. Los principales mercados de la cooperativa han sido Estados Unidos, Bélgica, Japón y Suiza. Se exportan 4 contenedores de café en total, dos son destinados a Estados Unidos y el resto para los otros países, y como comenta Antonio Pérez Ruíz (asesor comercial de Maya Vinic, diciembre de 2016), aproximadamente medio contenedor se reserva para satisfacer la demanda del mercado nacional. Como ellos dicen “entregan el café directamente a los compradores” con los que previamente el asesor comercial junto con la mesa directiva firma los contratos y en donde se establecen los términos, las cantidades y la calidad del café.

Un contenedor de café de exportación equivale a 250 sacos de 69 kilos de café oro, es decir, un total de 17,250.0 kilogramos. Así en promedio Maya Vinic logra acopiar entre 100 y 144 toneladas de café pergamino por ciclo agrícola.

Las utilidades que Maya Vinic obtiene se distribuyen de manera proporcional, de acuerdo a los volúmenes acopiados y de los precios obtenidos; el reparto se realiza una vez concluido el ciclo de venta y se han efectuado los pagos, donde cada productor recibe su alcance o remanente adicional en dinero, ese remanente es de 6 pesos más de acuerdo a los volúmenes comercializados con la organización. Actualmente, la organización beneficia a más de 5000 familias (Antonio Pérez Ruiz, asesor comercial de Maya Vinic, enero de 2017).

A lo largo de sus 18 años, la organización ha recibido apoyo de grupos de Japón, Estados Unidos y Bélgica. Y como señala Luis Álvarez (asesor de Maya Vinic, febrero de 2017) en entrevista llevada a cabo en las oficinas administrativas en San Cristóbal de Las Casas “Maya Vinic es una organización muy abierta y aunque es una organización 100 por ciento integrada por indígenas, desde sus inicios sabe que no puede caminar sola, sino que necesita la participación de otros actores”.

Antonio Ruiz (asesor comercial, febrero de 2017), menciona que por medio de una organización de Comercio Justo de la Universidad de KEIO, en Tokio y de la Embajada de Japón En México, Maya Vinic ha recibido capacitación para el tostado del café, para darle un mayor valor agregado y de igual forma Fairtrade, cliente de Bélgica los capacita en la producción de miel.

Así mismo CoopCoffees, que es una cooperativa de Estados Unidos y Canadá compuesta de 24 compañías de tostadores asociados, que tienen el objetivo de importar cafés orgánicos de calidad gourmet, directamente de cooperativas de pequeños productores como Maya Vinic. Y como dice Luis Álvarez, que asesor de la Cooperativa Maya Vinic en entrevista llevada a cabo en enero de 2017, “Con compradores solidarios como CoopCoffees, estamos en una posición de ir más allá de una simple relación comercial”, y agrega “juntos hemos construido una alianza estratégica. Y el no tener que preocuparse cada año sobre dónde vamos a vender nuestro café, nos libera para poder enfocarnos en proyectos importantes como el mejoramiento de rendimientos y calidad y en la concepción de nuevos proyectos de desarrollo en las comunidades”.

Y a la pregunta de ¿Cuál es el impacto de la prima social?, el referido asesor de Maya Vinic responde: “No es lo mismo un dinerito de una persona que un dinero acumulado de todos los socios [...] si el dinero se reparte cada socio lo destina para gasto familiar, como salud, educación o la construcción de sus casitas o cualquier cosa, pero si se queda en la cooperativa, beneficia de manera grupal [...] por ejemplo si se queda se puede comprar un carro o construir una bodega en beneficio de la cooperativa”.

“El premio social se invierte en buenos destinos va en beneficio de los productores, pero la idea [...] es que no se reparta para gasto [...] si se reparte no es beneficio cooperativo.” (Luis Álvarez, asesor de Maya Vinic, enero de 2017). Los pequeños productores saben que en el Comercio Justo se les da una prima adicional a la cantidad que reciben por la cantidad que reciben por la venta de su café, lo perciben como ingreso, pero un ingreso que es del grupo y que se puede distribuir en usos diversos como los gastos administrativos, el pago de la certificación, la fiesta de la cosecha entre otros destinos.

Una de las razones por la cual los socios reciben un “premio social” se debe al manejo del cafetal orgánico y el reconocimiento de sus compradores, estos últimos les pagan a los socios de Maya Vinic por realizar labores de conservación, de trabajo comunitario y de fomento de prácticas de desarrollo en las comunidades. Si bien es cierto que este pago debe, de acuerdo a los preceptos del Comercio Justo, destinarse a mejoras sociales y

productivas, para Maya Vinic el uso de la prima es en mayor medida para la atención de aspectos relacionados con el procedimiento de la producción orgánica, es decir, para fines productivos antes que sociales. Algunos de los familiares de socios entrevistados durante el trabajo de campo mencionan que la prima no siempre se usa para mejoras de las comunidades, donde viven miembros de la Unión Majomut⁶, debido a que algunos fueron identificados como autores materiales en la masacre de Acteal.

Al preguntarle a Antonio Pérez Pachitan (coordinador de proyectos de Maya Vinic, diciembre, 2016), ¿Qué relación tiene la cooperativa con el sistema de Comercio Justo?, responde: “La Cooperativa es un grupo de socios que estamos organizados [...]sin la unidad y la cooperativa no se puede pertenecer al Comercio Justo, porque vamos caminando en la misma idea [...]. El cambio ha sido para mí y para el resto de los socios, que son pequeños productores, porque son mercado fijo y seguro. Ya no vendemos café a coyotes. Solo vendemos café a Maya Vinic y así se vende a café exportación”.

El mismo Antonio Pérez agrega que “[...] el Comercio Justo sin las cooperativas no podría existir [...] y las cooperativas sin el Comercio justo difícilmente podrían crecer como lo han hecho ahora en todo el mundo”. Las relaciones comerciales ahora son más estables, duraderas y confiables dentro de la Cooperativa Maya Vinic. También han recibido apoyo en la comercialización de parte de Comercio Justo México, A.C. el café de Maya Vinic ha logrado posicionarse en el mercado con valores agregados; calidad, valores sociales y ecológicos. Además de que la certificación orgánica de organismos internacionales independientes ha colaborado con ello (Maya Vinic, 2017).

En consecuencia, la cooperativa se estableció para que en “Las Abejas” se fortaleciera la autonomía comunitaria, mejorando las condiciones de producción y comercialización de los productos agrícolas comenzando por el café, para posteriormente lograrlo con miel, maíz, frijol, frutas, hortalizas y otros.

