



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**El mercado internacional del café:
problemas para comercializar el grano mexicano en un
contexto de crisis global y sobreproducción.**

Tesis
Que para obtener el título de:

LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

Presenta

MARTHA ELBA ROBLES ESPINOSA

Apoyada por la dirección general de evaluación educativa. UNAM.
Programa de Becas para Tesis de Licenciatura en Proyectos de Investigación
(PROBETEL)

ASESOR: DRA. MARIA CRISTINA ROSAS GONZÁLEZ

Ciudad Universitaria. Febrero. 2005.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

A Dios, por darme la vida y las capacidades necesarias para culminar mi carrera.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, quien además de acogerme como madre desde mi adolescencia, me colmo de conocimientos, experiencias y gente que resultaron indispensables en este largo pero no tortuoso camino de mi licenciatura y para la culminación de esta investigación.

A mis padres, importantes eslabones de formación de mi carrera y quienes me brindaron su amor y apoyo sin igual, además de traerme al mundo; a mis hermanos, Gerardo, Graciela y Beatriz, mis sobrinos e Ismael, quienes aún de formas poco ortodoxas nunca me dejaron de alentar.

A la Dra. María Cristina, quien me dio la oportunidad de conocerla más allá de las aulas y me permitió desarrollarme como internacionalista y docente durante dos años, además de que con mucha paciencia y comprensión asesoró mi trabajo.

A Eliel, ya que fue un complemento esencial para mí, tanto intelectual como emocionalmente; a Alejandrina, Alejandra, Renata y Margarita, quienes le pusieron el aroma y sabor de un buen café a mi estancia en la Universidad.

A todas las personas que directa o indirectamente han colaborado en este trabajo, particularmente al C.P. Víctor del Callejo, quien me mostró el mundo caótico del comercio de productos agrícolas mexicanos; al Dr. Carlos Arellano García, quien apareció como una luz en medio de la oscuridad para revisar mi tesis, gracias por sus palabras.

A mis sinodales, el Profesor Alfredo Córdova Kuthy, el Dr. Antonio Sánchez Bugarin, el Maestro Modesto A. Barragán Fernández y la Profesora Laura Ramírez Apeas, quienes aún cuando cada uno desarrolla diversas actividades se dieron un tiempo para evaluar mi investigación, gracias por su apoyo y particularmente por sus palabras.

A todos y cada uno de ustedes,

GRACIAS.

*A los 20 millones de cafecultores
cuyas manos recogen cada año los granos de café,
pues de no ser por ellos el mundo
no podría deleitarse cada mañana
con una buena taza de café.*

Índice

	Pág.
Introducción	<i>i</i>
Capítulo Uno.	
Una economía global	1
1.1. Entre la liberalización comercial y la globalización	7
1.1.1. La década de los ochenta, década de cambios.	10
1.1.2. Agricultura globalmente liberalizada.	15
1.2 El tema de los tratados y la apertura comercial del sector agrícola.	18
1.2.1 Mercados, productores y consumidores.	29
1.2.2 La dinámica agrícola internacional.	33
Capítulo Dos.	
El mercado internacional del café.	38
2.1. Un juego que pocos juegan.	39
2.1.1. Productores.	41
2.1.2. Consumidores.	46
2.1.3. Empresas comercializadoras, torrefactoras y tostadoras.	52
2.1.4. La Organización Internacional del Café.	57
2.2. Directrices del mercado internacional del café.	60
2.2.1. El esquema de comercio regulado.	64
2.2.2. Convenios Internacionales del Café	65
2.2.3. El esquema de libre comercio.	70
2.2.4. El inicio de una crisis.	71
2.2.5. Los nuevos productores.	73
2.2.6. Medidas para solventar la crisis.	75
2.2.7. El Convenio Internacional del Café de 1994	78
2.3. El mercado del aromático hoy.	81
2.3.1. Fijación de precios	81
2.3.2. Un café en la bolsa	86
2.3.3. Acciones para solventar la crisis	91

Capítulo Tres.

El aromático a través del tiempo y el espacio	95
3.1. Antecedentes históricos.	96
3.1.1. Origen del grano del café.	96
3.1.2. Los primeros inicios de su comercialización.	97
3.2. El proceso de cultivo del café.	102
3.2.1. La variedad en el café.	106
3.2.1.1. Café robusta.	108
3.2.1.2. Café arábica.	109
3.2.1.3. Café libérica.	111
3.2.2. Calidad y beneficio del grano.	112
3.2.2.1. Métodos de beneficio.	114
3.2.2.2. Torrefacción y café soluble	118

Capítulo Cuatro.

El café mexicano y la crisis del mercado internacional del café.	123
4.1. Cultivo del café en México.	126
4.1.1. Tipo, calidad y beneficio del grano.	128
4.1.2. Producción y exportación del café mexicano.	132
4.1.2.1. Estados productores.	139
4.1.2.2. Consumo interno y nuevos nichos de mercado.	144
4.1.3. Políticas de comercialización.	151
4.1.3.1. Normas de certificación.	153
4.1.3.2. Principales competidores.	156
4.2. Participantes en el comercio del café mexicano.	158
4.2.1. Organismos reguladores.	159
4.2.1.1. El Instituto Mexicano del Café.	160
4.2.1.2. El Consejo Mexicano del Café.	164
4.2.2. Cooperativas de caficultores.	167
4.2.3. Empresas comercializadoras y tostadoras.	173
4.3. Desventajas comparativas del café mexicano.	177
4.3.1. Internas	178

4.3.1.1.	Tecnología y cultivo de café.	180
4.3.1.2.	Enfermedades y plagas.	182
4.3.2.	Externas	184
4.3.2.1.	Precio <i>versus</i> calidad: la competencia vietnamita	186
Capítulo Cinco		
Un futuro con aroma		188
5.1	Propuestas y soluciones	188
5.1.1.	Café orgánico	192
5.1.2.	Formas de cultivo	197
5.2.	Comercio justo para el café	199
5.2.1.	El apoyo de las Organizaciones No Gubernamentales.	204
5.2.2.	La Cooperativa Max Haavelar y el comercio justo	206
5.3.	Análisis de estrategias de acceso y diversificación de mercados	207
5.3.1.	Políticas de comercialización.	208
5.3.2.	Normas de certificación	210
Conclusiones.		215
Anexos		
Anexo A.	Composición de los grupos de café por países	222
Anexo B.	Variedades híbridas de café en México.	223
Anexo C.	Países Exportadores de Café	225
Anexo D.	Calidad de preparación del café para el mercado europeo y norteamericano.	230
Anexo E.	Empresas importadoras de Café Mexicano	231
Fuentes		234

El mercado Internacional del café: problemas para comercializar el grano mexicano en un contexto de crisis global y sobreproducción.

La presente investigación, como su título lo dice, se centra en el mercado internacional del aromático mismo que desde hace poco más de dos décadas se encuentra en una situación de total desequilibrio entre la oferta y la demanda. Dados los cambios internacionales suscitados durante la década de los ochenta, el mercado, hasta ese momento regulado por Convenios Internacionales, se integró a las políticas neoliberales establecidas por los gobiernos en los países productores, de manera que el equilibrio hasta entonces mantenido a través del sistema de cuotas de exportación, se rompió. A la par, la aparición de nuevos participantes, como son los consorcios y empresas transnacionales, representó un nuevo matiz en la dinámica del mercado, dado que –por ejemplo- el café comenzó a cotizarse en las Bolsas de Nueva York y Londres como futuros financieros.

Así pues, en un contexto donde existen cerca de 51 productores de café en sus variedades arábica y robusta en contraste con los menos de 20 países que consumen el mismo, la situación se agrava, ya que no hay una suficiente absorción del café producido por los consumidores, además de que generalmente tienen grandes *stocks* en bodega. A raíz de estos eventos, se puede apreciar que el más afectado por la situación predominante en este mercado es el cafecultor, quien aún no ha podido integrarse al nuevo esquema desregulado, de manera que en un esfuerzo por modernizar sus cafetales y volverlos más competitivos se ha visto obligado a solicitar inversiones relacionadas con la tecnología y el manejo de plagas, no obstante, el apoyo de los organismos relacionados con el sector es mínimo frente a las necesidades a cubrirse.

De esta manera, la búsqueda de soluciones para remediar esta situación, no sólo en México sino en el mundo, se ha intensificado por parte de las organizaciones no gubernamentales, en el sentido de que desarrollaron la idea del comercio justo, es decir, un sistema gracias al cual el cafecultor recibe un precio mínimo por su café, independientemente del cotizado en las Bolsas de Nueva York y Londres, a la vez que impulsan la agricultura orgánica, es decir, el cultivo de café con métodos tradicionales de cultivo, mismo que implica una prohibición de los fertilizantes químicos; ambas propuestas han avanzado poco a poco, pero de manera redituablemente positiva, por lo que la expectativa de un cambio a mediano plazo se hace cada día más viable.

*En medio del hábitat alterado y reducido, tanto en
América del Norte como en Latinoamérica, el
café se ha convertido en una aromática tradición
que sorbemos y deleitamos día a día.*

Anónimo.

Introducción

La realidad mundial está cambiando a pasos agigantados, las prioridades mundiales y los problemas a los que se enfrenta la sociedad internacional se han diversificado, no obstante, el elemento económico sigue manteniéndose como uno de los ejes principales sobre el cual se han realizado –en algunos casos dirigido- dichos cambios. Precisamente en este contexto, podemos observar procesos tanto regionales como globales, así como modelos económicos que le han dado características particulares a la dinámica propia del globo, lo que afecta, a su vez, a las dinámicas nacionales y sectoriales. En este sentido, los temas de la agenda internacional varían en cuanto a jerarquía; un ejemplo de esto es el comercio, el cual se ha convertido en tema central de discusión y controversia dado que, en primer lugar, es componente fundamental de los ingresos de muchos países y, en segundo, es en este rubro donde se observa mas claramente la liberalización económica global (iniciada entre finales de la década de los ochenta e inicios de los noventa).

Ante tal situación, es posible observar de manera tangible que las fronteras se disipan a través de tratados comerciales, mismos que permiten una libre circulación de personas y mercancías, que los mercados se integran formando regiones económicas -cuya dinámica varía de acuerdo a su ubicación y a sus participantes- y que nos incorporamos dentro de un proceso denominado globalización, que intenta estandarizar estilos de vida, ideologías, economías, mercados, etcétera, al mismo tiempo que busca mantener la interconexión entre los mismos. Asimismo, los actores ya no son meramente estatales ni empresariales, ahora las organizaciones no gubernamentales, como representantes de la sociedad civil, influyen en la determinación e instrumentación de políticas económicas dirigidas hacia los diferentes sectores que integran la economía nacional e internacional, tratando con ello equilibrar las brechas que genera el propio capitalismo.

Sin embargo, no todos los sectores de las economías han logrado adaptarse a las nuevas circunstancias; el sector agrícola y la comercialización de sus productos han sido de los más afectados por la liberalización y la suscripción de tratados comerciales, dadas las ineficiencias estructurales, productivas, tecnológicas y competitivas que la mayor parte de las comunidades campesinas presentaban al momento de adopción del modelo liberal. En este sentido, el comercio de productos agrícolas tuvo que introducirse en el proceso global de manera progresiva y obligada, de tal manera que miles de campesinos en el mundo tuvieron que adaptarse a las nuevas condiciones que imperan en el mercado agrícola mundial, el cual tiende a buscar nuevos métodos tecnologizados de producción,

precios bajos para productos de poca calidad, o bien, productos alternativos o sustitutivos emanados de las grandes transnacionales.

Uno de estos productos es el café, el cual ha estado ligado desde hace varios siglos al mercado internacional, teniendo un periodo de auge comercial en los siglos XVII, XVIII y XIX, principalmente en Europa. Tradicional y culturalmente, la producción se ha centrado en los países en desarrollo que estuvieron bajo regímenes coloniales, al mismo tiempo que la industrialización y la mayor parte del consumo se concentra en los países desarrollados. Cabe recordar que por lo menos en América Latina existen cerca de quince productores de café en sus diversas variedades, entre los cuales tenemos a México, Colombia, Brasil, Bolivia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Paraguay y Venezuela (lista a la que podemos añadir un número igual de productores ajenos a la región que invaden los mercados internacionales con granos de poca calidad pero con un precio bajo, como es el caso de Vietnam), en contraste con un solo consumidor de grandes cantidades de café, Brasil.

Es así, que el proceso de cultivo del café se ha convertido en una larga cadena de etapas que permiten obtener el grano del aromático, mismo que al momento de ser vendido, genera ingresos importantes para la economía de quienes lo producen; la siembra, por ejemplo, requiere de muchos cuidados así como de muchas manos para poder lograr que se den cosechas con granos de alta calidad, cuyo destino generalmente es la exportación, no obstante, comercializar este grano cada día es menos rentable gracias a múltiples factores internos y externos de las economías agrícolas de quienes lo producen.

Entre los principales problemas que se van presentando dentro del proceso de cultivo podemos mencionar: la falta de técnicas adecuadas para su producción, las plagas, las condiciones climáticas que requiere para ser cultivado, la aparición de nuevos productores, la falta de promoción de consumo interno, el establecimiento de precios internacionales y su cotización en las Bolsas de Nueva York y Londres, la participación de empresas transnacionales, la falta de consolidación de mercados internos, la ausencia de calidad en el grano e incluso los mismos consumidores extranjeros con paladares exigentes.

A lo anterior hay que agregar las condiciones en las que se ha mantenido la dinámica del mercado internacional del café, es decir, dentro de un contexto en el cual la economía de muchos países depende en gran medida del café para obtener divisas y continuar con sus programas de desarrollo económico y social; donde los precios son inestables dada la liberalización del comercio del aromático; en el que existen diversos intermediarios para

su venta, situación que provoca que mientras los productores reciben menos de un dólar por cada saco que cosechan, quien lo transforma (tostadores) y quien lo comercializa (grandes transnacionales), dándole mayor valor agregado, es quien realmente se lleva el grueso de la ganancia; etcétera.

Dichos elementos, al combinarse, nos ofrecen un panorama poco alentador cuyo significado podría resumirse en una frase: crisis en el comercio del café. Esta crisis puede percibirse más claramente en el desequilibrio que existe entre la producción y el consumo, lo que puede ocasionar que el precio del grano tenga constantes variaciones perjudiciales, tanto para los productores como para los consumidores. Dicha situación ha sido constante y ha perdurado en los últimos años, ya que los primeros no han logrado que los segundos absorban la oferta del grano, peor aún, los mismos consumidores han dejado atrás la calidad por el precio, situación que afecta particularmente a la competitividad de los caficultores mexicanos frente al café vietnamita.

Así pues, aún cuando México es uno de los principales productores y exportadores de café, especialmente del tipo arábica, se ha visto afectado indirectamente por la aparición de los nuevos productores del grano. Estos efectos negativos afectan, a su vez, a un sin número de familias de los estados de Veracruz, Chiapas, Oaxaca, Puebla (los cuales concentran la mayor parte de la producción), Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Nayarit, Jalisco, Tabasco, Colima y Querétaro, que se dedican principalmente a la cosecha del aromático y de la cual dependen sus ingresos.

He ahí, que se pueden ubicar algunas soluciones viables que pudiesen aminorar los efectos de la crisis y, al mismo tiempo, generar mayor competitividad: uno de ellas sería, regresar a los antiguos métodos de cosecha, es decir, a la rotación de cultivos y a los fertilizantes naturales (composta) que es la base principal del **café orgánico**, tendencia que apareció desde 1989 y que ha ido ampliándose en los campos de cultivo, no sólo del café, sino de muchos otros productos; otra estrategia más, es la del **comercio justo**, en ella se garantiza una comercialización más equitativa del café en el sentido de que el productor recibe ingresos razonables por la producción que vende -un precio mínimo- independientemente de que los altibajos del mercado.

