



COMERCIO JUSTO ›

Relocalizando el comercio justo

UCIRI, organización pionera del "fair trade", prioriza la venta en el propio país

MARCO COSCIONE

13 OCT 2017 - 14:28 CEST



MÁS INFORMACIÓN


Azúcar que hace justicia

El impacto del comercio justo: el cambio de mentalidad a largo plazo

En 1988, gracias a la cooperación entre [UCIRI \(Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo\)](#), organización de pequeños productores emblemática dentro del movimiento por un comercio justo y solidario, y la ONG holandesa “Solidaridad”, se lanzó oficialmente el “Café Solidaridad” con el sello Max Havelaar. Ésta fue la primera certificación de calidad de comercio justo; con ella se empezarían las ventas de productos de comercio justo en los supermercados y grandes almacenes.

En la actualidad, UCIRI proyecta que para el 2020 toda su producción de café (y otros productos) se destinará al mercado local y nacional. UCIRI, la organización de productores gracias a la cual se fundó la primera certificación de comercio justo a nivel internacional, decide re-localizar su comercialización, decide que ha llegado el momento de cambiar y le ha puesto fecha al cambio. ¿Por qué? ¿Qué está pasando?

"Tradicionalmente UCIRI ha exportado siempre todo su café; unas mínimas partes se vendían en el mercado nacional, pero también verde, en granos, sin ninguna elaboración", nos comenta Luis Martínez, asesor técnico de UCIRI, Coordinador General de la [Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo](#) y también miembro del Consejo de Directores de [CLAC](#) a nivel latinoamericano.

ADVERTISING



en
o

otros".

El futuro del comercio justo tendrá que repensarse desde abajo y desde el Sur

Luis nos comenta que se empezó a vender en diferentes zonas de México a las que migraban familiares de los productores socios de la Unión. Y de ahí, poco a poco, se fueron articulando ciertos circuitos de comercialización local/nacional.

"Empezamos colocando en México un 5% de todo el café que acopiamos. Hoy, en 2017, llegamos al 30%. Aunque va a ser difícil, la idea es llegar al 100% en 2020; personalmente creo que si logramos un sistema de distribución más ágil y mejores relaciones con tiendas, supermercados y otros compradores podemos lograr un 70%".

UCIRI está construyendo nuevas relaciones comerciales para su expansión en los mercados nacionales: las cadenas hoteleras y de restaurantes son un objetivo importante de esta nueva estrategia comercial. "Para el futuro cercano debemos también relacionarnos más y mejor con las tiendas de barrio, las típicas tiendas de la esquina, tanto en zonas rurales como en las ciudades pequeñas y medianas sobre

todo, donde las ama de casa compran sus productos por ejemplo. Para este tipo de público estamos desarrollando una nueva línea de productos que tengan precios asequibles y sean atractivos".

Para otros actores más grandes, como los supermercados, la estrategia es distinta. UCIRI está trabajando con otras organizaciones de pequeños productores, bajo la sombrilla de la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo. De esta manera no está presentando los productos sola, se pueden garantizar mayores volúmenes de venta y tener más peso en las negociaciones comerciales.

¿Cuáles son las razones que llevaron UCIRI a cambiar su estrategia comercial? Según nos comenta Luis hay varias razones, pero sobre todo: 1) el mercado nacional es más estable, no sufre los vaivenes del mercado internacional que sube y baja; 2) también en las ventas nacionales UCIRI cumple con los criterios de comercio justo, pagando a los productores el mismo precio que les pagaría para una exportación certificada, incluyendo el valor del premio. Y son precios competitivos; 3) se están formando y empleando a miembros de las comunidades en nuevas actividades laborales; 4) existe la necesidad de promover la cultura de un consumo de café propio, de comercio justo y de calidad en los países productores.

Además de una ruptura con la lógica Sur-Norte del comercio justo, ¿qué trajo consigo este proceso de re-localización? Como lo explicaba, en su último libro, Frans Van der Hoff, cura obrero hace mucho tiempo, campesino entre campesinos de UCIRI, "los prejuicios contra los indígenas de la sierra han disminuido considerablemente. Anteriormente los compas que bajaron a la ciudad para hacer sus compras necesarias (pico, pala, lámina o un bulto de cemento por ejemplo) los ciudadanos los miraban con cierto prejuicio y desprecio. Esto ha cambiado por completo. Ahora crece el aprecio por el trabajo y calidad de los productos.

Los pueblos y ciudadanos del valle, también en su mayoría indígena, expresan su solidaridad e interés en el esfuerzo de los pequeños productores de la Sierra. La presencia de los productores en la ciudad ya está valorada. La discusión sobre elementos de la económica solidaria y el comercio justo es tematizada más ampliamente reforzando una cultura de resistencia y propuesta [...] Además

descubrimos que es necesario des-fetichizar nuestro producto. No es solamente un producto que se vende, sino sobre todo que es producido, procesado y comercializado por pequeños productores que controlan toda la cadena".

Un cambio profundo desde la exportación de materia prima que procesada y comercializada en el Norte. Y una perspectiva importante para el futuro de un movimiento global como el comercio justo que necesariamente tendrá que repensarse desde abajo y desde el Sur.

ARCHIVADO EN:

Comercio justo · Comercio · Medio ambiente · Sociedad

CONTENIDO PATROCINADO



Truco de pérdida de peso deja a los médicos confundidos

(TRENDING.BESTNEWS-TODAY.COM)



Increíble Como Este Chico Se Hizo Rico De La Noche a la Mañana

(LAVOZDELPais.COM)



Las ciudades más pobladas del mundo

(YUMBLA MX)



Mejor Que el Botox? Madre de 57, Parece de 35 Sin Recurrir a la

(PORTAL DE SALUD)

Y ADEMÁS...



Roberto Carlos "quiere poner a sus dos hijos en la calle"

(TIKITAKAS)



Crecen las sospechas sobre el uso de motores de Armstrong

(AS.COM)



"André Gomes, te invitamos a comer a nuestra casa"

(AS.COM)



4 formas de engordar comiendo una simple ensalada

(DEPORTE Y VIDA)

recomendado por

© EDICIONES EL PAÍS S.L.

Contacto | Venta de contenidos | Publicidad | Aviso legal | Política cookies | Mapa | EL PAÍS en KIOSKOyMÁS | Índice | RSS |