El cooperativismo es un sistema que es, especialmente relevante para productores de África, Latinoamérica y Asia que juegan con desventaja en el mercado global. Un desarrollo sostenible solo es posible dónde las personas no solo participan en la producción, en el primer paso de la cadena de suministro, sino también en la manipulación, y donde las

⁶ La organización cafetalera perteneciente al municipio de Chenalhó es una de las más importantes del estado de Chiapas, integrada por indígenas de diferentes comunidades tzotziles y tzeltales de la región de Los Altos, fue una de las primeras agrupaciones en beneficiar y exportar café, en impulsar la producción orgánica, y en comercializar a mercados de Comercio Justo.

ventajas de la globalización llegan también a los productores (Fairtrade, 2012). En muchos países las cooperativas son elementos fundamentales para la economía de la sociedad, y facilitan el acceso a los mercados nacionales e internacionales para un grupo relevante de la población, por lo tanto, sin la estructura cooperativista no accederían a los mercados en cuestión.

Uno de los logros más importantes para Maya Vinic, fue la formación una Sociedad Cooperativa de Producción de Café, organización de cafecultores dispuestos a trabajar, solidariamente, ante la grave situación económica por la que atraviesan. De acuerdo al principio número 1 de Comercio Justo se establece crear oportunidades para pequeños productores de escasos recursos económicos que cumplan la condición de estar organizados en asociaciones o cooperativa.

A continuación, en las Fotos 5 y 6 podemos apreciar las instalaciones de la bodega de acopio donde se encuentra también la planta de procesos aquí se realiza la selección del grano. Pilar y orgullo de la Cooperativa Maya Vinic.

Foto 5. Bodega de acopio de café Maya Vinic



Fuente: Revista Año Internacional de las Cooperativas, certificadas Fairtrade, 2012.

Foto 6. Planta de procesos construida y equipada con fondos del premio Fairtrade



Fuente: Revista Año Internacional de las Cooperativas, certificadas Fairtrade, 2012.

Comercio Justo trabaja con pequeños productores organizados en cooperativas. El 70% de los productos de Comercio justo, procede de estas organizaciones. Productos relevantes como: el café, cacao, miel, artesanías, algodón y frutas producidas, únicamente, por pequeños productores certificados por Fairtrade.

De acuerdo con Leonardo Bastida, en un artículo publicado en La Jornada del campo el 19 de mayo de 2018, expresa que:

“[el] éxito de Comercio Justo no solo recae en los productores y cooperativas cafetaleras, sino también en quienes van a degustar una taza de café a una cafetería o le compran para prepararlo en casa. Conocer el origen del producto bebido en sorbos ayuda a que, en próximas ocasiones, la decisión sobre que café tomar ayude a que cada taza consumida acarree un beneficio directo a esas poblaciones donde la vida transcurre alrededor del grano del café.”

3.6.1 Precio Justo para el café

El precio de Comercio Justo reside en el hecho de comprar café orgánico a un precio que cubre los costos de producción, como mínimo de las necesidades vitales del pequeño productor. Este Precio Justo puede exceder en un 70% el precio pagado por las negociaciones con las empresas tradicionales. En algunos casos, las organizaciones de

Comercio Justo respetan lo que sus contrapartes consideran “precio justo”. En ciertos casos, los productores y los compradores negocian este “Precio Justo” (CEFTA, 2012).

Cálculo de precio justo:

Ahora bien, “precio justo”, es el precio que se les paga a los productores que trabajan bajo las normas del Comercio Justo, ya sea café convencional, orgánico o en transición (Coordinadora Estatal de Productores de Café en Oaxaca: CEPCO, 2008); la fórmula para calcular el precio justo del café es convencional o en transición es:

PJ = Pm + Ps, donde

PJ = precio justo

Pm = precio mínimo

Ps = premio social

Entonces, cuando el café es orgánico y ya cuenta con la certificación, a la fórmula anterior se le suma el premio orgánico quedando:

P J = Pm + Ps + Po, donde Po = premio orgánico.

El precio mínimo está determinado con base en los costos de producción, en tanto que el premio social oscila, en promedio, entre 3% y 5% de ese precio mínimo; por otro lado, el premio orgánico, corresponde a un valor entre 25% y 35% del precio del café orgánico, el cual incluye el precio mínimo y el premio social (López, 2009).

En busca de alguna distinción entre la distribución económica se encontró que los precios bajo criterios de Comercio Justo presentan mayor estabilidad a diferencia de la producción convencional y/o no certificada, esto se debe a que por norma en el Comercio Justo los compradores realizan compras anticipadas además de un sobre precio por ser pequeño productor (prima social) y por ser orgánico (premio ecológico).

En el caso de Maya Vinic no solo se valora el Precio Justo y estable que otorga la organización, sino el peso y el trato justo. Según Enrique Pérez (socio de Maya Vinic, diciembre de 2016), expresa que “el coyote es que a veces sube y se baja, en Maya Vinic el precio normal, nunca se sube [...] siempre se mantiene y eso me gusta, además del peso y trato justo”.

Ahora bien, el café pergamino para el ciclo 2016-2017 fue pagado en promedio de \$ 46.00 pesos por kilogramo, que recibieron los socios de Maya Vinic. En promedio los pequeños productores obtuvieron \$ 12,334.45 pesos, esto en razón por la cantidad de tierra que poseen la mayoría entre 1/2 hectárea o algunas veces 1/4. La realidad que enfrentan los productores es muy desalentadora, ya que este pago no es suficiente para la manutención de su familia. Y siempre está latente la idea de migrar como una salida más próxima a la pobreza que cotidianamente viven.

Maya Vinic establece: desde un principio se vio la necesidad de ofrecer un café de calidad, para que el cliente o consumidor pague un precio justo por un café trabajado por un campesino, quien lo sembró, cuidó y cosechó con dignidad, fruto de su propio esfuerzo, de su familia y de sus hijos. Así, el café se trabaja de acuerdo con la cultura de los antepasados, de manera orgánica, haciendo producir sin deteriorar a la Madre Tierra. Para ello realizamos actividades de educación y de capacitación en técnicas agrícolas y de economía solidaria. Con ello podemos caminar hacia la paz y tener una vida digna para nuestros hijos.

Cuando visitamos las comunidades de los pequeños productores, estaban cosechando el café, esto me permitió observar que en efecto la cooperativa camina con algunas debilidades respecto al dinero para hacer frente al pago de los productores y tienen que esperar a nuevo aviso de pago. Esta situación resulta penosa porque los campesinos viven distantes de la bodega de acopio en Acteal.

En Maya Vinic no siempre se sabe si habrá dinero suficiente para que les paguen su producto cuando lo entregan en la bodega de acopio, algunas veces tienen que volver a sus comunidades y regresar para cobrar cuando la organización les avisa de su pago. Sin embargo, algunas de sus autoridades aceptan que cuando pasa esto los socios se regresan molestos a sus comunidades (Diego Pérez, socio, encargado de la tienda de la cooperativa, diciembre de 2016). Las autoridades de Maya Vinic están conscientes de esta debilidad, y como expresa Antonio Pérez (coordinador de proyectos de Maya Vinic, enero de 2017), “[...] siempre se requiere de más apoyo, nunca es suficiente y falta para el acopio tener más recursos [...] se discutió en la reunión de delegados y asamblea sobre pedir un préstamo a gobierno y se aceptó, porque al fin que se pagara, no es regalado”.