Así las cosas, ante la situación que experimenta el mercado internacional del café, que repercute en las economías cafetaleras nacionales, se necesita una participación conjunta de todos los participantes, encaminada tanto a una mejora en las condiciones en que se comercializa el aromático, como en la diversificación de mercados –para aquellos que dependen del café para obtener divisas-. Basándose en lo anterior, existen organismos e

instituciones que han sido creados con la finalidad de darle salida a estos problemas; tenemos por ejemplo, que la organización internacional especializada en resolver las demandas que presentan los estados productores es la Organización Internacional de Café, OIC, que en conjunto con los organismos nacionales de cada país productor y consumidor (que en el caso de nuestro país es el Consejo Mexicano del Café) se han dado a la tarea de fomentar el desarrollo productivo en el sector cafetero de sus miembros, para así lograr tanto un aumento de los precios del aromático, como el mantenimiento de los niveles de empleo e ingresos, salarios justos, un nivel de vida más elevado y mejores condiciones de trabajo para los caficultores, quienes deberían ser directamente beneficiados del comercio de sus granos.

Aún más, con la participación e interacción entre estos organismos y las organizaciones no gubernamentales del ramo, se lograrían establecer lazos de cooperación internacional estrechos, en materia de comercio de café, situación que propiciaría que se fomentase la diversificación económica y el desarrollo de las estructuras cafetaleras de los países productores de café y contribuiría a mejorar las relaciones políticas y económicas entre países exportadores e importadores de café y a aumentar con ello el consumo de éste.

Así pues, el papel de los países desarrollados debe ser más activo, ya que de ellos emana tanto una parte del problema, pues es en éstos en donde se concentran los tostadores y transnacionales que dominan el mercado del aromático, como parte de las soluciones más adecuadas a él. En este sentido, aún cuando hay indicios de que en los países donde se consume los mayores índices de café *pér capita*, hay una concientización por parte de los ciudadanos sobre la problemática que enfrentan los pequeños productores, es necesario que esta conciencia llegue a niveles gubernamentales; así, formando parte también del foro de la Organización Internacional del Café, se podrían concretizar políticas obligatorias que motivasen una mejora en los precios del café y en una forma más justa de comercialización. Incluso también se enfatizaría el comercio del denominado café orgánico, como una alternativa de mercadotecnia que ampliaría los mercados de comercialización ya existentes.

No obstante, es necesario conocer más acerca del mundo enigmático que contiene una taza de café, tarea a la que me he remitido partiendo del supuesto de que la crisis del mercado internacional del café comenzó por el cambio de esquema a través del cual se manejaba, es decir, de un esquema regulado por los participantes a uno de libre comercio que facilitó la intromisión de nuevos productores, situación que contribuyó a que se dieran

variaciones dramáticas en la producción, precio y calidad del aromático a escala mundial y que no ha podido ser superada desde entonces.

Así pues, los objetivos de mi investigación son los siguientes:

- Reconocer, en primera instancia, las condiciones en que operaba el mercado internacional antes y después de la ruptura de esquemas, situación que fue particularmente influenciada por los cambios que se generaron en el ámbito internacional;
- Así también, enfatizar que la crisis se profundizó dadas las deficiencias estructurales existentes dentro de los cafetos, la falta de un mercado interno al cual ofrecer el excedente y la salida al mercado de granos de baja calidad que acapararon la mayor parte de los mercados externos, específicamente el proveniente de Vietnam.
- Finalmente, exaltar la situación que viven los cafeticultores mexicanos y las soluciones puestas en práctica para resolver el problema de la comercialización del café.

De esta manera, mi trabajo está conformado por los temas antes descritos; dentro del primer apartado de la investigación, se desarrolla el contexto que vive el comercio y la agricultura internacional, situación que marca visiblemente la dinámica del comercio del aromático; dentro del segundo apartado, se describe los esquemas del comercio del café y la dinámica que sigue este mercado, es decir, los participantes, acuerdos y desacuerdos con respecto al grano; el tercer apartado, se refiere a la historia del café, desde su dispersión por el mundo hasta los primeros canales de comercialización; el cuarto apartado se centra en el mercado cafetalero nacional, como se cultiva el café mexicano, quienes participan en su cultivo, en la comercialización y en la regulación del mismo, etcétera: y, finalmente, dentro del último apartado, las propuestas más viables para incrementar los precios y aminorar la situación crítica de los pequeños productores, el café orgánico y el comercio justo.

“...la globalización es un proceso de dominación y apropiación del mundo. La dominación de estados y mercados, de sociedades y pueblos, que se ejerce en términos político-militares, financiero-tecnológicos y socioculturales.”

Pablo González Casanova

“Globalización significa la perceptible pérdida de fronteras del quehacer cotidiano en las distintas dimensiones de la economía, la información, la ecología, la técnica, los conflictos transculturales y la sociedad civil que modifica a todas luces, con perceptible violencia, la vida cotidiana y que fuerza a todos a adaptarse y a responder.”

Ulrich Beck.

Capítulo Uno.

Una economía global

De Acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), la globalización “es la interdependencia económica creciente en el conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y de la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y de servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al mismo tiempo que por la difusión acelerada y generalizada de la tecnología.”¹ Ésta tiene varias dimensiones: una extensiva (o cuantitativa), de cambio estructural (o cualitativa), una ideológica y una política.²

En las últimas décadas del siglo XX el fenómeno de la globalización³ se ha expandido rápidamente a todos los ámbitos de la vida cotidiana –económico principalmente, político,

¹ Fondo Monetario Internacional. Las perspectivas de la economía Mundial. Washington, D.C. 1997.

² La primera se refiere a la expansión mundial del capitalismo prácticamente a todos los rincones del planeta, así como la expansión mundial de las redes de comunicaciones y transportes, del mercado mundial de mercancías y capitales, la transnacionalización de las empresas, la movilidad nacional e internacional de las personas, la unificación tecno-económica y política, fenómeno que permitió el inicio de un acelerado y amplísimo proceso de homogeneización social y cultural contradictorio y desigual; la segunda dimensión se dirige hacia la revolución informática y de las comunicaciones, y la completa unificación del mercado mundial por primera vez en la historia del capitalismo. Cfr. Alejandro Davat. “*Globalismo, capitalismo actual y nueva configuración del mundo*”. En Jorge Basave, *et al.* Globalización y alternativas incluyentes para el siglo XXI. Editorial Porrúa-UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. México. 2002. p. 44. Por su parte, la **ideología de la globalización**, es el discurso que valora y justifica, que toma posición respecto al fenómeno de la globalización y la **política de la globalización**, entendida como la acción consciente en apoyo del desarrollo o expansión de la realidad de la globalización, en este sentido las políticas neoliberales, ejecutadas por los organismos internacionales y otros centros de poder, plasman la imposición de las condiciones e expansión de la realidad de la globalización: apertura de los mercados nacionales, desregulación, eliminación de obstáculos a la propiedad capitalista global de los activos nacionales [privatización]. Jaime Estay. “El comportamiento reciente de la economía mundial”. En Alicia Girón, Osvaldo Martínez y Jorge Estay (coordinadores). La globalización de la economía mundial. Principales dimensiones en el umbral del siglo XXI. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas-Editorial Porrúa. México. 2001. p. 28

³ El uso generalizado de los términos **global** y **globalización** será un fenómeno propio de la segunda mitad de los ochenta que hace referencia a un conjunto muy amplio de fenómenos nuevos. Hay quienes usan el término como sinónimo de **multilateralización o trilateralización** de las relaciones entre gobiernos de los principales países capitalistas, bloques regionales y élites empresariales.

Globalización será también utilizado en el sentido de **multilateralismo** en el lenguaje burocrático de las organizaciones económicas internacionales, para referirse a la liberalización generalizada de los flujos comerciales internacionales. (En Alejandro Davat, *op cit.* p.54.) Aunque también se hace una distinción entre lo que es globalización, mundialización y desregulación. En los años setenta la palabra clave era **desregulación**, la tendencia a acabar con las normas y medidas que ordenaban las relaciones económicas dentro y entre los estados; en los ochenta se hablaba de **mundialización** como la creciente interdependencia de las economías nacionales, grandes intercambios; en los noventa, se sustituye la por la

social, cultural, etcétera-; aún cuando existe una gran polémica cuando se habla del origen de este proceso, pues algunos analistas –entre ellos John Saxe Fernández- reconocen que se generó desde siglos pasados y que “es un fenómeno íntimamente vinculado con el desarrollo capitalista, intrínsecamente expansivo y que tiene en la experiencia colonial e imperial una de sus más claras expresiones históricas y contemporáneas”⁴, la mayoría coincide en que la globalización es el principal de los grandes cambios que han transformado profundamente al mundo, ya que ha logrado tanto una *cuasi* integración potencial del mundo como una profundización de las disparidades existentes entre los países que lo componen.

Así pues, este proceso está marcado por los grandes cambios mundiales que siguieron a la gran crisis mundial capitalista de mediados de los setenta, llámese el fin del socialismo, la emergencia del tema ecológico mundial y el enorme desorden mundial que siguió al fin del orden bipolar de la posguerra fría. La percepción y generalización de la globalización comenzó a darse pasados los primeros años de los noventa, siguiendo muy de cerca los cambios tecnológicos, económicos, socioculturales y geopolíticos mundiales.

Las características del proceso de globalización podrían resumirse en los siguientes puntos:

- a. Se presenta en un contexto global en el que los estados y otras entidades interactúan. Los globalistas⁵ argumentan que para explicar la conducta de alguno o todos los niveles del análisis debe tomarse en cuenta la estructura en conjunto del sistema global a cuyo interior esa conducta tiene lugar.
- b. Este análisis debe ser de tipo histórico para comprender al sistema internacional, en este sentido el factor histórico clave es el capitalismo, ya que este sistema

palabra **globalización**, que implica la constitución de un mercado global único. Cfr. Javier Martínez Peinado. “Globalización: elementos para el debate”. En Alicia Girón, *op.cit.* p. 47

⁴ John Saxe Fernández. “Globalización e imperialismo”. En Globalización: crítica a un paradigma. John Saxe Fernández. (coordinador). UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas- Plaza y Janés. México. 1999. p. 9

⁵ Por **globalismo** se entiende la concepción según la cual, el mercado mundial desaloja o sustituye al quehacer político, es decir, la ideología del dominio del mercado o ideología del liberalismo, situación que reduce la pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión: la económica. El globalismo pretende que el Estado, la sociedad, la cultura, la política exterior, deben ser tratados como una empresa; en este sentido, se trata de un imperialismo de lo económico bajo el cual las empresas exigen las condiciones básicas con las que poder optimizar sus objetivos. En Ulrich Beck. ¿Qué es la globalización?. Traducción de Bernardo Moreno y Ma. Rosa Borrás. Ediciones Piados Ibérica. Barcelona. 1998. p.27

económico funciona en beneficio de algunos individuos, estados y sociedades, pero a costa de los demás.

- c. Existen ciertos mecanismos de dominación, los cuales evitan que el tercero se desarrolle, por lo que ello contribuye a un desarrollo global todavía más desigual y al mantenimiento de relaciones de dependencia.
- d. Los factores económicos son fundamentales en la evolución y el funcionamiento del sistema mundo capitalista y para relegar a los estados del llamado tercer mundo a una posición subordinada.⁶

La globalización también particulariza una nueva configuración espacial de la economía y la sociedad mundial, resultante de la interdependencia derivada de las nuevas relaciones económicas, ambientales, sociales y culturales impuestas por la revolución informática, la unificación geopolítica del mundo y la reestructuración transnacional del capitalismo. De ello se deriva la redefinición de las relaciones espaciales entre el mundo.

El rasgo que caracteriza la forma actual de globalización es el hecho de que la internacionalización de los mercados y de la producción está vinculada a la información y a la utilización de las nuevas tecnologías, diferenciándose de experiencias anteriores vinculadas a la búsqueda de materias primas o de nuevos mercados; dicha internacionalización económica, implica pues, la existencia de una economía internacional relativamente abierta y con grandes y crecientes flujos comerciales y de inversión de capital entre las naciones. “La internacionalización de la producción logró entonces su consolidación por obra de las inversiones extranjeras directas (IED), el crecimiento de los intercambios comerciales y la internacionalización de los circuitos de financiamiento, gracias a los cuales se conformó una economía globalizada.”⁷

Como resultado de todos los procesos convergentes en este fenómeno, surge un mercado mundial global que permite confluir a los mercados nacionales y que origina, a su vez, tres mercados particulares: el mercado global de mercancías y servicios; el mercado global de valores y dinero (financiero); y el mercado mundial de fuerza de trabajo.⁸ Las empresas son el motor de este proceso (aunque los gobiernos, las

⁶ María Cristina Rosas. La economía internacional en el siglo XXI. OMC. Estados Unidos y América Latina. UNAM-FCPyS. México. 2000. p.30

⁷ Cfr. María Cristina Rosas, *op.cit.* p.

⁸ a. estructurado alrededor de la competencia administrada entre empresas redes y de la que tendrá lugar entre los países, bloques regionales de países y ciudades y regiones. b. caracterizado por su excepcional fluidez, ausencia de trabas

organizaciones no gubernamentales –ONG’s- y los organismos internacionales también desempeñan un papel relevante al tomar decisiones que afectan al entorno económico mundial) y sus estrategias de inversión y localización condicionan el nuevo orden internacional.

La fuerza con que se manifiesta la globalización en el momento actual, impulsada por la difusión de la tecnología de la información, de las comunicaciones y de los transportes, ha generado fuertes transformaciones en los mecanismos de acumulación y regulación de la economía⁹, por lo que el análisis se centra en lo que se denomina globalización económica y globalización financiera. La primera, globalización económica, es un proceso que no conduce a la formación de la economía mundial sino que la transforma, provocando un cambio profundo de las prácticas de los agentes económicos. Se puede definir como "el proceso de interrelación compleja entre diversos mercados, generalmente por conducto de agentes privados...."¹⁰

El concepto, como tal, estuvo marcado por tres acontecimientos: la crisis financiera de 1987 (periodo durante el cual se dio la pérdida del control por parte de los estados del comportamiento de los mercados monetarios y financieros internacionales -cualitativamente transformados debido a la globalización financiera- que se había convertido en factor de incapacidad de cualquier regulación estatal eficaz, tanto nacional como internacional), la disolución de la Unión Soviética (URSS) en 1991 (símbolo del triunfo del capitalismo sobre el marxismo soviético) y la culminación de la Ronda Uruguay que creó a la Organización Mundial del Comercio (OMC, hecho que da la pauta de la negociación multilateral de diversos áreas del comercio exterior).¹¹

La circulación de mercancías y el comercio internacional que de ella resulta son, tal vez, el aspecto más tradicional y mejor estudiado que determinan la globalización económica.¹²

El análisis de este tipo de globalización supone entonces concebir las relaciones económicas internacionales como relaciones entre espacios económicos independientes,

regulatorias, volatilidad y relativa autonomía frente a la producción, el intercambio de mercancías o la inversión productiva. c. constituido en torno al desequilibrio crónico entre la enorme oferta global móvil provista por la población excedente de los países en desarrollo y las distintas condiciones de la demanda global. Cfr. Alejandro Dabat, *op.cit.* p. 78

⁹ Antonio Vázquez Barquero. "El desarrollo endógeno, respuesta de las comunidades locales a los desafíos de la globalización". *Ibidem.* p. 137

¹⁰ Víctor López Villafaña. Globalización y regionalización desigual. Siglo XXI editores. México. 1997. p. 13

¹¹ Federico Manchón C. "Globalización económica y finanzas internacionales." En Alicia Girón, *op.cit.* p. 191

¹² Ángel Martínez González-Tablas. Economía política de la globalización. Editorial Ariel. Barcelona. 2000. p. 133

en los cuales las condiciones generales de la producción son inmóviles, no obstante, el efecto de la globalización sobre las variables económicas internas de los estados o territorios determina que éstas sean cada vez mas influidas por los acontecimientos internacionales.¹³

En el ámbito financiero también se realizaron muchos cambios, ya que de un sistema de crédito bancario fuertemente regulado por la banca central se giro hacia uno caracterizado por el bajo costo financiero y la agilidad operativa, lo que dio lugar al sistema altamente volátil y relativamente desvinculado de la esfera productiva. Surge así el concepto de globalización financiera¹⁴, mismo que se ampliara considerablemente, para incorporar a los llamados mercados emergentes, además de que la temática de la deuda externa de los países en desarrollo será sustituida como preocupación central por la de las nuevas crisis cambiario-financieras globales y por el debate sobre la regulación mundial de los flujos financieros.

Así también, se dará énfasis a otras categorías económicas como agricultura global, globalización del consumo o industria cultural global (a la par de otras no económicas de gran impacto como ecología global, comunicaciones globales, red informática global, ciudades globales, sociedad civil global).

Ahora bien, “existen diversas falacias y mitos en torno a este nuevo paradigma, entre ellos se encuentra el hecho de que es un fenómeno nuevo, homogéneo y homogeneizante que conduce a la democracia, el progreso y el bienestar universal que acarrea la desaparición progresiva del Estado y que los actuales procesos de regionalización¹⁵ y de proliferación

¹³ Gonzalo Martner Fanta, “*Globalismo y economía mundial*”, en Secretaría de Relaciones exteriores, **Paradojas de un mundo en transición**, México, SER, 1993, p48. citado por María Cristina Rosas González. México ante los procesos de regionalización económica en el mundo. UNAM-IIE. México. 1996. p. 24

¹⁴ Concepto utilizado para denominar al conjunto interdependiente de cambios radicales del sistema financiero mundial acaecidos a comienzos de la década. Es definida a partir de los siguientes rasgos: estrecha interconexión de los mercados financieros nacional y mundial a partir de la subordinación de los primeros al segundo, como resultado de la libre movilidad del capital-dinero y la unificación tendencial mundial de la tasa de interés; reducción considerable del ámbito de acción de los bancos centrales en la creación de dinero y crédito en la fijación de tasas de interés y en la determinación de los tipos de cambio; conformación de un patrón de alineamiento errático de las principales variables financieras internacionales, resultante del flujo descontrolado del capital y las presiones especulativas, que tenderá a imponerse en el corto y mediano plazos sobre las determinaciones mas profundas de la competencia comercial y el desarrollo desigual de la productividad mundial. En Alejandro Dabat, *op.cit.* p.54

¹⁵ Cfr. María Cristina Rosas. La economía internacional en el siglo XXI.....*op.cit.* p.54

de tratados, que son consecuencia de la globalización o inevitablemente conducen a ella".¹⁶

Lo cierto en todo esto es, "la globalización integra a las naciones mas avanzadas y a los grupos que, dentro de las naciones en desarrollo, logran insertarse en la nueva dinámica económica, pero margina en general a muchas naciones como unidades y grupos sociales especialmente en lo económico. Se trata de una globalización selectiva"¹⁷ que ha utilizado como estrategia el neoliberalismo, gracias a lo cual se profundizan las asimetrías entre las naciones que se subieron al tren del progreso.

1.1. Entre la liberalización comercial y la globalización.

Tenemos entonces que la globalización es un aspecto inseparable de la consolidación internacional del proyecto histórico liberal, mismo que es utilizado como una estrategia para justificar las aperturas unilaterales y una normatividad de amplia libertad o desregulación de los sectores económicos nacionales, lo que permite la creciente internacionalización de los flujos de productos, capital y personas en el mundo, la disminución de las barreras comerciales, la ausencia de controles a la movilidad internacional de capitales (que funcionó como mecanismo de ajuste del patrón oro) y el abaratamiento de los costos del transporte.¹⁸

El liberalismo es la ideología que acompañó a los estados modernos durante su proceso de constitución; su principal característica es la exaltación del individuo como el eje alrededor del cual se desarrolla las concepciones políticas y económicas, de tal manera que podemos observar tanto un liberalismo político como uno de carácter económico. El primero defiende los derechos individuales frente a un Estado soberano; el segundo, el liberalismo económico¹⁹, promueve la abolición de la intervención gubernamental en

¹⁶ John Saxe Fernández. *Op.cit.* p.10

¹⁷ Otto Boye Soto. Secretario Permanente del Sistema Económico Latinoamericano (SELA). En María Cristina Rosas, Giovanni Reyes. El libre comercio en tiempos del ántrax. ALCA y OMC: América Latina frente al proteccionismo. UNAM-SELA. México. 2003. p. 25

¹⁸ Víctor Flores Olea, Abelardo Mariña Flores. Crítica de la globalidad. Dominación y liberalización en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica. 1999. p. 24

¹⁹ Que se hizo famoso en Europa cuando Adam Smith publicó en 1776 "La riqueza de las naciones". En J. S. Shapiro, Liberalism: Its meaning and History. Princeton. 1958, citado en Gerardo Blass Segura. Filosofía, Cultura y Sociedad en Torno al Viejo y al Nuevo Liberalismo. Revista Razón y Palabra No. 37. Instituto Tecnológico de Monterrey.

asuntos económicos, es decir, el libre comercio, como la mejor opción de desarrollo de la economía de una nación.

Sin embargo, dadas las crisis económicas que golpearon al mundo durante el siglo XX, el liberalismo tuvo que enfrentarse a la aparición de políticas económicas en las que el Estado intervenía abiertamente para tratar de paliar las grandes desigualdades y brindar protección económica y social a la mayor parte de los ciudadanos -lo que conocemos como Estado benefactor-, funciones que el liberalismo no contemplaba como parte de las obligaciones estatales, puesto que éstas interferían en las leyes naturales del mercado. Esta situación perduró hasta la segunda mitad de la década de los años setenta, época en la cual se fueron fortaleciendo cada vez más los defensores del librecambio, gracias a que los resultados de las políticas intervencionistas del Estado benefactor eran cada vez más cuestionables, surgiendo entonces el neoliberalismo.

El neoliberalismo se convirtió en un paradigma de renovación del capitalismo, cuyos principios rectores en materia económica retomaban las concepciones liberales, como son: la desregulación estatal, la apertura del comercio, la liberación del mercado financiero, la privatización, la descentralización y la reducción de la intervención del estado. Dicha ideología se consolidó con el ascenso de los gobiernos de derecha en Estados Unidos, Inglaterra y Alemania.²⁰

En la ideología neoliberal las tendencias globalizadoras son tales que la lógica del mercado global ya no presta atención al lugar en el que se hace el producto, cuestiona la utilidad propia del Estado y sugiere que ante el surgimiento de los actores transnacionales (bancos y multinacionales, sistema global de comunicaciones) se observa una tendencia al predominio de los acuerdos e instituciones internacionales.

El predominio del neoliberalismo ha llevado a que se entienda la economía internacional como países autónomos y similares que tienen relaciones económicas internacionales entre sí y que deben competir en el ámbito internacional y en los propios mercados nacionales. No obstante, los principales componentes de la economía internacional siguen siendo economías nacionales, para ello el Banco Mundial (BM) exalta la necesidad de que el Estado lleve a cabo reformas económicas amistosas hacia el mercado (*market friendly economic reforms*²¹).

²⁰ Nayar López Castellanos. *Izquierda y neoliberalismo: de México a Brasil*. Ed. Plaza y Janés. México. 2001. p. 38

²¹ Carlos M. Vilas. "Seis ideas falsas sobre globalización". En John Saxe Fernández, *op. cit.* p. 91

Ahora bien, las empresas transnacionales son las que encabezan y promueven la privatización de las industrias en todos los países (entre ellos la producción de alimentos). “La política de trato nacional a las empresas extranjeras y la no-discriminación, de hecho deja en mucho mejores condiciones competitivas a las empresas extranjeras que a las empresas nacionales.”²² Sin embargo, los estados han quedado desprovistos de la capacidad de control y monitoreo de las acciones que desarrollan dichas empresas.

Así, estas corporaciones gobiernan la distribución nacional y global de los recursos, el monto y el carácter de las inversiones, el valor de las monedas y los lugares y formas de producción, además de que son las principales creadoras, usuarias y beneficiarias de la tecnología²³ “constituyéndose en la fuerza motriz para la edificación de un mercado global desregulado a escala planetaria y de una producción asentada en lugares que garanticen la competitividad y la rentabilidad”.²⁴

De igual forma, estas corporaciones patrocinan la liberalización comercial y promueven todos los acuerdos, en particular, los relacionados con el tratamiento de las inversiones extranjeras directas (IED) e indirectas (IE). Se reemplaza así, la política regulatoria y de control sobre la inversión extranjera por una política que la promueve, otorgando la más amplia libertad para la actuación de las transnacionales. En el caso mexicano la desregulación de la IED y de la inversión de portafolio fue el resultado de una captación por parte del gobierno del *Extended Facility Agreement* del FMI, que incluso comprometió al país a ampliar la apertura comercial y a permitir la participación en el sistema financiero mexicano, más allá de los límites estipulados en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)²⁵

Dentro de todo este contexto, tenemos una tendencia a la regionalización, el regionalismo y la integración económica, planteadas como una cara de la globalización. “La regionalización es entendida como el proceso mediante el cual el comercio y la inversión en el interior de un espacio geográfico dado, crecen mas rápidamente que el comercio y

²² Orlando Caputo Leiva. *Op.cit.*. p. 11

²³ La nueva base tecnológica permite el abaratamiento del capital, dadas las constantes disminuciones de precios de los equipos de alta tecnología, situación que provoca significativos incrementos en la productividad (por lo que la globalización actual significa un aumento de la tendencia a la sobreproducción). *Cfr.* Orlando Caputo Leiva. “*La economía mundial actual y la ciencia económica. Algunas reflexiones para la discusión*”. En Alicia Girón, *op.cit.*. p.24

²⁴ *Cfr.* María Cristina Rosas, La economía internacional en el siglo XXI ...*op.cit.* p. 33

²⁵ Philip G. Cerny. “*Globalization and the Changing Logic of Collective Action*”, en International Organization, vol 49, núm 4, 1995, pp. 595-626, citado en John Saxe Fernandez, *op. cit.* p. 17

la inversión de dicha zona con el resto del mundo; en contraste, el regionalismo se refiere a la manera en que se produce la colaboración política intergubernamental, cuyo principal objetivo es fomentar la cooperación económica entre los Estados participantes.”²⁶

Junto con la globalización, estos procesos se encuentran íntimamente relacionados ya que se favorecen del aumento de la apertura externa de las economías y el crecimiento de los intercambios mundiales. Un ejemplo de ello lo podemos observar en “los procesos de integración económica, ya que inducidos por la globalización, crean un nuevo escenario para las empresas y territorios debido al aumento de la competencia en los mercados.”²⁷

Es en este contexto de crisis, de sobreproducción y sobrecapacidad, cuando los procesos de regionalización económica han acentuado su inclinación a la conformación de bloques cerrados, es decir, al proteccionismo y la integración económica que se convierte, por tanto, en la única estrategia posible en la competencia regional. Ante todos estos cambios, cada región ha implementado medidas y estrategias distintas, de igual forma, los factores históricos han determinado que los impactos provocados por estos procesos convergentes sean diferentes y asimétricos, lo que condiciona su inserción al sistema económico global.

1.1.1 La década de los ochenta, década de cambios.

América Latina es una de las regiones que encara una serie de desafíos ante la globalización, la regionalización y el multilateralismo, lo que da lugar a la conformación de nuevos escenarios tanto en el ámbito interno como en términos de la vinculación de éstos países con el resto del mundo.²⁸ No obstante, el periodo mas crítico y determinante fue la década de los ochenta, en la cual, como requisito primordial de inserción en el sistema mundial, se obliga a los gobiernos a efectuar una apertura indiscriminada de las economías latinoamericanas (*laissez faire, laissez passer*), siguiendo así con el discurso neoliberal global que tiende a concebir como inevitables las necesidades o exigencias económicas de liberalización.

²⁶ Cfr. María Cristina Rosas. La economía internacional en el siglo XXI.....op.cit. p.54

²⁷ Antonio Vázquez Barquero. *Op.cit.* p. 138

²⁸ María Cristina Rosas. La economía internacional en el siglo XXI. OMC. *op.cit.* p.,29

A partir de esta década, se aplicaron políticas que buscaban ir a tono con los actuales procesos mundiales -globalización, modernización, apertura y formación de bloques económicos- acelerando la tendencia a una menor participación directa del Estado en la actividad económica, e incluso formulado una reforma del papel que éste debe asumir en un contexto de extrema apertura al exterior.²⁹ En el caso específico de América Latina, la aplicación del modelo neoliberal respondía también a la necesidad de encontrar una vía alterna al desarrollo, prácticamente nulo durante este periodo, no obstante, las formas de aplicación fueron similares a una receta de cocina, en la cual no se tomaron en cuenta las condiciones y estructuras existentes al interior de cada uno de los países que conforman la región, por lo que los resultados fueron notablemente adversos.