La tienda comunitaria funciona como caja chica cuando el Consejo de Administración o algún empleado de la bodega requieren hacer algún pago. Se nota confianza de los socios

hacia las políticas administrativas sobre los pagos, anticipos, etcétera (Diego Pérez, socio y responsable de la tienda de la cooperativa, enero de 2017).

Sin embargo, por observación directa durante el trabajo de campo, se notó que muchas responsabilidades recaen en el Consejo de Administración, quien maneja directamente recursos para movilizarse en la región, como pago de obras o servicios, visitas de compradores extranjeros, también apoyan a los socios que no cuentan con un tipo de transporte para llevar a la bodega de acopio su producto.

3.6.2 Empleos generados por Maya Vinic

En cuanto el empleo que genera Maya Vinic en la región, trae un impacto positivo en el territorio, aunque el número de empleos sea pequeño, comparado con las necesidades de empleo que existe en la región. Maya Vinic genera cinco empleos fijos de tiempo completo y siete por proyecto en temporadas o tiempo parcial, tanto para la miel como para el café. De acuerdo con Mariano Pérez (socio fundador y presidente del Consejo Administrativo de Maya Vinic, enero de 2017), la cooperativa contrata no solo personal técnico o equipo gerencial/asesor, sino también ayudantes y trabajadores para nuevas construcciones, así como bodegueros, cargadores para servicios locales.

Sin embargo, son muchos los jóvenes de las comunidades con influencia de Maya Vinic que aspiran a un empleo dentro de la cooperativa, pero la realidad es que la demanda de empleos supera los pocos espacios para trabajar dentro de la misma. Por lo tanto, los jóvenes que estudian no tienen motivación para quedarse en su lugar de origen y deciden migrar a otras ciudades.

Es importante mencionar que el ingreso percibido por la producción de café no es suficiente para todos los integrantes de la organización, ya que existen socios con poca producción de café, por contar con poca tierra y pocas o nulas colmenas. Por lo cual, “los socios y socias se ven obligados a migrar a las ciudades más cercanas trabajando fuera por temporadas de tres a seis meses, trabajando como albañiles, ayudantes, domésticas y regresan para la temporada de cosecha” (Rubicel Pérez Arias, socio, enero de 2017), entrando a una dinámica laboral de pluriactividad.

3.6.3 Papel de las mujeres y jóvenes. Sosteniendo la milpa y el cafetal

En las comunidades visitadas pertenecientes a los municipios: Chenalhó, Chalchihuitán y Pantelhó, donde se dio una convivencia cercana y armoniosa con los miembros de la

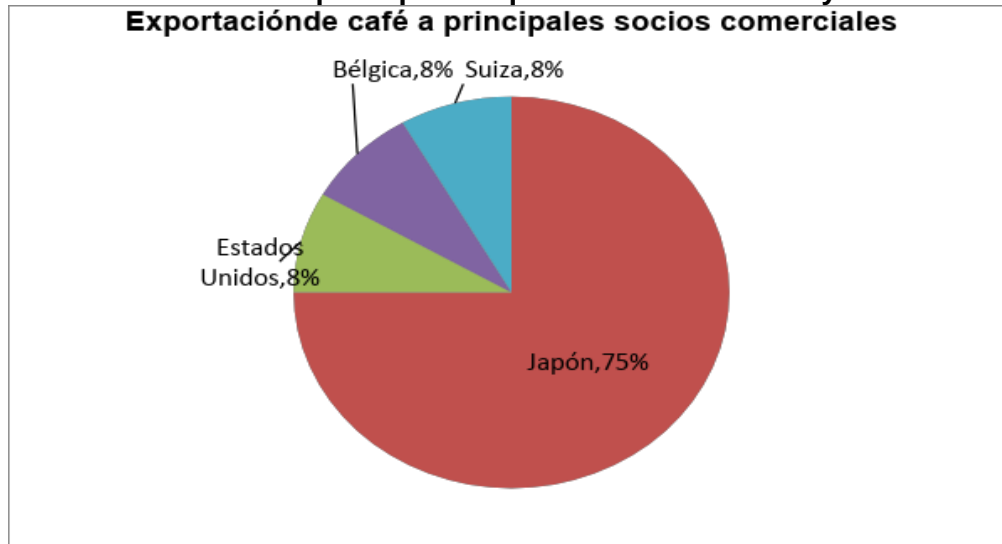
Cooperativa Maya Vinic podemos decir que, a partir de lo observado en campo, así como de los testimonios de vida, que la cafecultura y la milpa son claros ejemplos de una agricultura familiar. La cafecultura y la milpa ambos cultivos contribuyen al sostenimiento de quienes integran la familia. La cosecha de la milpa garantiza gran parte de su alimentación a través del autoabastó (proporciona maíz, calabaza, frijol, tomate y otras plantas comestibles) de los cafetales se obtiene un ingreso significativo por la venta de la cosecha, el cual contribuye al gasto familiar.

Las relaciones que se generan tanto en la milpa como en los cafetales, el papel que las mujeres y las personas jóvenes desempeñan son fundamentales, ya que tanto los jóvenes como las mujeres (desde, las niñas hasta las adultas mayores), a partir de la incorporación de la siembra de café a sus vidas, han tenido que adentrarse en otras labores y actividades orientadas hacia al cultivo comercial, además de las asignadas socialmente de acuerdo con los roles tradicionales de género. Las mujeres además de su cotidianidad realizan distintas tareas que abarcan: sembrar, limpiar, vender, cosechar, cargar leña, ir a reuniones, poner abono, cuidar animales, hacer ropa, sembrar hortaliza, cosechar fruta, limpiar casa, administrar dinero, cortar frijol, cuidar el cafetal, cortar, secar, y moler café, criar pollos, tortear, lavar ropa, hacer comida. En ocasiones también se emplean como trabajadoras domésticas en apoyo a la economía familiar. Las niñas, los niños y los jóvenes también participan en las actividades agrícolas y las mujeres van a trabajar el campo en grupos con niñas, jóvenes y con sus bebés. Respecto a los hombres jóvenes y a los niños, sus actividades tienen un carácter relacionado con los roles de género. Las mujeres jóvenes se encargan de las tareas domésticas en general y de cuidar a los hermanos menores. Además de las tareas en la casa, de asistir a la escuela todas y todos trabajan en el campo, ya sea en la milpa, en el apiario o en el cafetal. Actualmente, algunos jóvenes manifiestan poco interés en trabajar la tierra, pues ya no hay repartición de la misma y prefieren migrar a otras ciudades.

3.7 Situación actual de Maya Vinic

Así, después de 19 años de operación, la cooperativa se ha consolidado en la comercialización de café oro. Sin embargo, este segmento de mercado internacional es el de menor valor agregado para los pequeños productores, en el que reporta menores ganancias y en el que existe mayor competencia, dentro de la cadena productiva del café. Por lo que la cooperativa ha desarrollado sus propias relaciones comerciales con Japón y Canadá, y todavía exporta a Suiza, pero ya no toda su cosecha (ver Grafica 5).