Por lo anterior, la década de los ochenta se reconoce comúnmente como la década perdida, pues el estancamiento económico que vivieron los países latinoamericanos los colocó en una situación aún más vulnerable con respecto al curso de los acontecimientos mundiales, entre los cuales encontramos:

- ❑ El declive relativo de la hegemonía estadounidense y la pérdida de dinamismo de la URSS.
- ❑ El problema del dólar, debido a que su sobrevaluación ejercía una fuerte presión sobre el tipo de cambio, agravando así las tensiones entre Estados Unidos (EE.UU.) Japón y los países Europeos.
- ❑ La aparición del segundo gran mercado especulativo (cuya génesis se encuentra en la desregulación de los sistemas financieros nacionales), el de obligaciones, que redujo la importancia de la intermediación financiera y facilitó la vinculación

²⁹ Es durante este periodo que la economía mexicana transitó del modelo basado en la sustitución de importaciones y en el intervencionismo gubernamental en el fomento económico al modelo neoliberal, basado en la apertura económica externa y en la severa reducción de las funciones del estado en la promoción del desarrollo. Bernardo Olmedo Carranza. Crisis en el campo mexicano. Cuadernos de Economía. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. México. 1993. p.14

Los procesos objetivos de globalización económica (comercial, financiera, productiva y tecnológica) fueron presentados por los ideólogos neoliberales como procesos nuevos y arrolladores a los cuales México debe insertarse precisamente a la manera neoliberal (con apertura comercial a ultranza, liberalización de los mercados financieros, retiro del Estado de sus funciones económicas como regulador, conductor y promotor activo del desarrollo económica y social), so pena de quedar al margen del progreso y del pasaje al Primer Mundo. José Luis Clava. "*México: alternativas dentro del cambio global*". En Jorge Basave. Op.cit. p. 350

internacional de las esferas financiera nacionales –aunque en los países en desarrollo comenzó a operar con cierto retraso.-³⁰

- ❑ El exacerbamiento de la confrontación este-oeste en la llamada segunda guerra fría, alentada por el presidente estadounidense *Ronald Reagan*, bajo la premisa de que era necesario recuperar todos los espacios cedidos a los soviéticos.
- ❑ La guerra de las Malvinas (abril de 1982 que involucraba un país de la región, Argentina), los desajustes de la economía polaca, la caída de los precios del petróleo y otras materias primas (responsables de la generación de ingresos para que los países cumplieran con sus obligaciones crediticias en el exterior) y la desconfianza de la banca internacional con respecto a la capacidad de pago de América Latina.
- ❑ El inicio de la Ronda Uruguay de negociaciones comerciales multilaterales bajo los auspicios del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT), en la que salieron a relucir los profundos desacuerdos existentes entre las potencias principalmente responsables del desarrollo del comercio internacional;
- ❑ La redacción del Acta Única Europea (1986-1987) mediante la cual los países miembros de la Comunidad Económica Europea (CEE) se proponían profundizar la integración regional, avanzando, incluso, en esferas como la unión monetaria;
- ❑ Finalmente, el dinamismo comercial y financiero de la región del Asia Pacífico.³¹

Además de acontecimientos al interior de la región, como son:

- ❑ Una gran desestabilización militar, económica y política que padeció América Central (movimientos guerrilleros vs. gobiernos dictatoriales o poco democráticos del área) .
- ❑ El poco crecimiento del producto interno bruto (además que lo poco que creció sirvió para pagar el servicio de la deuda, es decir, que el ahorro interno no financió

³⁰ La liberalización de los mercados financieros se sostuvo en buena medida debido al retorno a las negociaciones sobre la deuda primero con base en la propuesta *Baker* de 1985 (que consistía en aportar al financiamiento de la deuda de los 15 países más endeudados, 27 000 millones de dólares, en tres años y por el cual tuvieron que pagar los países latinoamericanos más de 140 mil millones de dólares sin la esperanza de refinanciamiento para los principales deudores) y después al Plan *Brady* de 1989 (mismo que implantó mecanismos que ya se venían usando en el mercado financiero internacional, en cuanto al tratamiento de deudas externas tanto como los bonos de venta de salida -para Brasil- y los bonos cupón cero –para México-). Cfr. Federico Manchón C. “*Globalización económica y finanzas internacionales.*” En Alicia Girón, *ibidem*. p. 214

³¹ María Cristina Rosas. México ante los procesos de regionalización.... *op. cit.* p. 89-91

la inversión, por lo que se tuvo que recurrir al constante endeudamiento externo como única alternativa para garantizar los pagos de intereses de la deuda externa).

- ❑ La reducción del consumo interno, lo que ocasionó que de ser países receptores de capital extranjero se tornaran en exportadores de éste; dicha fuga de capitales acabo con la base del ahorro nacional (provocando en algunos países, como Argentina, la dolarización de la economía).
- ❑ La crisis de la deuda, provocada por la modificación de las condiciones de la esfera financiera de la economía mundial, hasta cierto punto inesperada en los países en vías de desarrollo, tanto por parte de los actores estatales como por parte de las empresas, y el uso no rentable e incluso la dilapidación del ahorro externo.³² Es hasta 1987 que se inició una lenta disminución del peso relativo de la deuda de los países de América Latina, sin perder por ello la importancia que tenía y tiene como vehículo de transmisión de las políticas que las potencias y las instituciones financieras internacionales, consideran adecuadas para los países en desarrollo.
- ❑ El abandono de las políticas keynesianas, que trajo como consecuencia una política monetaria contractiva, además de una política fiscal que se caracterizo por ser expansiva y en cuya estructura los egresos superaron los ingresos.
- ❑ Un creciente endeudamiento publico, debido a lo cual el aumento de la importancia relativa del presupuesto y de la deuda públicos se volvieron cada vez más preocupantes. Para financiar los *déficit* públicos y externos se aumentaron

³² El desencadenante fue la crisis mexicana debido al endeudamiento del estado con bancos internacionales mediante préstamos sindicados a mediano plazo. La FED y el FMI montaron el rescate de 8000 millones de dólares. Una consecuencia fue el impasse entre 1983-1986, la fase más dura de la crisis de la deuda, de los créditos internacionales a los países en desarrollo endeudados, especialmente a los de América Latina. Como resultado de la crisis de la deuda cambió la suerte que el FMI y el BM habían tenido durante los últimos años de la década anterior.

Las políticas de supervisión acordadas en 1977, y que hasta entonces habían permanecido en el papel, fueron punto de partida de una crecientemente fortalecida presencia de estas instituciones en la definición de las políticas económicas de los países endeudados. Además, en 1982 se inició la colaboración explícita entre el FMI y el Grupo de los 5 que ofreció fortalecer nuestra cooperación con el Fondo en su trabajo de vigilancia. Puesto que se mantuvo su falta de influencia en la definición de políticas en los países desarrollados, estas instituciones financieras internacionales se transformaron en poderosas organizaciones de supervisión y control de los países desarrollados sobre los países en desarrollo. Federico Manchón C. "Globalización económica y finanzas internacionales." En Alicia Girón, *op.cit.* p. 209

las cargas tributarias, se redujeron las importaciones y se iniciaron las devaluaciones en todos los países latinoamericanos.³³

- El incremento del desempleo (dados los altos niveles inflacionarios) y de la economía informal.

A mediados de los ochenta, la producción, el intercambio, la distribución y el consumo de muchos artículos atraviesan profundos cambios estructurales. “Los mercados mundiales gobernaban no sólo los precios mundiales sino las fuentes mundiales para las manufacturas, las estrategias globales de las empresas internacionales integradas y a la postre la internacionalización de las economías nacionales.”³⁴

En menos de una década se perdieron muchas autosuficiencias, entre ellas la alimentaria, por las aperturas externas o el levantamiento de aranceles proteccionistas; se perdió también por el desmontaje de la industria básica tanto de productos de consumo como de productos manufacturados y bienes de capital. Las industrias de calzado, textiles, confección, alimentos y bebidas, metal- siderúrgica, de comunicaciones y construcción se vieron severamente afectadas por importaciones de mejor calidad y menor precio.

Ante tal contexto, la región latinoamericana se vio incapacitada y con un bajo poder de negociación para resolver sus problemas económicos, por lo que tomó la decisión de liberalizar su comercio para lograr con ello una modernización económica regional a través del incremento de la competencia y la competitividad. No obstante, las consecuencias de tan acelerada liberalización se han puesto de manifiesto hoy día, al observar las distorsiones que se han generado en los diversos ámbitos de las economías nacionales, por ejemplo en la agricultura.

³³ Las devaluaciones derivaron en el encarecimiento de las importaciones y, en consecuencia de todos los insumos y tecnología procedente del exterior, mientras que las exportaciones, a pesar de verse favorecidas por el tipo de cambio, no aumentaron dada la baja demanda externa (pues la crisis internacional e capitalismo y la revolución agrícola propiciaron tanto la autosuficiencia de los países del norte como una franca caída de las materias primas). Rodolfo Iván González Molina. “*América Latina Balance económico de dos décadas.*” En *Foreign Affairs* en Español. Volumen 1. Número 3. Otoño-Invierno 2001. México. ITAM. P.30

³⁴ Steven E. Sanderson. *La transformación de la agricultura mexicana. Estructura internacional y política del cambio rural.* Consejo Nacional para la Cultura y las Artes- Alianza Editorial Mexicana. México. 1990. p.25

1.1.2 Agricultura globalmente liberalizada

Introducida como una nueva categoría de la globalización, la agricultura global es ahora uno de los principales temas de la agenda internacional. Si bien el equilibrio en este sector es parte de la soberanía nacional y alimentaria, hoy vemos que enfrenta diversos obstáculos para mantener su dinámica, muchos de ellos derivados de las políticas neoliberales y de los acontecimientos suscitados durante la década de los ochenta.

Así pues, “el sector agrícola y alimentario mundial es imagen viva de los efectos del proceso globalista centralizador, que ha generado economías agrícolas productivísimas en unos países, mientras que en otros ha significado su práctica devastación. Ha generado también, que en los países subdesarrollados exista una pérdida de autosuficiencia alimentaria, una grave dependencia externa en lo que a alimentos se refiere, así como cambios tanto en la cultura agrícola como en la alimentaria, que tienden a agravarse con las perspectivas actuales del avance científico-tecnológico.”³⁵

Las políticas oficiales –nacionales e internacionales- han reforzado internamente los efectos de la globalización: el empobrecimiento agudo del sector campesino y el éxito relativo de la modernización del sector³⁶; ha contribuido incluso a la internacionalización y transnacionalización del sector, pero a costa de una creciente dependencia externa en este campo. El rol del Estado, en este caso, debería concentrarse en crear políticas de asistencia técnica, créditos y precios mínimos, protegiendo y estimulando con ello la modernización del campo. De igual forma, debiera consolidar la agricultura familiar como la base social del dinamismo del sector.³⁷

De la misma manera, la función de las agencias gubernamentales del ramo debería estar encaminada a proteger, estimular y modernizar tanto a la pequeña producción como a la inmensa red de pequeños productores dedicados a la producción de alimentos y/o

³⁵ Bernardo Olmedo Carranza. *Op.cit.* p. 16

³⁶ La política del Estado ha permitido y alentado el desarrollo de dos tipos de agricultura: una comercial, capitalista, moderna, mecanizada, con un nivel relativamente alto de productividad, desarrollada sobre todo en las propiedades privadas productoras de cosechas destinadas en buena medida a la exportación, particularmente para el mercado de Estados Unidos; otra poco modernizada y mecanizada, con un bajo nivel de rendimiento y creadora de niveles poco importantes de excedentes agrícolas por unidad de producción. El producto agrícola se dedica en una proporción importante a la auto subsistencia, y otra, frecuentemente la menos considerable, al mercado interno. El campesino recibe por esta porción un ingreso reducido a causa de la estructura y fijación interna de precios, así como por la necesidad que tiene de recurrir a los intermediarios. *Ibid.*

³⁷ Ricardo Abramovay. Paradigmas do capitalismo agrário em questão. Hucitec. Sao Paulo, Brasil. 1992, p. 22

materias primas, quienes conforman el eslabón más importante de la cadena agraria. Por otra parte, dado que la pequeña producción generalmente se encuentra determinada por las exigencias de la gran producción -ya que en muchos casos el pequeño productor produce la materia prima para la gran empresa, hacienda, plantación, fábrica, agroindustria, incluso puede estar obteniendo asistencia técnica, créditos o un precio mínimo garantizado por la gran empresa- es necesaria la participación del sector privado en el proceso de modernización del campo, más allá de su tarea de distribución de los productos agrícolas.

En ese sentido -y en palabras de Octavio Ianni- “el mundo agrario ya está tejido y enmarañado por la actuación de las empresas, corporaciones y conglomerados agroindustriales. Son núcleos activos y predominantes, articulando actividades productivas y mercados, geopolíticas mercantiles y *marketing*, modalidades de productos y olas de consumismo. La estrategia de las transnacionales ha provocado cambios en la utilización del suelo y en la orientación de las actividades agrícolas.”³⁸

En escala creciente y en el ámbito mundial, las corporaciones transnacionales de la industria agropecuaria, de la agroindustria o del *agribusiness*³⁹ promueven, organizan y determinan completamente la producción y la comercialización de las mercancías destinadas a la alimentación de todo el mundo y, de los insumos agropecuarios destinados a otros sectores de la producción y el comercio.⁴⁰ Así las cosas, los mayores actores en la agricultura global, incluyendo el suministro de insumos, el comercio de

³⁸ Octavio Ianni. La era del globalismo. Siglo XXI editores. México. 1999. p.34

³⁹ Definido por Ray Goldberg como cadena alimentaria verticalmente organizada, integrada por productores, intermediarias y procesadores, incluye no sólo las relaciones impulsadas por intereses comerciales compartidos, sino también unos mecanismo integradores que operan en nombre de intereses institucionales mas generales de la empresa del agronegocio. En Ray Goldberg, Agribusiness Management for Developing Countries- Latin America. Cambridge University. 1974, citado en *ibidem*, p. 61

⁴⁰ Apoyadas en laboratorios de investigación, sistemas de información y procesos de marketing, influyen, organizan o determinan ampliamente los patrones de producción, comercialización y consumo de todo tipo de alimentos, de manera que se atiendan las necesidades reales e imaginarias. Además de revolucionar las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales del mundo agrario, las corporaciones se imponen mas o menos decisivamente a los estados nacionales. Así las corporaciones transnacionales desarrollan crecientemente su visión global del sistema de alimentos mientras que los estados nacionales son receptores pasivos de las mercaderías producidas por intermedio de los sistemas globales de producción. William D. Heffernan y Douglas H. Constance, “*Transnational corporations and the globalization of the food system*”, en Alesandro Bonanno, *et al.* From Columbus to ConAngra (The globalization of agriculture and food), University Press of Kansas, 1998. p. 42

mercaderías y la investigación agrícola, no son los estados sino las organizaciones y corporaciones multinacionales.

No obstante, un elemento importante de la internacionalización de la agricultura –la internacionalización de los procesos de producción agrícola y de los productos alimentarios- muestra que la internacionalización⁴¹ (en el caso particular de la agricultura latinoamericana) no depende exclusivamente de la empresa transnacional.

Así, la mayoría de los países se resiste a que su comercio de alimentos y productos agropecuarios dependa de las fuerzas del mercado; aunque numerosos países menos desarrollados optaron por desgravar la producción agropecuaria y proteger el sector manufacturero de la competencia de las importaciones, las naciones industrializadas prefirieron apoyar más a las actividades agropecuarias que a otros sectores económicos.

“En estos países el proteccionismo agropecuario perdura ante las fluctuaciones impredecibles de la oferta y la demanda, el problema crónico del excedente alimentario frente a la demanda efectiva y la influencia política de los grupos participantes en la obtención y venta de productos agrícolas, así como por la importancia que se concede a la autosuficiencia alimentaria.”⁴²

Ante tal situación, y siguiendo las políticas de integración regional, se impulsaron acuerdos de complementación para el sector agrícola, a fin de estimular el mejor uso de la tierra, disminuir el proteccionismo y lograr un intercambio más equitativo de los productos procedentes del campo. Un ejemplo de ello es que, en América Latina, el sector agropecuario se ha incorporado a los procesos de integración económica por medio de la inserción, con menor o mayor amplitud e intensidad, de sus productos en los programas de liberalización comercial.

“Como consecuencia de las características estructurales y, principalmente, de la naturaleza socioeconómica propia de la agricultura regional, en todos los acuerdos o tratados vigentes se han incluido regímenes especiales previstos esencialmente para

⁴¹ Sin embargo, al hablar de la internacionalización agrícola en América latina, se debe especificar que no todos los países tienen igual importancia, ni la dimensión productiva ni la dimensión comercial. Siete países dominan la producción y el perfil comercial en la región, Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colombia, Perú y Chile, equiparable al 90% del PIB de toda la región. Steven E. Sanderson. *Op. cit.* 37

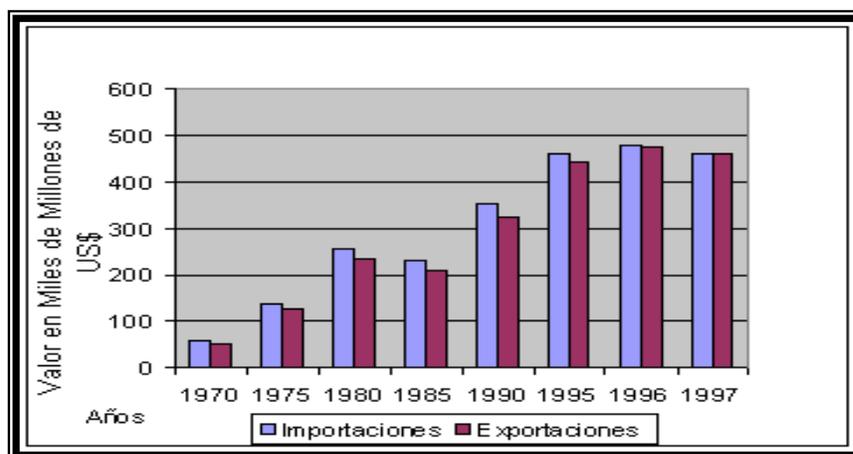
⁴² Theodore H. Cohn. Canadá y las negociaciones agropecuarias del TLC: un conflicto de prioridades. Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext). Revista de Comercio Exterior. No. 1 Vol. 44. enero. México. 1991. En www.bancomext.com/revista.html Tomada de la Red Internacional (internet) el día 25 de noviembre de 2002 a las 14.30 hrs.

evitar que el librecambio provoque el desplazamiento de las producciones nacionales.”⁴³
Esta normatividad es analizada a continuación.

1.2 El tema de los tratados y la apertura comercial del sector agrícola

Revisando la evolución del sector agrícola, tenemos que “aproximadamente un tercio de la producción agrícola e industrial de los países capitalistas avanzados se intercambia actualmente en el mercado mundial”.⁴⁴ En cifras, el comercio mundial de productos agrícolas ascendió a unos 430 000 millones de dólares anuales (promedio durante el período de 1997-2000, de acuerdo con los datos de la base de estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAOSTAT).

Gráfico 1. Importaciones y exportaciones agrícolas mundiales



Fuente: FAO, Base de datos estadísticos.

⁴³ Miguel Izam y Valerie Onffroy de Vérez. “Integración agrícola regional en América Latina y Europa.” Bancomext. Revista Comercio Exterior. No. 6 Vol. 51. Junio. México. 2001. En www.bancomext.com/revista.html. Tomada de la Red Internacional (internet) el día 2 de diciembre de 2002 a las 11.45 hrs

⁴⁴ Samir Amin. El capitalismo en la era de la globalización. Editorial Piados. Barcelona. 1999. p.48. En la década de los setenta, los productos básicos tradicionales redujeron su participación al 80%. Esa situación de aparente irresolución constante, se trató de resolver a través de dos nuevos mecanismo. La sustitución de importaciones y la promoción de exportaciones. Juan Luis Colaiácovo. Comercialización internacional y desarrollo de exportaciones. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 1996. p. 3

Este comercio constituye una fuente importante de ingresos en divisas y es un elemento crucial de la seguridad alimentaria.⁴⁵ No obstante, tenemos que reconocer que, aunque es un porcentaje considerable del comercio mundial, su tendencia se encamina hacia la pérdida de protagonismo dentro de los montos de comercio.⁴⁶

Aunado a ello, tenemos que un mercado que se caracteriza por un enorme y universal proteccionismo es, precisamente, el de los productos agrícolas. “El incremento en el comercio de estos productos no es resultado de la apertura de los mercados sino del comercio controlado, especialmente del de Norteamérica hacia la URSS (hoy Rusia y Comunidad de Estados Independientes, CEI) y China.”⁴⁷ Este proteccionismo es el que ha llevado a numerosos países a sentarse a negociar de manera multilateral, bilateral –e incluso trilateral- las condiciones de comercialización de este tipo de productos.

De igual forma, las presiones políticas y sociales internas fueron también factores importantes para que algunos de las países buscaran negociar excepciones para la agricultura en estos acuerdos (por ejemplo, en los países más ricos, la agricultura declinaba a medida que la industria se expandía rápidamente). Las dificultades resultantes para mantener los ingresos y las poblaciones agrícolas surgieron como un problema político delicado, por lo que la agricultura fue vista entonces como un sector peculiar de la economía que, por diversas razones, entre ellas la seguridad alimentaria nacional, no podía tratarse igual que los otros sectores.

⁴⁵ Comité de Problemas de Productos Básicos. Informe sobre Principales Cuestiones Normativas Y Factores Relativos A Los Mercado Con Repercusiones En Los Resultados A Largo Plazo De Las Exportaciones Agrícolas. 64 periodo de Sesiones. 18-21 de marzo de 2003. Roma. En <http://www.fao.org>

⁴⁶ Hasta fines de la década de los cincuenta, la preocupación de las economías latinoamericanas fue valorizar las exportaciones de recursos naturales provenientes de la agricultura, la ganadería y la minería. En varias regiones del mundo, particularmente en América Latina, el sector primario o agrícola fue el único generador de divisas, mismas que fueron utilizadas como catalizador de la industrialización, es decir, como financiamiento del sector industrial. La vulnerabilidad del comercio de los *commodities* se relaciona con numerosos factores incontrolables y con la existencia de un incipiente parque industrial desarrollado a partir de la corriente de inversión externa y doméstica, amparado por las políticas de protección generadas por la corriente de sustitución de importaciones, mismos que llevaron a los formuladores de políticas a lanzar el movimiento hacia la promoción y el fomento de las exportaciones de productos no tradicionales, muchos de los cuales tiene una base manufacturera. La exportación de estos *commodities* representaba el 90% de la corriente exportadora de la región en la década de los sesenta. Además, el 90% de los flujos de comercio se dirigían a Europa y Estados Unidos. Juan Luis Colaiácovo, op. cit. p. 40-41

⁴⁷ Andrew Glyn y Bob Sutcliffe. “El Nuevo Orden Capitalista, ¿Globalización pero sin liderazgo?”. En Jonh Saxe Fernández, op. cit. p. 111

Comencemos entonces por las negociaciones multilaterales. En esta área encontramos al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés)⁴⁸ y a, su sucesor, la OMC. En el primero existían únicamente medidas "provisionales" y "transitorias", mismas que persistieron hasta 1994, cuando concluyó el Acuerdo de la Ronda Uruguay (RU) y se creó la OMC. Específicamente en este acuerdo, no se dice mucho sobre agricultura, lo cual significaba que en teoría el comercio agrícola debía tratarse fundamentalmente como el comercio de otros productos.⁴⁹

En algunos artículos del GATT se daba un estatuto excepcional a los productos agrícolas, lo que indica la peculiar condición que gozaba en esa época el sector en algunos países. No obstante, el tópico agrícola no había caído totalmente en olvido: el tema fue presentado en todas las rondas de negociación⁵⁰, aunque sin mucho éxito, suscitando al mismo tiempo un gran número de conflictos comerciales. La única ronda que se acercó finalmente a la agricultura fue la de Uruguay.

Ahora bien, para entender la función especial de la agricultura en este acuerdo es importante comprender el marco de las políticas agrícolas de los principales países comerciales de ese período: Estados Unidos y La Unión Europea (UE). El primero, siendo el mayor exportador de productos agrícolas en ese momento, tenía su Ley de Ordenación Agrícola de 1933 misma que le permitía a las autoridades recurrir a derechos arancelarios y a controles cuantitativos de las importaciones, así como a subvenciones a las exportaciones, cuando era necesario, para estabilizar los precios internos al productor. Por su parte, la Unión Europea (UE) –conocida entonces como Comunidad Económica Europea (CEE)- una vez que se conformó como bloque, concretó su Política Agrícola Común (PAC) a principios de los años sesenta. Ésta surge con el Tratado de Roma de

⁴⁸ Surgido en 1947, sus objetivos (trato de la nación más favorecida, reciprocidad, transparencia y consolidación y reducción de aranceles) eran establecer un marco ordenado y transparente en el que los obstáculos al comercio pudieran reducirse gradualmente y el comercio internacional aumentar. El mecanismo principal utilizado para progresar en la liberalización del comercio dentro del GATT ha sido el de rondas periódicas de negociaciones multilaterales. Las rondas del GATT se concentraron principalmente en la promoción de reducciones arancelarias multilaterales y en su extensión a todos los miembros, de conformidad con la cláusula NMF (nación más favorecida). Cfr. Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación. Las negociaciones comerciales multilaterales sobre la agricultura. Manual de referencia. FAO. Roma, 2000. En <http://www.fao.org/documentos.html>, tomado de la Red Internacional el día 14 de marzo de 2003 a las 10: 45 hrs

⁴⁹ Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación. Las negociaciones comerciales multilaterales sobre la agricultura. Manual de referencia. FAO. Roma, 2000. p. 52

⁵⁰ Las ocho rondas de negociaciones fueron: Ginebra (1947), Anney (1949), Torquay (1950), Ginebra (1956), Dillon (1960-61), Kennedy (1962-67), Tokio (1973-79) y Uruguay (1986-93).

1957 bajo la premisa de que el mercado común abarcaría a la agricultura y los productos agrícolas. Sus principales objetivos eran aumentar la productividad, estabilizar los mercados, asegurar los abastecimientos, garantizar un nivel de vida equitativo a la población agrícola y suministrar bienes agrícolas a precios razonables.⁵¹

Según un observador, en este entorno la agricultura no sólo recibió un "tratamiento especial", sino que ese trato se ajustó a los programas agrícolas existentes en ese momento en Estados Unidos. De igual forma, hay algunos aspectos -no muchos- en los que se eximió a la agricultura de las normas generales del GATT. Pero eso fue suficiente para que la agricultura quedara fuera de las normas generales. Los dos aspectos en los que el contraste es más evidente son las subvenciones y las restricciones cuantitativas.⁵²

Estas dos excepciones fueron suficientes para mantener a la agricultura efectivamente fuera del GATT. Básicamente permitieron a los países: subvencionar a sus productores cuánto quisieran, ofrecer toda la protección que desearan en la frontera y exportar el sobrante que se generaba con subvenciones a la exportación (siendo éstos precisamente los tres aspectos abordados por el Acuerdo sobre la Agricultura de la RU).⁵³

⁵¹ Miguel Izam, *op cit.*

⁵² Por ejemplo, en artículo XVI, 3 se dice: "las partes contratantes deberían esforzarse por evitar la concesión de subvenciones a la exportación de los productos primarios. No obstante, si una parte contratante concede directa o indirectamente, en la forma que sea, una subvención que tenga por efecto aumentar la exportación de un producto primario procedente de su territorio, esta subvención no será aplicada de manera tal que dicha parte contratante absorba entonces más de una parte equitativa del comercio mundial de exportación del producto de referencia, teniendo en cuenta las que absorbían las partes contratantes en el comercio de este producto durante un período representativo anterior, así como todos los factores especiales que puedan haber influido o influir en el comercio de que se trate".

Por su parte, el artículo XI, 2 explica: se pueden aplicar restricciones a la exportación para prevenir o remediar una escasez aguda de productos alimenticios o de otros productos esenciales para los países exportadores; se pueden aplicar restricciones a la importación y exportación necesarias para "la aplicación de normas o reglamentaciones sobre la clasificación, el control de la calidad, o la comercialización de productos destinados al comercio internacional"; y se pueden aplicar restricciones a la importación de cualquier producto agrícola o pesquero, cualquiera sea la forma bajo la cual se importe éste, cuando sean necesarias para la ejecución de medidas gubernamentales que tengan el propósito de: restringir la producción o comercialización del producto nacional similar o de un producto nacional que sea un sustituto cercano; eliminar un sobrante temporal del producto nacional similar, poniendo este sobrante a disposición de grupos de consumidores del país, gratuitamente o a precios reducidos; restringir las cantidades producidas de cualquier producto animal cuya producción dependa directamente, en su totalidad o en su mayor parte, del producto importado. *Cfr. FAO, op.cit.*

⁵³ Esta situación fue definida como "desorden", término acuñado por el Prof. D. Gale Johnson de la Universidad de Chicago en un libro publicado en 1973, para describir las distorsiones en los mercados mundiales de los productos agrícolas. La fuente principal de dichas distorsiones eran las diversas excepciones dadas por el GATT a la agricultura, principalmente la flexibilidad para restringir el comercio y otorgar subvenciones al productor que, a su vez, generaban enormes sobrantes que debían colocarse en el mercado mundial con subvenciones a la exportación. Por razones obvias, las distorsiones se daban

La utilización en gran escala, principalmente por parte de Estados Unidos y la UE, de las subvenciones a la exportación⁵⁴ para colocar los excedentes tendió a deprimir los precios del mercado mundial y a hacerlos más inestables, ya que las subvenciones eran esencialmente decisiones políticas imprevisibles. Esta práctica produjo efectos negativos para el resto de los productores y exportadores mundiales de dichos productos.

En efecto, durante la segunda mitad de los años ochenta hubo la "guerra de las subvenciones" entre los dos principales exportadores que pugnaban por mantener su parte en los mercados mundiales. Para los países que no concedían subvenciones (entre ellos la mayoría de los países en desarrollo), la protección de la agricultura también gravó a los agricultores con impuestos implícitos. Los precios mundiales artificialmente bajos ejercieron una presión a la baja sobre los precios internos.

“El desincentivo resultante comprometió muchas veces la producción agrícola, amenazando el sustento de grandes sectores de la población que vivían principalmente de la agricultura e hicieron que muchos países en desarrollo dependieran cada vez más

principalmente en los productos alimenticios de las zonas templadas, producidos y exportados por los países más ricos. La mayoría de los países en desarrollo no podían permitírselas. FAO, *Ibidem*.

⁵⁴ En la terminología de la OMC, las subvenciones se identifican en general por "compartimentos" a los que se han dado los colores de las luces del semáforo: **verde** (permitidas), **ámbar** (frenar-deben reducirse), **rojo** (prohibidas). No obstante, en el sector de la agricultura las cosas son más complicadas, ya que, por ejemplo, el Acuerdo sobre la Agricultura no tiene compartimiento rojo, además de que existe un compartimiento **azul** para las subvenciones que están vinculadas a programas que limitan la producción. Así, todas las medidas de ayuda interna que se considera que distorsionan la producción y el comercio (con algunas excepciones) están comprendidas en el compartimiento ámbar; las subvenciones que no distorsionan el comercio o, a lo sumo, lo hacen en un grado mínimo, forman parte del "compartimiento verde" (estas subvenciones deben estar financiadas con fondos públicos -sin que por ello se cobren precios más altos a los consumidores- y no han de sostener los precios internos, además de que suelen tratarse de programas que no van destinados a productos concretos, e incluyen las ayudas directas a los ingresos de los agricultores que están desvinculadas de los niveles de producción o de los precios); el compartimiento azul es una exención de la norma general de que todas las subvenciones vinculadas a la producción que deben reducirse o mantenerse en niveles mínimos ("*de minimis*") previamente definidos (incluye los pagos directamente vinculados a la superficie cultivada o al número de cabezas de ganado), los países que recurren a estas subvenciones, y son sólo un reducido número, dicen que estas medidas distorsionan menos el comercio que las subvenciones del compartimiento ámbar (en la actualidad, los únicos Miembros que han notificado a la OMC que utilizan o han utilizado medidas del compartimiento azul son la Unión Europea, Islandia, Noruega, Japón, República Eslovaca, Eslovenia y Estados Unidos -que han dejado de recurrir a ellas-). También existen exenciones para los países en desarrollo (denominadas a veces "compartimiento trato especial y diferenciado"). Organización Mundial de Comercio. Negociaciones sobre Agricultura: cuestiones examinadas y situación actual. División de Información y Relaciones con los Medios de Comunicación de la Secretaría de la OMC. 20 de abril de 2004.

de las importaciones de alimentos baratos. Todo lo cual se vio con frecuencia acentuado por las políticas agrícolas internas, que efectivamente gravaban los productores.”⁵⁵

Así en la última Ronda de negociación, que duró ocho años (1986-93), tenemos tres elementos importantes:

a. La **Declaración de Punta del Este**, por la que se dio inicio a la Ronda Uruguay, en la cual se expusieron los objetivos de negociación, entre los que encontramos: lograr la máxima liberalización en los productos tropicales, incluidas sus formas elaboradas y semi-elaboradas, abarcando las medidas tanto arancelarias como no arancelarias que afectan al comercio de dichos productos.