Grafica 5. Principales países que reciben café de Maya Vinic
Exportación de café a principales socios comerciales



Ya diversificaron su mercado y poco a poco están adquiriendo conocimientos sobre el funcionamiento del mercado internacional. Actualmente, Bertschi-Kaffee contacta directamente a Maya Vinic para realizar la compra de café orgánico. Al año solicita dos contenedores.

La foto que a continuación se muestra una de las bolsas o costal de yute con el distintivo



de la cooperativa dentro va el esfuerzo de trabajo dedicado y comprometido de los socios y socias de Maya Vinic. Podemos mencionar que las relaciones económicas que se establecen entre distintos espacios son cada vez mayores, lo que nos lleva a comprender los nexos y las relaciones que se establecen entre un lugar y otro. Por ejemplo, los campesinos productores de Chenalhó y el consumidor en Japón.

Los productos de Maya Vinic son el café oro, café tostado (gourmet, tradicional y clásico), que representa el

85 por ciento de sus ventas, además de la miel, con el 15% de las comercializaciones. Una

de las primeras decisiones de la cooperativa fue apostar por la calidad, por lo decidieron producir café orgánico. Su producción anual asciende a mil 500 toneladas de café y 50 toneladas de miel. Sus ingresos al año son por alrededor de un millón de dólares lo equivalente a 17,713.100, 00 MXN (Peso Mexicano) (Maya Vinic, 2017).

De acuerdo con información de la propia Cooperativa, hoy los 732 socios de la organización exportan el 75% de su café orgánico y miel a Japón, Estados Unidos, Bélgica y Suiza y solo el 25 % es para consumo nacional (Ver grafica 5). En la ciudad de México cuentan con 12 distribuidores y sus principales clientes son las pequeñas cafeterías.

Principales compradores de Europa: Cooffee, Itocho y Berchi categorías de café Maya Vinic (ver Cuadro 6).

Cuadro 6 Entrada de café acopiado 2016										
MAYA VINIC RESUMEN DE MAQUILAS 2015 BENEFICIO SECO CAFÉ										
Fecha reporte	Lotes	Categoría	Destino	Pergamino	Cascavillos	Europeo		Electronico	Carracolillo	TOTAL
						Exportacion	Desmanche			
08/04/2016	1	orgánico	COOFFEE	27,694.00	4,776.00	19,320.00	2,484.00	276.00	560.00	22,780.00
25/05/2016	2	transición	ITOCHO	21,436.00	3,772.00	13,800.00	2,346.00	345.00	1,035.00	17,664.00
30/05/2016	3	orgánico	ITOCHO	5,400.00	244.00	3,450.00	1,173.00	138.00	345.00	5,156.00
23/06/2016	4	orgánico	COOFFEE	24,830.00	3,440.00	17,250.00	2,484.00	828.00	690.00	21,390.00
03/11/2016	1	transición	BERCHI	30,000.00	6,955.00	19,320.00	2,070.00	690.00	820.00	23,045.00
08/12/2015		transición		2,806.00	460.00		2,346.00			
04/01/2016		transición		3,956.00	684.00		3,312.00			
24/01/2016		transición		6,247.50	875.00		5,382.00			
30/03/2016		transición		1,984.00	448.00		1,564.00			
15/04/2016		transición		3,300.00	835.00		2,484.00			
mayo		transición		4,000.00	570.00		3,460.00			
15/10/2016		orgánico		7,600.00	298.00		7,312.00			
TOTAL				\$ 139,253.50	\$ 23,357.00	\$ 73,140.00	\$ 36,417.00	\$ 2,277.00	\$ 3,450.00	\$ 90,035.00

Fuente: Datos de archivo Maya Vinic, elaboración propia.

La participación y permanencia de Maya Vinic en los canales internacionales del Comercio Justo, durante más de una década, ha sido producto de un gran esfuerzo que ha condicionado la obtención de certificaciones oficiales, tanto de producción orgánica de CERTIMEX como de Comercio Justo (FLO, 2012). Lo cual ha implicado atender los procesos productivos, desde la pequeña plántula que nace en los viveros comunitarios hasta el trabajo en las parcelas de los productores, ubicadas en su gran mayoría, a una altitud por encima de los 1200 msnm, todo ello a fin de homogenizar los métodos de producción con criterios de sustentabilidad ecológica y bajo los estándares internacionales del “trabajo decente” exaltado por la Organización Internacional del Trabajo (2010).

Frente a la realidad, los productores de Maya Vinic tienen claro que, para no ser desplazados por la competencia, es necesario adicionar más valor a sus productos, empeño que realizan desde hace tres años. Están trabajando afanosamente, por afianzarse en el mercado de café tostado y molido, un mercado que no ha sido suficientemente explotado en el mercado nacional, pero que es uno de los eslabones de la cadena productiva que le agrega mayor valor al producto.

También han procurado adaptarse a las tendencias actuales de los consumidores de café, que cada vez es más exigente y conocedor, razón por la cual han aumentado su producción de café tostado y molido, y a la fecha han promovido su consumo en “barra de café gourmet”⁷ o cafeterías especializadas y tienen proyectado establecer barras de café en otras ciudades del estado de Chiapas.

3.7.1 Lo que Maya Vinic ha logrado a través de Comercio Justo

Antonio Pachitan (coordinador de proyectos de Maya Vinic, enero de 2017), considera que los cambios que se han presentado en los socios y las socias, y en la sociedad cooperativa están relacionados a la unidad de las familias de los pequeños productores, a los precios del café, a disponer de una infraestructura de la sociedad cooperativa, y sobre todo que tienen un mercado para la venta del café, y resalta aún más que Maya Vinic no será engañada tan fácilmente por los coyotes, porque ya tenemos nuestro propio mercado.

También menciona que una de las virtudes de la Cooperativa es que ha sabido enfrentar de forma cada vez más integral las necesidades, demandas y propuestas de los socios y las socias, se preocupa por ser una empresa eficiente y competitiva del café y miel, pero también de cuidar el ambiente, es por eso muchos socios la ven como una gran familia. El impacto es la unidad como familia, algunos problemas o todos los problemas se platican entre los socios, se resuelve entre la familia de Maya Vinic, hay una unidad de la gente, entonces para nosotros es algo que nos mantiene unidos, el cambio es la unidad de los productores.

De acuerdo con testimonios recabados durante trabajo de campo, los pequeños productores organizados que son cafeticultores han percibido cambios positivos en la comunidad y en referencia a los cafetales, manifiestan que:

⁷ Es el lugar donde el café y las bebidas preparadas a base del mismo son su especialidad y razón de ser. Donde existe gente conocedora y capacitada para dar información sobre los diferentes granos que vende y asesoría para obtener buenas mezclas.

- El principal cambio es un mayor conocimiento en el manejo del cafetal debido a la participación dentro de la sociedad cooperativa, el apoyo de empresas comercializadoras y la capacitación que han recibido interna como externa.
- Ha habido un incremento de superficies de producción de café, debido que es una actividad que les genera ingresos.
- Les permite diversificar la huerta familiar para el autoconsumo.
- Los cafetales permiten tener una diversidad de sombra que también ayudara a la calidad de la miel.