Un elemento importante fue que se reconoció la necesidad urgente de introducir más disciplina y previsibilidad en el comercio agrícola mundial, lo que implicaba corregir y evitar las restricciones y distorsiones, incluidas aquéllas relacionadas con los excedentes estructurales, para reducir la incertidumbre, los desequilibrios y la inestabilidad en los mercados mundiales de productos agrícolas.

b. Los actores e intereses principales en las negociaciones sobre la agricultura. Entre ellos tres grupos que representaban intereses y posiciones fuertes: Estados Unidos, la UE, el Grupo Cairns, junto con Japón y la República de Corea, los países en desarrollo importadores netos de alimentos y otros países en desarrollo.⁵⁶

⁵⁵ FAO, *op.cit.*

⁵⁶ 1. Estados Unidos estaban entusiastas en promover una mayor liberalización del comercio agrícola y en reducir la protección y la ayuda otorgadas a los productores de la UE en el marco de su PAC.

2. La UE estaba mucho menos dispuesta a una liberalización de gran alcance, pero estaba interesada en alcanzar un compromiso viable que pudiera incorporarse al GATT, con el objeto de reducir al mínimo en el futuro las fricciones comerciales con los Estados Unidos, además de que se oponía fuertemente a las reformas globales y quería en cambio negociar concesiones producto por producto.

3. El Grupo Cairns (hoy conformado por Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Islas Fiji, Guatemala, Indonesia, Malasia, Nueva Zelanda, Filipinas, Sudáfrica, Paraguay, Tailandia y Uruguay) de países exportadores netos de productos agropecuarios compartía en general un interés común por una liberalización mayor del comercio agrícola; propugnaba fuertemente por una reducción del proteccionismo y las medidas de ayuda en los países desarrollados.

4. Japón y la República de Corea habían protegido mucho la agricultura, particularmente sus mercados arroceros, y experimentaban una fuerte oposición interna a la reforma del sector. Por consiguiente, estaban interesados en proteger a sus agricultores frente a la competencia internacional, particularmente en el sector arrocero para el que pidieron y recibieron un trato especial.

5. Los países en desarrollo que no pertenecían al Grupo Cairns tenían también un fuerte interés en las negociaciones, aunque su influencia en las deliberaciones era relativamente menor. FAO. *ibidem.*

c. Y, finalmente, los hechos principales que desembocaron en el proyecto *Dunkel* de 1991, el cual cubría la agricultura así como otras esferas que eran objeto de negociación, al mismo tiempo que presentaba propuestas cuantitativas con respecto a concesiones en cada uno de los tres principales sectores de la agricultura, y el Acta Final de diciembre de 1993.

La UE rechazó el proyecto alegando que algunas de sus partes tendrían que renegociarse, ya que no eran compatibles con los objetivos de su política agrícola, situación que cambió cuando se reformó la PAC en 1992. Dentro de este contexto, negociadores de Estados Unidos y de la UE emprendieron una serie de conversaciones bilaterales, entre ellos lo que se conoce como Acuerdo de *Blair House*, las cuales se concentraron en hacer enmiendas convenientes al Proyecto *Dunkel*, mismas que fueron incorporadas en el Acta Final.⁵⁷

Una vez terminadas las negociaciones, se estableció el Acuerdo sobre la Agricultura de la recién creada OMC, constituyéndose así el primer paso significativo para implantar una competencia más leal y lograr que este sector sufriese menos distorsiones. Este acuerdo comprende compromisos específicos contraídos por los gobiernos miembros para mejorar el acceso a los mercados y reducir las subvenciones con efectos de distorsión en la agricultura, los cuales se aplicarían a lo largo de un período de seis años (diez años en el caso de los países en desarrollo), mismo que comenzó en 1995.⁵⁸

En la Conferencia Ministerial celebrada en Doha en noviembre de 2001, las negociaciones sobre la agricultura formaron parte de las negociaciones iniciadas a principios de 2000, en virtud del artículo 20 del Acuerdo sobre la Agricultura. En la declaración emanada de esta conferencia, el Mandato de Doha, se reitera el objetivo de liberalizar el comercio agrícola y se incita a los países miembros a que "celebren

⁵⁷ Se incluía lo siguiente: el volumen permitido de exportaciones subvencionadas se redujo a 21 por ciento, con respecto a la propuesta inicial de 24 por ciento; el período de base utilizado para establecer el punto de referencia a partir del cual se reducirían las subvenciones a las exportaciones se hizo más flexible, y tuvo el efecto de aumentar al principio el nivel permitido de subvenciones a las exportaciones; los pagos por concepto de ingresos directos efectuados en el marco de programas de limitación de la producción, tales como el esquema de la UE en el marco de la PAC reformada y los pagos compensatorios de Estados Unidos, fueron eximidos de los compromisos en materia de reducción de la ayuda interna; y los compromisos de reducir la ayuda interna producto por producto fueron reemplazados por el compromiso de reducir la ayuda global al sector agrícola.

⁵⁸ Organización Mundial del Comercio. Acuerdo de la OMC sobre Agricultura. Declaración de Doha. En <http://www.wto.org/spanish/agricultura.html>. Tomado de la Red Internacional el día 7 de enero de 2003 a las 12.48 hrs.

negociaciones globales encaminadas a lograr: mejoras sustanciales en el acceso a los mercados; reducciones de todas las formas de subsidios a las exportaciones, con miras a su remoción progresiva; y, reducciones sustanciales en la ayuda interna causante de distorsión comercial".⁵⁹

Sin embargo, el día que expiró el plazo formal para alcanzar un acuerdo (31 de marzo 2003), el entonces presidente del Comité de Agricultura, Stuart Harbinson⁶⁰, reconoció públicamente el fracaso del avance de las negociaciones dadas las múltiples diferencias, que resumidas en seis puntos encontramos:

- diferencias significativas en la interpretación del mandato de Doha,
- diferentes niveles de detalle en las propuestas de modalidades,
- división de los países en desarrollo para el trato especial y diferenciado,
- el concepto de trato graduado para ciertos grupos de países en desarrollo, países en fase de incorporación y miembros en transición,
- el rol de preocupaciones no-comerciales, y
- el vínculo que hacen algunos países miembros de las negociaciones en agricultura con el avance en otras áreas de negociación.⁶¹

Asimismo, durante la ronda de negociaciones de la OMC en Cancún, México, aún cuando se presentaba una nueva oportunidad, tanto para reiniciar las pláticas sobre el tema agrícola como para que los países en desarrollo mejorasen su posición en el mercado mundial, las posibilidades de concretizar consensos se veían lejos de realizar. De esta manera, el único consenso al que se llegó en ese momento fue sobre la necesidad de reflexionar acerca de los tres "pilares" de las negociaciones, a decir, subvenciones a la exportación y competencia de las exportaciones⁶², ayuda interna y acceso a los mercados

⁵⁹ Cabe destacar que el mandato reitera la necesidad de que el trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, como parte integrante de todos los elementos de las negociaciones agrícolas, sea obligatorio, operacionalmente efectivo y complementario de las necesidades de desarrollo. Claudio Lara Cortés. La Ronda del desarrollo de la OMC: el momento de la verdad. Comité Mexicano de la Campaña Continental contra el ALCA. En <http://www.noalca.org/general>. Tomado de la Red Internacional el día 14 de mayo de 2003 a las 18.30 hrs.

⁶⁰ Sucedió para la reunión de Cancún por *Tim Groser*, embajador de Nueva Zelanda.

⁶¹ Claudio Lara Cortés, *op. cit.*

⁶² Asimismo, la interpretación del mandato sobre los subsidios a las exportaciones agrícolas es uno de los temas que detiene más las negociaciones por la polémica que despierta. Si bien casi todos los países miembros concuerdan en su eliminación; Estados Unidos, la Unión Europea (UE) y otros países (Japón, Noruega y Suiza) no se comprometen con un plazo determinado para cumplir con este propósito. También es motivo de polémica el tipo de subsidios que comprende el mandato de Doha, es decir, si incluye todas las categorías de subsidios (Grupo de Cairns) o sólo los que distorsionan el

(este último era el que planteaba más dificultades técnicas, por lo que se considero el problema con mayor prioridad para ser resuelto⁶³), pero sin llegar a acuerdos concretos en cada uno de estos rubros, por lo que se pensó que las negociaciones se habían estancado.

No obstante, se siguieron realizando reuniones ministeriales en las que se discutía la dirección que debían tomar los acuerdos en materia agrícola; fue finalmente en el mes de julio de este año, 29 de julio para ser exactos, que se dio a conocer el acuerdo que habían alcanzado los Ministros de Australia, Brasil, la UE, India y Estados Unidos, mismo que, en palabras del embajador Groser, "había logrado avances sobre cómo tratar los créditos a la exportación subvencionados, la ayuda alimentaria y las empresas comerciales del Estado

comercio (UE y Japón). Esto último significaría exceptuar de los acuerdos a aquellos subsidios que "no tienen efectos distorsionadores en el comercio o si lo tienen, es mínimo (los que conforman la llamada "Caja Verde"). No obstante, varios países en desarrollo y los países del Grupo de Cairns argumentan que también este tipo de subsidios altera negativamente el comercio agrícola mundial. Basta considerar su volumen equivalente a 78 mil millones de dólares anuales y el hecho de que los países industrializados tienden cada vez más a ocultar los nuevos subsidios en la "Caja Verde".

Cabe destacar que mientras transcurrían las negociaciones, tanto la UE como Estados Unidos incrementaban el proteccionismo agrícola. Así, la Comisión Europea decidió continuar el apoyo y los subsidios a la agricultura (grandes empresarios agroindustriales), a pesar que había un compromiso original de terminar con ellos. En tanto, un poco antes Estados Unidos había aprobado la Ley de Seguridad Agraria, *Farm Bill*, que entró en vigor en mayo de 2002. Esta ley prevé un incremento de diversos subsidios y apoyos agrícolas de hasta un total de 73.500 millones de dólares en los próximos diez años. Ambos son los principales predicadores del libre comercio, pero también son los primeros practicantes del proteccionismo agrícola. Sólo países poderosos pueden darse este lujo. Ambas potencias continúan promoviendo el "libre comercio" pero sin renunciar al proteccionismo de sus economías, especialmente de los sectores agrícola, textil y farmacéutico. *Ibidem*.

⁶³ Se discutió entonces sobre la denominada la **fórmula "mixta"**. Dicha fórmula se había presentado por vez primera en el proyecto marco de Estados Unidos y la Unión Europea durante el mes de agosto de 2003 y se había modificado en varios proyectos posteriores. Según este enfoque, los aranceles debieran dividirse en tres grupos: el primer grupo quedaría libre de derechos; en el segundo, los aranceles se reducirían en un promedio simple, con sujeción a una reducción mínima por producto (el enfoque adoptado en la Ronda Uruguay); y, en el tercero, se reducirían siguiendo la "fórmula suiza" (una fórmula de armonización en virtud de la cual se impone una reducción mayor a los aranceles más elevados y simultáneamente se fija un tipo arancelario final máximo. Al respecto, el Grupo *Cairns* afirmó que la fórmula Suiza no le convenía, debido a que lo importante era asegurar mejoras sustanciales en el acceso a los mercados para los productos, más allá de las cifras, que no son un reflejo real de mejora del acceso a los mercados. Por su parte, el G-10 (conformado por Bulgaria, Corea, Islandia, Israel, Japón, Liechtenstein, Mauricio, Noruega, Suiza y el Taipei Chino) alegó que la fórmula mixta no ofrecía suficiente flexibilidad, además de subrayar que se oponía al establecimiento de tipos arancelarios máximos y a tener que aumentar todos los contingentes arancelarios. La UE, por su parte, aseveró que el enfoque mixto proporcionaba suficiente flexibilidad para abarcar todas las cuestiones, incluidas las preocupaciones no comerciales y el trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, y, con la inclusión de las cifras correspondientes, también para ofrecer un elevado nivel de ambición. Estados Unidos, únicamente dijo que se tendría una visión más clara cuando se introdujesen las cifras. Organización Mundial de Comercio. Negociaciones sobre Agricultura: cuestiones examinadas y situación actual. *Op.cit.*

de manera que estuvieran a la altura de la propuesta de eliminar las subvenciones a la exportación”⁶⁴, por lo que se abrió un nuevo capítulo en las negociaciones agrícolas de la OMC, mismo que culminó con la adopción de un documento redactado por el Consejo General el 1º de agosto de 2004⁶⁵ que resumía los acuerdos necesarios para cumplir con lo establecido en el Mandato de Doha.

Otro de los instrumentos para las negociaciones multilaterales sobre la agricultura es la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), 1964, que es la principal tribuna para examinar de manera integrada los problemas relacionados con el desarrollo, el comercio, las finanzas e inversiones internacionales, la tecnología y el desarrollo sostenible. Con respecto a la agricultura, se han suscrito varios convenios de productos básicos para regular los mercados, éstos a menudo han tenido como objetivo tratar de estabilizar los precios y limitar la competencia, mediante el establecimiento de contingentes para los países miembros. Entre los convenios sobre productos básicos agrícolas más importantes y vigentes en estos momentos encontramos: caucho, yute y productos del yute, azúcar, cacao, maderas tropicales, aceite de oliva, trigo y café.

En el área regional, particularmente en América Latina, uno de los primeros intentos por armonizar las políticas agrarias se da en el marco del Área Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), y es gracias al Tratado de Montevideo de 1960 que intenta compatibilizar sus objetivos con los del GATT; asimismo, es a través de la denominada Resolución 100, aprobada en 1965, que se marca la intención de “coordinar y armonizar las políticas agropecuarias nacionales, establecer normas para la organización de los mercados de bienes agrícolas y definir orientaciones para mejorar la actividad.”⁶⁶

Sustituida por el Área Latinoamericana de Integración (ALADI) en 1980, constituida por el Tratado de Montevideo del mismo año, se da la pauta para el inicio de una etapa de negociaciones bilaterales más que multilaterales. Así también, en el artículo 12 del Tratado se estipula la posibilidad de establecer acuerdos agropecuarios de alcance

⁶⁴ Organización Mundial de Comercio. “*Supachai acoge con satisfacción la participación de los Cinco como primer paso clave*”. Notas de prensa OMC. 30 de julio de 2004. En <http://www.wto.org/spanish>. Tomado de la Internet el día 28 de agosto de 2004, a las 18.55 hrs.

⁶⁵ En este documento, Decisión adoptada por el Consejo General el 1º de agosto de 2004, se establece, las formas y tiempos en se realizara la eliminación de las subvenciones, la forma de mejorar el acceso a mercados, etc. *Cfr.* Organización Mundial de Comercio. Decisión adoptada por el Consejo General WT/L/579. Programa de Doha. OMC. 2 de agosto de 2004.

⁶⁶ Miguel Izam, *op. cit.*

parcial, mismos que deben tener como objetivo “fomentar y regular el comercio agrícola intraregional, considerando elementos de flexibilidad acordes con las características socioeconómicas de la producción de los países participantes.”⁶⁷

Dentro de este marco de cooperación agrícola encontramos también al Sistema Económico Latinoamericano (SELA), 1975, que en su convenio constitutivo, capítulo II, plantea estimular niveles satisfactorios de producción y suministro de bienes agrícolas u otros productos básicos. No obstante, en la práctica su trabajo está mas orientado a la seguridad alimentaria, la coordinación de los organismos públicos nacionales encargados de la comercialización de los bienes agrícolas, la creación de empresas multinacionales constituidas por los países signatarios y fortalecer la capacidad negociadora conjunta de éstos frente a terceros.

Asimismo, está el Mercado Común Centroamericano (MERCOSUR), 1991, en el cual el ámbito agrícola se ve exceptuado de la liberalización en sectores como el azucarero y arrocerero. Además, a pesar de la existencia de complementariedades en el sector agropecuario, la integración regional ha logrado un aumento importante del flujo de comercio de bienes agrícolas, principalmente aves y trigo, lo que indica la fuerte posibilidad de incrementar el desarrollo del comercio recíproco de bienes agropecuarios en esta región sudamericana.

Finalmente, encontramos al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Área de Libre Comercio de las América (ALCA); en el primero, los principales objetivos de las negociaciones agropecuarias fueron, en esencia, los mismos que los de la Ronda de Uruguay del GATT: "mejorar y asegurar el acceso a mercados; reducir los subsidios que distorsionan el comercio, tanto el interior como el de exportación, y establecer un marco de derechos y obligaciones para las medidas sanitarias y fitosanitarias".⁶⁸

En el segundo, el ALCA, uno de los sectores especialmente más sensibles a los efectos y vulnerabilidades de los patrones del libre comercio y de la libre competitividad, por parte de las naciones menos desarrolladas, es la agricultura, debido a que tenderían a destruir su base productiva básica, la alimentaria, lo que permitiría que quedaran a merced de procesos -incluso de carácter político- asociados a la producción y la comercialización de alimentos por parte de las naciones más avanzadas.

⁶⁷ *Ibidem*

⁶⁸ Theodore H. Cohn. *Op.cit.*

Eso dota de mas poder a los países centrales mientras las naciones menos desarrolladas se especializan en la producción y la exportación de “postres” –por ejemplo café, azúcar y banano- o bien de productos de poco valor agregado y alta perecibilidad y elasticidad en la demanda –tal es el caso de flores y ornamentales”⁶⁹, situación que requiere de mayor atención dentro de la normatividad agrícola. Estas son pues las normas que rigen el comercio agrícola, que lejos de beneficiar la dinámica comercial, mantienen un *status quo* agrícola, donde predomina la ley del más fuerte.

1.2.1 Mercados, productores y consumidores.

Dentro de la dinámica agrícola podemos observar elementos importantes: los productos y su destino, los compradores y los vendedores de éstos, incluso intermediarios, esto es en general lo que el lenguaje de la economía denomina mercados, productores y consumidores. Cabe destacar que la mayoría del comercio internacional tiene lugar entre países desarrollados, pero el rol de los países en desarrollo no se encuentra al margen. “En los años setenta y desde 1990 estos países han aumentado su participación en el comercio mundial, pero la proporción correspondiente a los países menos desarrollados ha disminuido ulteriormente en las últimas dos décadas.”⁷⁰

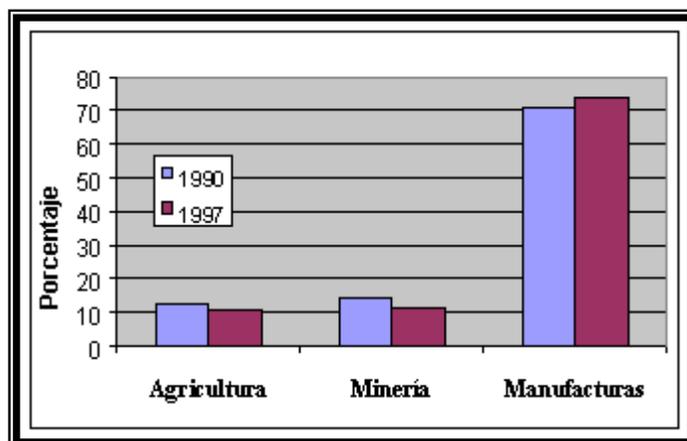
Uno de los motivos que explica el crecimiento de los flujos comerciales es la creación de bloques comerciales regionales, que ha dado lugar a una intensificación del comercio de productos agrícolas entre sus miembros. En cuanto al sector, si bien aumenta en términos absolutos, la importancia del comercio agrícola en el comercio mundial se está reduciendo, además de que los precios de los productos agrícolas, aparte de ser extremadamente volátiles, han disminuido tanto en términos reales como con relación a los precios de los artículos manufacturados.

Sin embargo, podría afirmarse que el comercio agrícola creció más que la producción, ya que hay una gran variación entre productos en lo referente a la parte de la producción que se comercializa. En el caso de los países en desarrollo, básicamente producen la mayoría de los diez productos agrícolas más comercializados - por ejemplo, cacao, café, té o caucho en relación con su producción- y, para muchos de ellos que dependen en sumo grado de las exportaciones de productos agrícolas, éstos representan un factor primordial de sus ingresos y una fuente importante de divisas.

⁶⁹ María Cristina Rosas. El libre comercio en tiempos de....., *op.cit.* p. 24

⁷⁰ FAO, *op.cit.*

Gráfico 2. Exportaciones mundiales de mercancías por sector



Fuente: OMC (1998), Informe anual.

He ahí que, por ejemplo, cuarenta y tres países, concentrados en el África subsahariana, América Latina y el Caribe, obtengan de un único producto básico agrícola –el café– más del 20 por ciento del total de sus ingresos de exportación de mercancías y más del 50 por ciento del total de sus ingresos de exportación de productos agrícolas.”⁷¹

En particular, éste es el caso de los países menos desarrollados, para los cuales los productos primarios (principalmente productos minerales y agrícolas tropicales) constituyen el 70 por ciento del comercio total, situación que los ubica en una posición muy vulnerable frente a las fluctuaciones de los mercados de estos productos.

Basándonos en los datos anteriores, podemos observar que el producto alimentario más comercializado en relación con su producción es el trigo, cereal cuyo comercio representa la mayor parte de la producción total (alrededor de un 20 por ciento).⁷² Esta parte es menor en el caso del arroz (alrededor de un 4 por ciento), debido a que los mayores productores mundiales (China, India) también son los principales consumidores. Ahora bien, los productos menos comercializados, en relación con su producción, son los productos alimentarios muy voluminosos, como el plátano, y los productos sumamente perecederos, como la caña de azúcar. Como podemos observar, cada producto tiene su mercado, su problemática y su dinámica.

⁷¹ *Ibidem*

⁷² FAO, *op.cit.*

Cuadro 1. Los productos agropecuarios más comercializados (porcentaje del comercio respecto a la producción)

Productos	1961	1970	1980	1990
Cocoa *	108	104	113	128
Café	60	89	85	91
Caucho	107	95	88	81
Tabaco	27	26	33	32
Azúcar sin refinar	58	48	50	40
Aceite Vegetal	17	21	31	37
Té	52	51	46	42
Pescado, Mariscos	29	34	29	33
Algodón	40	33	35	28
Soja	16	29	33	24
Chícharo	4	5	7	16
Plátanos	18	18	19	20
Trigo	21	19	23	19
Leche, nata	4	11	15	9
Carne bovina	6	8	10	11
Aves de Corral	3	3	6	6
Carne de cerdo	4	4	5	6
Arroz	4	3	5	4
Papa	1	1	3	4
Huevo	4	2	3.	3
Caña de Azúcar	0.02	0.01	0.01	0.01

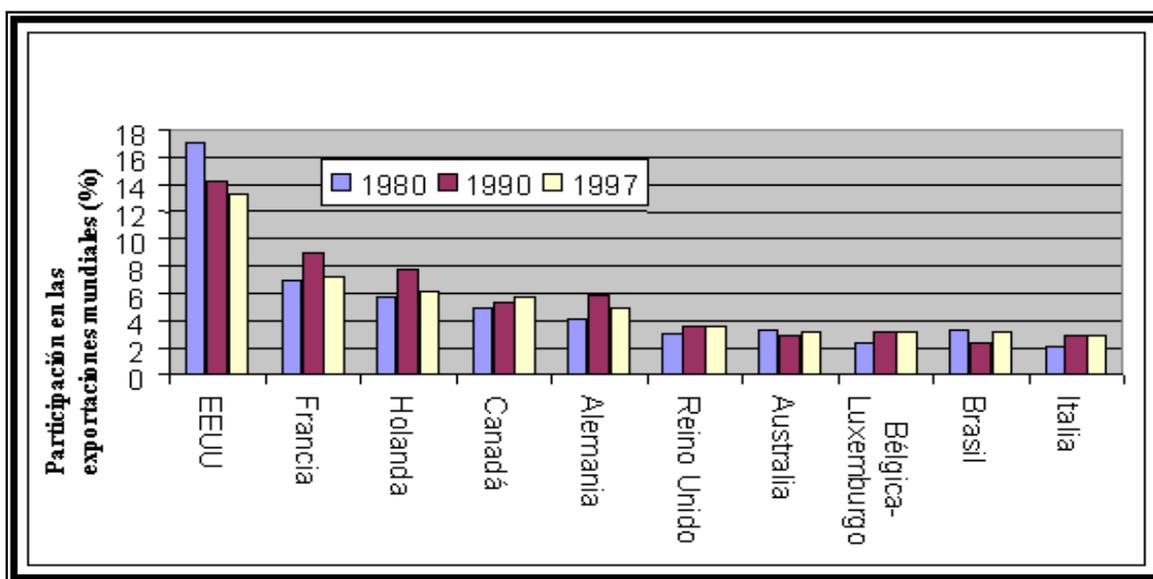
* El ejemplo del cacao pone de relieve la importancia de las reexportaciones de algunos productos. En este caso, una proporción importante del comercio la constituyen las reexportaciones de pulpa cacao y de cacao en polvo por los Países Bajos.

Fuente: FAOSTAT

Pasemos entonces al punto de productores y consumidores, en un principio podía verse la clara división entre ambos grupos -dadas las denominadas ventajas comparativas que estableció David Ricardo- los países en desarrollo eran los encargados de producir los bienes agrícolas y los desarrollados eran quienes absorbían esta producción.

Hoy en día la situación ha cambiado considerablemente, puesto que los países desarrollados dominan mayoritariamente los intercambios de productos agrícolas: EE.UU., Canadá, Brasil (el único país en desarrollo ubicado entre los diez principales exportadores de productos agrícolas), UE (únicamente seis de los países que la conforman: Francia, Alemania, Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo, e Italia) y Australia.⁷³ De forma análoga, los diez principales importadores de productos agrícolas son todos países desarrollados. Es pues, bastante evidente que la mayor parte del comercio de productos agrícolas tiene lugar entre países desarrollados, y que una proporción importante del mismo se realiza dentro de la UE (alrededor de la quinta parte del comercio agrícola mundial).

Grafico 3. Los diez principales exportadores de productos agrícolas



Fuente: OMC (1998), Informe anual, Estadísticas del comercio internaciona

⁷³ Quien pertenece al Grupo Cairns, que fue establecido en 1986 en la ciudad de Cairns, Australia, de donde tomó su nombre. Su objetivo común es el promover la incorporación de los productos agrícolas a normas y disciplinas equivalentes a las que se aplican al comercio de bienes, específicamente eliminando los subsidios a la exportación de esos productos y la disminución de las medidas apoyo interno que otorgan a la agricultura países como los de la Unión Europea, Japón, Noruega y Corea entre otros. El Grupo Cairns plantea, asimismo, la eliminación de los subsidios a la exportación en tres años en los países desarrollados y en seis para los en desarrollo, con una reducción promedio del 50 por ciento desde el primer día de implementación del nuevo acuerdo. También busca fijar nuevas reglas para créditos a las exportaciones, seguros y garantías, un disciplinamiento de las donaciones alimentarias, límites a los aranceles y la desaparición de la ayuda que distorsiona al comercio, en cinco años para los países desarrollados y nueve para los están en vías de serlo. Damián Wroclavsky. "Países agrícolas critican subsidios en Bolivia". Reuters. 19 de octubre de 2002. En <http://espanol.news.yahoo.com/021020/2/ekaa.html> 6.09 p.m.

“En 1997 las exportaciones de productos agrícolas dentro de la UE totalizaron 178 000 millones de dólares EE.UU. Entretanto, el valor del comercio agrícola dentro de los países asiáticos ascendió a 74 000 millones de dólares EE.UU., mientras el comercio dentro de América del Norte fue de 30 000 millones de dólares EE.UU.”⁷⁴

El investigador Máximo Garza Sánchez comenta que a pesar del discurso de libre comercio que mantienen Estados Unidos y la Unión Europea persiste la irracionalidad en la producción y comercio agrícolas, que son dominados por las grandes corporaciones transnacionales.⁷⁵ Éstos protagonistas han logrado ocupar una posición hegemónica en varios productos básicos agrícolas. En los tres mercados de importación principales, las multinacionales abarcan ya más del 80 por ciento del mercado. La cafecultura presenta un nivel de concentración representativo de esta situación, ya que sólo cinco compañías compran cada año casi el 50 por ciento de la producción mundial; seis dominan el 70 por ciento del comercio del trigo, y una controla el 98 por ciento de la producción de té envasado.

De esta manera, son los países desarrollados y las empresas transnacionales los encargados de dictar las reglas implícitas y evidentes que rigen el sistema agrícola mundial (he ahí el problema de los subsidios y del acaparamiento de la producción), mientras que los países en desarrollo –y particularmente sus pequeños productores- se han visto relegados y afectados por las condiciones imperantes al momento de comercializar sus productos (de tal manera que muchos de ellos pasaron de un periodo de autosuficiencia alimentaria a uno de dependencia).

1.2.2 La dinámica agrícola internacional

Una vez conocidos los actores, y las reglas, tenemos que analizar lo que acontece en la praxis. En principio, no se visualiza un panorama alentador, la existencia de subsidios agrícolas y del crecimiento de la brecha tecnológica entre países desarrollados y en vías

⁷⁴ Organización Mundial de Comercio. Reporte Anual. Globalización y Comercio. OMC. Ginebra. 1998. p.215

⁷⁵ Dentro de la gran concentración de los subsidios en pequeños grupos de productores grandes y poderosos, Garza Sánchez mencionó que “25 por ciento de las explotaciones agropecuarias en Estados Unidos concentra 89 por ciento de la ayuda total; en Canadá, 75 por ciento; en la Unión Europea, 70, y en Japón, 68 por ciento. Adicionalmente se han fortalecido las llamadas medidas de defensa comercial, como las acciones *antidumping*, salvaguardas y medidas compensatorias. Matilde Pérez. “Inician discusión previa a la próxima cumbre de la OMC en Cancún”. La Jornada. Política. 4 de agosto de 2003. p. 5

de desarrollo, le ha pegado considerablemente a los precios de muchos de los productos agrarios comercializados.

Cuadro 2. Valor de las exportaciones mundiales de los principales productos agrícolas, 1998-2000 (miles de millones de dólares EE.UU.)