En relación con el núcleo familiar:

- Ha mejorado la economía familiar por los ingresos que obtienen del café, y que permiten invertir en las necesidades básicas del hogar y de la familia, algunos socios hacen mejoras a sus viviendas otros deciden comprar un terreno para cultivar café.
- Otros productores destacan que han tenido beneficios económicos de la venta de café a Comercio Justo les permite que sus hijos sigan estudiando y terminen una carrera técnica o licenciatura en San Cristóbal de Las Casas o Tuxtla Gutiérrez.
- Los productores de Maya Vinic son conscientes y promotores del cuidado de la tierra aire y agua como fuentes de vida. Pensamiento que heredan a las futuras generaciones.
- El mejoramiento en cuanto a la infraestructura de la Cooperativa Maya Vinic: se ha ampliado la construcción del Centro de Capacitación, la bodega para el acopio, las oficinas administrativas, el vivero demostrativo ecológico y el beneficiado, que nos permitirá obtener la mejor calidad de los productos. También hay que decir que el 94% de los productores de la comunidad cuentan con una despulpadora, tanque de fermentación, patio de secado, carretillas y otras herramientas de labranza (Maya Vinic, 2017).

Sin embargo, de acuerdo con información recabada en campo, puede notarse que en Maya Vinic existe el interés por comenzar a fortalecer otros aspectos, más allá de su actividad productiva, es primordial e importante para la Cooperativa la consolidación de su Centro Demostrativo Ecológico, en donde tienen pensado trabajar temas sobre la soberanía alimentaria, una tienda comunitaria, una escuela secundaria alternativa, para los integrantes de la cooperativa, o una fonda en la bodega administrada por socias o hijas de socios.

Así mismo, se percibe en los testimonios de los entrevistados, que ellos ven como algo relevante la organización para dejarla como legado a sus hijos; sin embargo, no saben si los hijos lo valoran igual. Lo anterior se relaciona con el problema del poco acceso a la tierra que tienen los jóvenes actualmente en la región y, también, a la desvinculación con está, probablemente relacionado con que han tenido acceso a la educación y, por ende, tienen mayor nivel de estudios y ya no les interesa realizar las labores agrícolas que hacen sus progenitores, pero también está el desarraigo provocado por la migración. De acuerdo con

lo observado en los recorridos por las comunidades, hay algunas que cuentan con agua entubada, electricidad, despulpadora por familia, patios de cemento para el secado, algunos caminos con pavimento, también hay casas con techo de cemento. Aunque la mayoría de las familias se encuentren en pobreza extrema.

De acuerdo con Antonio Ruíz (socio fundador, actual gerente comercial de Maya Vinic, febrero de 2017), refiere en tono triste “Encontramos tantos retos al principio, pero a pesar de haber sido cazados en nuestros hogares, desplazados en campamentos de refugiados y de haber vivido de manera tan precaria en estos primeros años, nunca perdimos la esperanza. Nuestra cooperativa nos sirvió como una luz a seguir [...] que no solo nos mantuvo vivos económicamente, sino que también mantuvo unida nuestra comunidad”. Se pudo apreciar que en la Cooperativa Maya Vinic la capacitación sigue siendo constante y llega a todos los socios.

A nivel de su territorio, se observó que, la organización es abierta a que otros actores, individuales o colectivos, aprendan de los nuevos conocimientos generados internamente. Adicionalmente, se participa en encuentros y foros donde se comparte la experiencia y los conocimientos. Las autoridades, ex autoridades, empleados locales y personas más cercanas a la organización, también generan otro tipo de habilidades y capacidades que van más allá de la actividad productiva en las parcelas o en los apiarios. Así mismo se traspasan conocimientos administrativos, organizativos, de mercado de sistemas internos, entre otros.

Antonio Ruiz, asesor comercial de Maya Vinic, en entrevista realizada en las oficinas administrativas de Maya Vinic en San Cristóbal de Las Casas en febrero de 2017, comenta que pasó de ser socio a ocupar un cargo y luego a ser empleado, ha aprendido mucho, ahora ya sabe usar maquinaria de beneficio de café, tostadora y moladora, actualmente es responsable de la venta a nivel nacional y, además, ha viajado a otros países invitado por compradores europeos.

También los integrantes de Maya Vinic reconocen cierto grado de dependencia hacia el asesor, pero algunos de los empleados están aprendiendo y la forma como el asesor orienta la información y como se toman las decisiones, permite que los conocimientos se vayan compartiendo. Es así que los socios o hijos de los socios, tienen una vinculación muy fuerte y directa con la organización.

Como complemento, podemos decir que la vitalidad de Maya Vinic, a lo largo de su historia, ha residido en su fuerte identidad indígena, en la generación de productos de alta calidad, en su capacidad de adaptación a los mecanismos y a los principios del sistema de Comercio Justo, en la generación de productos 100% orgánicos, en el mantenimiento de alianzas con organizaciones nacionales e internacionales y a una relativamente reciente e innovadora experiencia en la venta de café tostado y molido al menudeo.

Maya Vinic, destaca en el panorama de las organizaciones cafetaleras regionales por los procesos de lucha que ha encabezado, pues además de lo económico relacionado con el cultivo del café, Maya Vinic se pronuncia abiertamente por la lucha en el respeto de los derechos humanos y la demanda de mejores condiciones de vida para los pueblos indígenas.

Su proceso social derivado del conflicto armado, le permite ampliar sus relaciones con organizaciones solidarias de distintos países, y su vinculación con la Iglesia Católica, le facilita aumentar sus canales de comunicación con otros grupos derivados del trabajo eclesial. Todo esto le da a Maya Vinic-Las Abejas la ventaja como actor político que impacta en el espacio social de la región Altos de Chiapas.

CONCLUSIONES

El análisis integral realizado desde la perspectiva de la disciplina geográfica permite abordar el estudio del espacio a partir de la realidad social. La metodología aplicada en el trabajo de campo permitió generar y obtener información de primera mano, ya que se contó con el apoyo de autoridades y de familiares de socios, claves, involucrados en el estudio de caso sobre la Cooperativa cafetalera Maya Vinic.

Hoy México, inmerso en el capitalismo, donde el Estado crea condiciones para los mercados abiertos, competitivos e innovadores. Por otro lado, el país carga con los resultados fallidos por modernizar su economía durante los últimos treinta años, a partir de las reformas neoliberales de los años ochenta y noventa, que incluyeron la privatización y la liberalización comercial a ultranza. Pero estas reformas no produjeron una economía emprendedora debido a la ausencia de una regulación eficaz, capaz de crear mercados donde el sector rural no quedara desprotegido.

Bajo el proyecto neoliberal se revelan despojos de tierra, migración, uniformidad cultural, inequidad y esquemas comerciales injustos. En una visión distinta de desarrollo para las comunidades indígenas de la organización Maya Vinic, la cafecultura orgánica se presenta como un factor de cohesión cultural y social, de defensa del territorio distribuido en un mayor número de productores, con el uso de la sabidurías ancestrales y sustentables en agricultura campesina, y el Comercio Solidario Justo; todo ello como vía de resistencia ante el modelo de economía depredador, en donde interviene una visión distinta de política con equidad, solidaridad, reconocimiento de los derechos humanos, respeto por las raíces culturales y por el medio ambiente.

A lo largo de la investigación hemos podido valorar la importancia de la organización Maya Vinic, como el eje para sostener y crear espacios en resistencia, que son transformados por el grupo organizado con la necesidad de recuperar su identidad y de cambiar las relaciones de trabajo, recuperando sus medios de producción ante las fuerzas del sistema capitalista que solo se limita a la acumulación de capital con beneficios individuales. Sobre todo, como un prerequisite para adherirse al Comercio Justo Internacional.

La organización de las comunidades y de los pequeños productores ha sido vital en el proceso, incorporando las alianzas externas que ha establecido el consejo administrativo con ONG, apoyo de sacerdotes jesuitas y de Comercio Justo. También mantiene redes de compradores y de asesores a nivel nacional e internacional, que además de comprarles el café, realizan visitas y promueven los intercambios con otras organizaciones del país o de otros países, también reciben apoyo técnico así como financiamiento y apoyo para la elaboración de proyectos de desarrollo, que son igualmente importantes para el caminar de la Cooperativa Maya Vinic.

Por otro lado, el reconocimiento de Maya Vinic como actores sociales, les da la capacidad de negociación, que permite el desarrollo de las relaciones de la cooperativa hacia el exterior, partiendo de lo local a lo global en el fortalecimiento de las relaciones sociales, políticas, económicas y culturales ya que a partir de esta reconfiguración es posible vivir mejor.

Es cierto que el éxito comercial de los productores de café orgánico de Maya Vinic es la organización en cooperativa, incorporada a la importante estrategia de Comercio Justo, sin duda con testimonios de los socios se han visto diferentes beneficios personales y colectivos. Tal vez la contribución más importante del Comercio Justo es el beneficio, a partir del precio que los productos han alcanzado en el mercado extranjero, que busca productos orgánicos y que contribuyan al beneficio social. La organización no solo tiene fines económicos-productivos para los pequeños productores sino que también ha generado un proceso reivindicativo frente a la intervención política, que sienta sus bases en la búsqueda de autonomía frente al Estado y a los poderes de monopolio del mercado; es decir, representa una fuerza social y política.

Sin embargo, los beneficios también resaltan en otras áreas, como lo es en el conocimiento de los productores en la parte de negocios, ya que la organización ha desarrollado capacidades y habilidades organizativas, administrativas así como la formación de asesores, de técnicos y de coordinadores. La lucha por la inserción en un mercado más amplio, demanda el esfuerzo y el compromiso de cada uno de los hasta ahora 732 socios y socias de Maya Vinic, que han resaltado las exigencias de los tiempos y las condiciones del mercado justo a fin de concederles los beneficios del sobre precio en el café orgánico. Para ello, tienen que evaluar, constantemente, su desempeño como cooperativa, su eficiencia y competitividad en el mercado solidario, y si es necesario, reestructurar sus formas organizativas para la producción.

De esta manera, el Comercio Justo ha sido una alternativa importante en el desarrollo local. La idea se basa en que el territorio con influencia de Maya Vinic tienen un conjunto de recursos económicos, humanos y culturales que están siendo desarrollados y estos constituyen su potencial de crecimiento. También el Comercio Justo ha generado para los productores y sus familias deseos de oportunidades e ingresos; conocimiento de sus derechos, igualdad de género, desarrollo personal, un mejoramiento en su salud y su entorno natural, entre otros beneficios.

Maya Vinic es una organización que ha implementado y echado andar todo el bagaje de conocimientos adquiridos en el transcurso de su historia: ha sabido aprovechar el apoyo de grupos solidarios extranjeros y nacionales, su misma experiencia ha sido la base para corregir errores, aunado a ello, la apropiación del espacio, la defensa de los derechos humanos, lucha por la tenencia de la tierra, del territorio y apropiación del proceso productivo y comercial de la producción cafetalera. El elemento preciso es la valiosa cohesión que mantiene con los socios y las socias, ha representado un factor de éxito para la Sociedad Cooperativa en los últimos veinte años.

Las alianzas de los socios buscan incrementar el número de productores, buscan la autonomía y el mejoramiento de las comunidades por vía del trabajo en común y el beneficio familiar. En el ámbito cultural: existe una apropiación del cultivo del café en sus parcelas, lo han vuelto parte de sus actividades culturales cotidianas a través de ceremonias para la siembra, cultos para la cosecha y rezos para evitar enfermedades todo se realiza en lengua maya presidido por sacerdote maya.

En definitiva , podemos decir que la lucha y la fortaleza de Maya Vinic, a lo largo de su historia, ha residido en su fuerte identidad indígena, en la generación de productos de alta calidad, en su capacidad de adaptación a los mecanismos y principios del sistema del Comercio Justo, en la generación de productos 100% orgánicos, en el mantenimiento de alianzas con organizaciones nacionales e internacionales y en la relativa, reciente e innovadora experiencia en la venta de café tostado y molido al menudeo. En ese sentido el productor es capaz de dar un valor agregado a su producto gracias a la apropiación en la transformación del café, para satisfacer al consumidor cada vez más conocedor y exigente.

En Maya Vinic han desarrollado actividades comunitarias relacionadas con la salud, vivienda y educación orientadas a mejorar las condiciones de vida, de alimentación y la economía familiar de sus asociados a través de la siembra de hortalizas y de frutales así

como la crianza de aves de traspatio. Actividades donde participan mujeres, jóvenes y niños y niñas con la mira de vivir mejor, comer sano, educarse, tener atención médica, acceder a una vivienda digna, de contar con un empleo en las propias comunidades, evitando así la migración y la desintegración familiar, así como incrementar la productividad de los terrenos dedicados a la producción de café en la región.

Luego hay una coincidencia interesante que es la relación de los principios de Comercio Justo con respecto a los derechos humanos donde Maya Vinic ha venido luchando desde tiempo atrás y es una demanda justa para la reivindicación de las comunidades indígenas, y donde ambos tienen como objetivo común crear condiciones de calidad de vida de los cafetaleros, incluyendo a las familias asociadas, respetando la dignidad indígena.

Por otro lado, el Comercio Justo no ha estado exento de cuestionamientos. Se señala que esta iniciativa refleja más las preferencias de los consumidores de países desarrollados, que de las necesidades de los productores de países en desarrollo. Además, se argumenta que podría estar excluyendo a productores más pobres, debido a los requisitos que impone, por lo cual se requiere eliminar barreras que impiden pasar de una producción de bajos salarios a una de valor agregado, transición que se lograría solo mediante mayor liberación del comercio internacional.

Sin embargo, las organizaciones de productores reconocen la importancia de hacer aportaciones financieras para el funcionamiento de la FLO-Cert. Aceptan y reconocen la ventaja de un nicho de mercado que ofrece un sobreprecio y destacan que el pago de un sobreprecio no resuelve el problema de la distribución del margen de ganancias entre los actores que participan. Otra crítica entre los agentes que participan en el sistema FLO, es la discusión sobre la viabilidad de certificar plantaciones privadas de café, la propuesta de la FLO de diferenciar los precios mínimos según regiones, la costosa definición de nuevos estándares para productos que benefician a un reducido grupo de productores y la estructura para toma de decisiones en dicho organismo.

Mientras que el Comercio Justo recorta el número de intermediarios entre el agricultor y el consumidor, y ofrece un precio estable a los agricultores, no se ocupa del poder que tienen los tostadores occidentales y las empresas comerciales que, esencialmente, se llevan la mayor ganancia del café. Ahora bien, el Comercio Justo tiene aún deficiencias que debe mejorar. En el ámbito internacional, es necesario tomar en cuenta la opinión de los pequeños productores.

Se debe trabajar más para que no se pierda la esencia del inicio de Comercio Justo, ya que algunos productores temen que tome el mismo matiz mercantilista que el comercio convencional. A nivel nacional, el gran reto es entrar en la conciencia del consumidor mexicano.

Finalmente; después del análisis teórico y sobre todo práctico considero el movimiento Comercio Justo como una alternativa comercial de desarrollo, se puede concluir que este ha contribuido significativamente en la cooperativa Maya Vinic. Al mismo tiempo, se espera que este trabajo sea un granito de café, que sirva como marco de referencia para la elaboración de los análisis de interés, para explicar el proceso organizativo dentro de Comercio Justo de “Maya Vinic”, y que esta información les pueda servir para generar ideas a otras organizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Arellano, C. (11 de abril de 2014). "En la miseria, 80% de la población indígena y rural", México:-La Jornada, No 46.

Bartra, A. et. al. (2014). *Haciendo Milpa*. México: Ítaca.

Bartra, A. Cobo, R. Paredes, L. P. M. Quintana, V. Rudiño, L. (2009). *Milpas y Cafetales en Los Altos de Chiapas*, México, Corredor Biológico Mesoamericano México.

(1982). "El comportamiento económico de la producción campesina". Colección de Cuadernos Universitarios No. 3. Universidad Autónoma Chapingo. México, pp. 20-91.

Bartra V., Armando, Rosario Cobo, y Lorena Paz P., (2011). "La hora del café". Primera edición. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO). México. 233 p.

Celis, C. Fernando, (21 de marzo de 2018). "Un futuro difícil para los cafetaleros mexicanos". En: Suplemento Informativo La Jornada del campo, No. 90.

CDHFBC. (2007), "Sobre la situación de los derechos humanos en Chiapas" México Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de las Casas.

COMCAFÉ, Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas, COMCAFE, (2013). "Programa Institucional de la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas 2013-2018" Gobierno del Estado de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. 36 p.

Comercio Justo México, CJM, (2014). *Comercio Justo*. El poder de un mercado diferente. Informe de actividades 2014. México.

Coordinadora Estatal de Comercio Justo, (2012). "Cuaderno de Comercio Justo" No.1, mayo, Barcelona.

Doppler, Flurina y Alma Amalia González, (2007), «El Comercio Justo: Entre la institucionalización y la confianza. Problemas del Desarrollo, vol. 38, núm. 149. México, UNAM.

ECOFRONTERAS. (2002), "Tome café tome conciencia". Vo.19, No 55. EL Colegio de la Frontera Sur. (ECOSUR).

ECOFRONTERAS. (2016)," Apeteces un café". Vo. I20, N 58. El Colegio de la Frontera Sur.

Fernandes, B. M. (2005). "Movimientos socioterritoriales y movimientos socioespaciales". Buenos Aires. Clacso.

Folleto mimeo. (2016) Unión de Productores Maya Vinic.

Galeano, E. (1971). *Las venas abiertas de América Latina*, México, Siglo veintiuno editores.

García Chiang, A. (2004). *El Comercio Justo: ¿alternativa de desarrollo local?* Polis, 7(1), 105-140. Recuperado el 08 de septiembre de 2018.

- Gilly, A., y R. Roux. (2015). *El tiempo de despojo*. México, Ítaca.
- Gómez Cruz, Manuel Ángel, Laura Gómez Tovar y Rita Schwentesius Rindermann (2003), "México como abastecedor de productos orgánicos". En Comercio Exterior, vol. 53, núm. 2, febrero de 2003.
- Gómez, C. (2007). *Agricultura orgánica de México*. México. Universidad Autónoma Chapingo, CONACYT.
- González Esponda, J. (1989). *Movimiento campesino chiapaneco 1974-1984*. Tesis de licenciatura. México. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Harvey, D. (2008). *La condición de la posmodernidad*, Madrid, Akal.
- Harvey, D. (2003). *Espacios de esperanza*, Madrid, Akal.
- Harvey, D. (2005). *Breve historia del neoliberalismo*, Madrid, Akal.
- Harvey, D. (2005). *El nuevo imperialismo: acumulación por desposesión*, Buenos Aires, CLACSO, pp 99-130.
- Hirsch, J., (2001). *El Estado nacional de competencia*. México. Universidad Autónoma de Metropolitana.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). "*Anuario estadístico y geográfico de Chiapas, 2014*". Gobierno del Estado de Chiapas e INEGI. 650 p.
- Le Bot, Y. (1997). *El sueño zapatista*. Barcelona. Plaza & Janes Editores, S.A., pp. 336.
- Lefebvre, H. (1974). *La producción del espacio*. Madrid. Capitán Swing.
- López, L. Edgar., y Caamal C. Ignacio." Los costos de producción del café orgánico del estado de Chiapas y el precio justo en el mercado internacional". Revista Mexicana de Economía Agricultura y de los Recursos Naturales, Año 2009, vol. 2, núm.1, enero-junio, pp.175-198, Universidad Autónoma Chapingo.
- Mariscal, A. (8 de mayo de 2017)." Nestlé y AMSA ponen en riesgo a cafeticultores orgánicos en Chiapas". La jornada.
- Martínez, M. A. C. (1996). *El proceso cafetalero mexicano*. Instituto de Investigaciones Económicas. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martínez, M. A. C. (2004). *Orientación neoliberal del desarrollo agropecuario*. En: Ma. Del Carmen Del Valle Rivera (coordinadora). El desarrollo agrícola y rural del tercer mundo en el contexto de la mundialización. Primera Edición. Universidad Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas, Plaza y Valdés Editores, pp. 209-225.
- Martínez, A. C. (1998). El proceso cafetalero mexicano. Segunda reimpresión. México, Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM. 190 p.
- Navarrete, L.F. (2008). *Los Pueblos Indígenas de México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas*.
- Nexos, Revista Digital, (1º de noviembre de 2007) "*Situación Política en Chenalhó*." Disponible en internet: <http://www.nexos.com.mx/?p=12392> (Consultado el 02/09/2018)

- Ortega, V.J. (2000). *Los horizontes de la geografía*. Barcelona, Ariel.
- Oxfam Internacional, 2002. "Pobreza en tu taza: la verdad sobre el negocio del café". Barcelona: Oxfam.
- Pérez, Akaki, P. A.A. Gonzales. (2013). *Contradicciones del Comercio Justo en México*, en del sabor a café y sus nuevas inversiones. Escenarios cafetaleros de México y América Latina. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
- Pérez, P. Díaz, C. (2000). "*El café, bebida que conquistó al mundo*". México, Universidad Autónoma de Chapingo. 151 p.
- Pérez, P. (2010). "Los espacios cafetaleros alternativos en México en los primeros años del siglo XXI". *Investigaciones Geográficas, Boletín 72*.
- Pérez-Grovas, V. (2000). "El cultivo del café, avanzando hacia la sustentabilidad agrícola", conferencia en Expo Café 2000, Cd. México.
- Roozen, N. y F. Van der Hoff. (2002). *La aventura del Comercio Justo: una alternativa de globalización, por los fundadores de Max Havelaar*. México, Ed. El atajo.
- Renard, M.C. (1999). *Los intersticios de la globalización*. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café. México, Universidad Autónoma Chapingo.
- Rubio, B. (2001a), "La agricultura latinoamericana. Una década de subordinación excluyente". En Nueva Sociedad, núm. 174, julio-agosto. Rubio, Blanca (2001b), "La exclusión de los campesinos y las nuevas corrientes teóricas de interpretación", en Nueva Sociedad, núm. 182, pp. 21-33.
- Rubio, B. (2001), *Explotados y excluidos*. Los campesinos latinoamericanos en la fase agroexportadora neoliberal. México: Universidad Autónoma Chapingo, Plaza y Valdés.
- Rubio, B. (2004), *El sector agropecuario mexicano en los años noventa: subordinación desestructurante y nueva fase productiva*. En Blanca Rubio (coord.), *El sector agropecuario mexicano frente al nuevo milenio*. México: UNAM, Plaza y Valdés, pp. 17-45.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio*. España, Ariel.
- San Vicente, T. A. (2017), *Hagamos milpa fortalezcamos la agricultura campesina*. México. Fundación Semillas de Vida.
- Ribeiro, S. (2006) "Efectos locales de la producción de café alternativo y sustentabilidad en Chiapas". México. Revista de la Red iberoamericana de economía ecológica, vol. 3, pp, 49-62.
- Stiglitz, J. (2007). *Comercio Justo para todos*. México. Taurus Santillana.
- Tótoro, D. Taulis Thibaut, E. (2001). *ZAPATISTAS*. México. Grupo Editorial Tomo, S.A. de C.V. pp.205.
- Van der Hoff Boersma, F. (2005). *Excluidos hoy, protagonistas mañana*. México: Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo.

Vázquez, G. (2004), *Violencia política en Chiapas, Contrainsurgencia y paramilitarización*. México. Universidad de la Ciudad de México.

Waridel, L. (2001) *Un café por la causa, hacia un Comercio Justo*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (CDI)

Zebadúa, E. (2010). *Chiapas Historia Breve*. México: Fideicomiso SEP, FC, FHA, COLMEX.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS:

Aguirre, F. (2005). *Comercio justo como una alternativa para las organizaciones de pequeños productores*. Recuperado de Revista Vinculando: http://vinculando.org/comerciojusto/cafemexico/introduccion_4.html. (consultado 20/08/2018).

Amador, O. (2010). " *Invertirá Nestlé en desarrollo de industria cafetalera*." El Economista. Disponible en internet <http://eleconomista.com.mx/industrias/2010/08/29> (consultado el 18/03/2018).

AMECAFÉ, Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del café, (2013). " *El café en México, productores y predios cafetaleros*". Revista Nuestro Café, No.13 marzo-abril 2013. Disponible en internet: www.amecafe.org (consultada el 08/08/2018).

Ayuntamiento de Chenalhó, (2010). " *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*" En: www.e-local.gob.mx (consultada el 20/03/2018).

CEIEG, Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas, (2012). " *Economía y producción*" Disponible en internet: <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/> (Consultado el 08/05/2018).

Comercio Justo, A. C., Página Web. Disponible en <http://www.comerciojusto.com.mx>. (consultado 03/03/2017).

Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, A.C. Página Web. Disponible en <http://www.cordinadoramexicana.org> (consultado 10/05/2017).

Fair trade Labelling Organization International. The way Annual Report 2008-09. 2009. Página Web. Disponible en <http://www.fairtrade.net>

Folleto de la Unión de productores Maya Vinic. Disponible en <http://www.mayavinic.com>.

Fridell, G. 2006. Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. Iconos. Rev. Cienc. Soco enero-Sin mes: 43-S7. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/clr/clinicio/ArtPdfRed.jsp?iCve='S090240S>

<http://vinculando.org/comerciojusto/aspectoscomerciojusto.html> (consultado el 23 de mayo de 2017).

<http://www.cepco.org.mx> (consultado el 20 de septiembre de 2017).

<http://www.comerciojusto.com.mx> (consultado el 12 de mayo de 2017).

<http://www.fairtrade.net/home.html?&L=1> (consultado el 10 de mayo de 2017).

<http://www.intermonoxfam.org/es/page.esp?id=279> (consultado el 10 de mayo de 2017).

<http://www.mayavinic.com> (consultado el 03 marzo de 2017).

http://www.swissifo.ch/spa/indigenas_de_chiapas_venden_spa_cafe_en_suiza/6158582 (consultada el 20 de mayo de 2017).

Jacquiau. C. 2007. ¿Por qué el sur se rebela? Max Havelaar o las ambigüedades del comercio equitativo. Disponible en [http://: www.rebellion.org/noticias](http://www.rebellion.org/noticias) (consultado 12/05/2017).

Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo, A.C. Disponible en <http://clac-comerciojusto.org/lquiennes-somos> (consultado 12/06/2017).

Pérez Akaki, *Pablo Los espacios de producción de café sustentable en México en los inicios del siglo XXI* Revista Pueblos y Fronteras Digital, vol. 4, núm. 7, junio-noviembre, 2009, pp. 116-156 Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90611559006> (consultada el 03/06/2018)

“Programa Institucional de la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas 2007-2012”. (2007). Disponible en internet: http://www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/Informacion/Programacion_Sectorial/Programas_Institucionales/pdfs/9PROG_%20INST_CAFE_280807.pdf (Consultado el: 22/08/2018).

Trans Fair USA, 2015 Éxito Comercio Justo
http://www.fairtradecertified.org/es/who_we_are (consultado 25/09/2018).

[https://www.ecosur.mx/el_comercio_justo_una](https://www.ecosur.mx/el_comercio_justo_una_resistencia_organizada/2017) resistencia organizada/2017 (consultado 10/10/2018).