Variación porcentual	1998	1999	2000(e)	1999/1998	2000/1999
Bebidas no alcohólicas	18,0	12,4	11,2	-31,1	-9,7
Cacao	2,8	2,2	1,7	-21,4	-22,7
Café	11,0	7,4	6,6	-32,7	-10,8
Té	2,9	2,8	2,9	-3,4	3,6
Azúcar	10,2	7,6	9,2	-25,5	21,1
Banano	3,5	3,4	3,0	-2,9	-11,8
Frutos cítricos	5,0	4,9	4,0	-2,0	-18,4
Cereales	39,9	36,0	35,8	-9,8	-0,6
Carne	41,0	47,5	48,9	15,9	2,9
Leche y productos lácteos	26,7	24,6	25,2	-7,9	2,4
Aceites, semillas oleaginosas y harinas	54,9	51,8	46,9	-5,6	-9,5
Materias primas agrícolas	17,5	15,5	17,5	-11,4	12,9
Algodón	8,3	7,5	8,9	-9,6	18,7
Yute	0,6	0,4	0,4	-33,0	0,0
Fibras duras	0,4	0,3	0,3	-25,0	0,0
Caucho natural	3,6	3,0	3,4	-16,7	13,3
Cueros y pieles	4,6	4,3	4,5	-6,5	4,7
Total de los productos anteriores	216,7	203,7	201,7	-6,0	-1,0

Nota: Los datos relativos al comercio en 1998 están tomados de FAOSTAT, mientras que los correspondientes a 1999 y 2000 son cifras provisionales, basadas en estimaciones del volumen del comercio y los precios del mercado.

Fuente: FAOSTAT

Justamente por esta situación, la tendencia de los precios de la estos productos agrícolas ha sido la de un descenso sumamente acentuado; aunado a ello, el desarrollo de los mercados mundiales también ha ido acompañado de la aparición de nuevos mecanismos, tales como los mercados de futuros, que si bien permiten reducir las fluctuaciones de los mercados también generan la concertación de contratos virtuales, que muchas veces desestabilizan aún más los precios de los productos agrícolas.

Este hecho ha supuesto que los países en desarrollo especializados en la exportación de productos agrícolas tuvieran que exportar más cantidad para poder mantener una

corriente de ingresos constante.⁷⁶ Sin embargo, a pesar de ello los precios internacionales de muchos productos agrícolas se mantuvieron en niveles similares o inferiores a los ya bajos de 1999 (Cuadro 2), reportando notables beneficios a los consumidores, especialmente en los países importadores, pero causando dificultades económicas a los agricultores de los países productores.

Ante tal contexto, tenemos que los cereales sufrieron acusados descensos en el período 1997/2001, cayendo aproximadamente el 40 por ciento de sus precios. “El potencial de aumento de los precios de los cereales podría estar limitado por la amplia y, en algunos casos, creciente disponibilidad de excedentes de una serie de países exportadores no tradicionales o secundarios: en el caso del trigo, Ucrania, la Federación Rusa, Europa oriental e India; para el maíz, China y Brasil, y para el arroz, India y Myanmar.”⁷⁷

En el caso de los aceites y grasas sufrieron una presión descendente durante gran parte del período 1999/2001 situación que se atribuye a condiciones de oferta excesiva respecto de la demanda. Para los precios mundiales del banano hubo una recuperación en 2001 y se mantuvieron estables hasta la primera mitad de 2002 gracias a una fuerte demanda de importación, sobre todo en la UE y Japón (ya que, por ejemplo, en la UE existe una presión de la oferta ejercida por la producción interna y los proveedores ACP, es decir, del Acuerdo de Lomé en África.)

Para las principales frutas tropicales comercializadas (aguacate, mango, papaya, piña) también fueron periodos de precios bajos en la segunda mitad del decenio de 1990 y registraron niveles mínimos en el año 2001. Los precios de estos productos básicos siguieron siendo bajos en 2002 con la principal excepción de la piña, producto que domina el comercio internacional de frutas tropicales.

Para el azúcar la situación se presentó adversa, ya que los precios promedio anuales en el mercado internacional fueron a la baja desde mediados de la década de los noventa, alcanzando su nivel más bajo en 1999 al situarse en menos de la mitad del precio más alto fijado en 1995. En 2000 y 2001 se produjo una recuperación, pero parece haber sido

⁷⁶ En general, durante la segunda mitad del decenio de 1990, en los mercados de productos básicos agrícolas influyó principalmente la respuesta de los suministros frente a los altos precios anteriores y los precios de los sucedáneos (p. ej. los sintéticos), la crisis financiera de Asia que socavó las perspectivas de crecimiento económico y redujo la demanda efectiva en muchos países, y el apoyo continuado a la producción y las exportaciones en varios países, tanto desarrollados como en desarrollo. Comité de Problemas de Productos Básicos. Informe sobre las Principales Novedades y cuestiones relacionadas con los mercados de productos básicos agrícolas. 64 período de Sesiones. 18-21 de marzo de 2003. Roma. En <http://www.fao.org>

⁷⁷ *ibidem*.

efímera. El apoyo interno a la producción de azúcar en algunos países sigue siendo una importante cuestión de política comercial; a este respecto, tanto Australia como Brasil han iniciado procedimientos para presentar reclamaciones en la OMC contra las subvenciones al azúcar de la UE.⁷⁸

Finalmente, y siendo el producto cuya situación se revisará a profundidad, encontramos al café. El brusco descenso de los precios del café ha llamado la atención de casi todos los medios de comunicación, dados los niveles significativos de exceso de oferta en los mercados mundiales, provocados principalmente por la ampliación de la superficie plantada en Vietnam y a la devaluación del real brasileño, escenarios que dieron lugar a una de las bajas de precios más pronunciadas en la historia de comercialización de este producto.

A manera de conclusión de este apartado, podemos observar que si bien la situación de los diversos productos agrícolas gira alrededor de la depreciación de los precios, existen otros factores que influyen en los mercados agrícolas y en sus posibilidades de desarrollo futuro. Cabe mencionar por ejemplo, los cambios observados en la estructura del mercado de algunos productos básicos, relacionados con variaciones en la configuración geográfica del comercio, con la sustitución de las exportaciones a granel por un comercio con más valor añadido y con el nivel de concentración del comercio y los mercados.

Los avances tecnológicos, sobre todo en el campo de la biotecnología, podrían tener, asimismo, considerables repercusiones en la producción, la comercialización y las corrientes comerciales internacionales. “De esta manera, el creciente desarrollo tecnológico permite prescindir de las materias primas que elaboran las naciones más pobres y con ello la depreciación del precio de las mismas. A ello hay que sumar la frecuente manipulación propiciada por los países más desarrollados respecto a los proveedores de materias primas y productos de valor agregado de las naciones pobres.”⁷⁹

No obstante, todavía queda un halo de esperanza, la creciente sensibilización de los consumidores y su mayor preocupación por la inocuidad de los alimentos y el medio ambiente, lo que está provocando cambios en algunos mercados de productos básicos e impulsando políticas gubernamentales que buscan dar respuesta a estas preocupaciones.

⁷⁸ *Ibidem*

⁷⁹ María Cristina Rosas. (coordinadora) Que las Rondas no son buenas...La OMC y la Ronda de Doha. ¿Proteccionismo vs desarrollo?. UNAM-FCPyS-SELA. México. 2003. p.40

al vez ustedes crean, caballeros, que la producción de café y de azúcar es el destino natural de las Indias Occidentales. Hace dos siglos la naturaleza, que no se preocupa por el comercio, no había plantado allí ni caña de azúcar, ni plantas de café.

Karl Marx (1818-1883)

El mercado del café no puede sacrificar a millones de cafeticultores pobres.....nadie puede olvidar que son precisamente ellos quienes, con su arduo trabajo, han recolectado no sólo los granos de su sector, sino la riqueza de la Industria Mundial del Café.

Jorge Cárdenas. Presidente de la Federación Nacional de Cafeticultores de Colombia

Capítulo Dos.

El mercado internacional del café.

En el sentido teórico tradicional, el mercado es la confrontación de fuerzas oferentes y demandantes que intervienen en la formación de precios, no obstante, este concepto puede analizarse desde diferentes perspectivas, por ejemplo, “en el sentido físico, un mercado es un centro de concentración donde vendedores y compradores se concentran para realizar sus operaciones en determinado lugar y momento; desde la visión empresarial, el mercado es el total de individuos y organizaciones que son clientes actuales y potenciales de su producto o servicio.”¹

Para efectos de este trabajo, me permitiré fusionar estas perspectivas para dar lugar a un concepto mas adecuado al tema que estoy abordando, así, desde una perspectiva propia, el mercado internacional del café será el lugar tangible (o intangible como veremos mas adelante) en el que productores, consumidores, organizaciones e intermediarios del comercio del café confluyan para la compra-venta del mismo, situación que, en conjunto con las leyes de la oferta y la demanda, determinará el precio del grano y la dinámica que seguirá dicho mercado, así como los nichos de mercado potenciales a los que dirigirán su mercadeo.

“Por tanto, la actividad cafetalera a escala mundial será determinada por numerosos factores gestados al interior y al exterior de los países que en diversos grados se encuentran relacionados con ella, por lo que la producción nacional, así como la oferta y demanda mundiales del aromático, son constantemente acrecentadas y mermadas por los mismos.”² En este sentido, observar la dinámica de la cafecultura internacional nos muestra que dichos factores internacionales pueden ser climáticos, sociales, políticos (incluyen principalmente las acciones que los países cafetaleros han llevado a cabo para defender y acrecentar sus cuotas de participación en el mercado internacional, hecho importante para el análisis de la crisis de este mercado) o financieros (los altibajos de los precios), entre otros.

¹ En este sentido suele aceptarse la existencia de 5 tipos de mercado, el de consumo, el de productores, el de distribuidores, el del gobierno y el internacional. Pedro Caldenstey, Economía de los mercados agrarios. Editorial Mundi Prensa. Madrid. 1993. p.13

² Francisco Aguirre Saharrea. Introducción al estudio del café. Vinculación y Comunicación Social, A.C. En <http://www.vinculando.org/>, tomado de la red internacional el día 16 de marzo de 2002 a las 20.30 hrs.

Concierne entonces determinar quienes actuaran bajo el rol de productores, consumidores e intermediarios, cómo afecta su participación en el precio y en el funcionamiento del mercado del aromático, qué políticas han puesto en marcha las instituciones y participantes del mundo del café, como ha afectado la globalización y el libre comercio al negocio cafetalero, cuáles son las tendencias de la oferta y la demanda, así como los cambios en el consumo del aromático.

Grafico 4. Países productores de café



Fuente: Internet

2.1 Un juego que pocos juegan

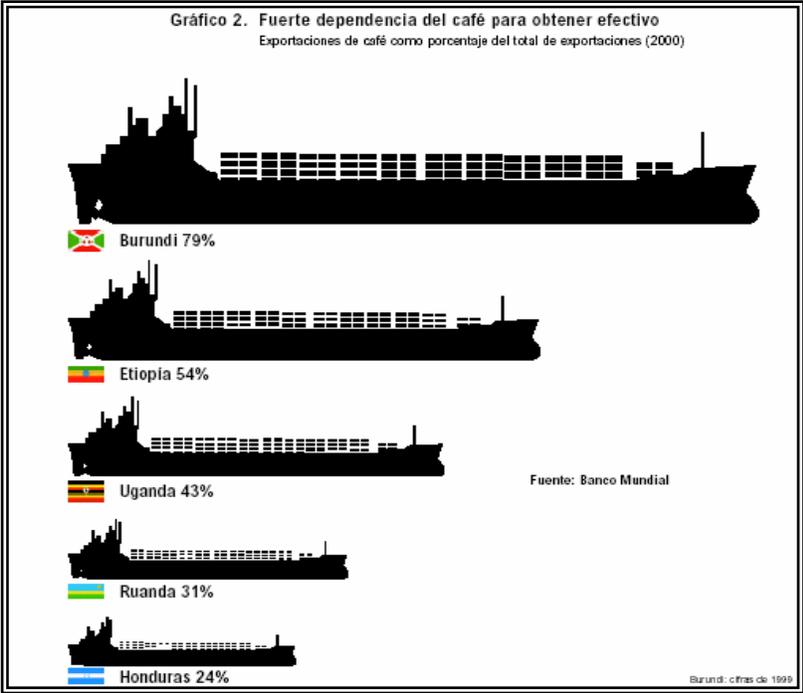
El café es una industria global que emplea a más de 20 millones de personas en el mundo, de tal manera que más de 400 mil millones de tazas se consumen cada año, una cantidad cercana a los 100 millones de sacos de 60 kilogramos de café verde, los cuales son producidos principalmente en los países de América Latina, Asia y África, situación que convierte al café en una de las bebidas más populares en el mundo.³ En términos de volumen de actividad comercial, es la segunda materia prima más importante después del petróleo ya que es uno de los pocos cultivos que se destinan en su mayor parte a la exportación, no obstante, sus precios y buena parte de la tecnología usada en su producción y procesamiento provienen de países no productores.

³ BBCmundo. *Entrevista a Jorge Cárdenas Gutiérrez, Presidente de la Primera Conferencia Internacional del Café.* Realizada el 16 de mayo de 2001. En <http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials>. Tomada la Red Internacional el día 30 de noviembre de 2002 a las 17.45 hrs.

De la misma forma, y en contraposición al origen del grano, el consumo se concentra en Estados Unidos, Europa y Japón, lo que nos muestra claramente que el café, siendo un producto de origen colonial, es producido en los países que en algún momento fueron posesiones, para ser consumido principalmente en aquellos países que fueron las metrópolis o que en las últimas fechas tienen un rol de peso en la economía mundial.

En lo que respecta al precio del café, se observa una tendencia a la baja desde 1999, misma que continuó durante el año 2000 a causa de la abundancia de sacos en el mercado mundial, de tal manera que el precio medio compuesto de la Organización Internacional del Café siguió disminuyendo durante los once primeros meses del 2000, es decir, que de 1, 812 dólares -en enero- bajo a 1, 151 dólares por tonelada -en noviembre- Los datos previstos para 2000/2001 indican que la producción mundial de café fue ligeramente inferior al volumen del periodo 1999/2000, de tal manera que de 115.0 millones de sacos disminuyó a 111.6 millones, que son aproximadamente 5 millones de toneladas. Así también, se tenían 21.6 millones de sacos retenidos como existencias en los países productores.

Gráfico 5. Dependencia del café para obtener efectivo



Fuente: OXFAM Internacional

El consumo se fijó en 26.0 millones de sacos y las exportaciones en 88.6 millones, lo que asciende a un monto de 5.6 millones de dólares -disminución bastante considerable si lo comparamos con el periodo de 1996-97, donde su valor comercial ascendió a 12.4 millones de dólares-.⁴ Ante esta perspectiva general, comencemos a desglosar al mercado internacional del café, que se ha mantenido en condiciones cíclicas tanto en lo relacionado a la producción como a los precios de exportación.

2.1.1 Productores

El mercado no podría marchar sin la participación de aquellos que cultivan el grano de café, es decir, los productores. Al respecto se habla de que:

"las características geográficas y climatológicas necesarias para el cultivo del cafeto y la fase colonialista en que surgió, hicieron que algunos países con posibilidades naturales para desarrollar este cultivo lo constituyeran en uno de los sectores de la economía en el que apoyaron su desarrollo durante esa fase, pues tenían condiciones sociales para estructurar una economía cafetalera floreciente: terratenientes con capitales consolidados, tierras vírgenes, agua, mano de obra esclava o muy barata y una situación política de subordinación a las metrópolis. (...) Esas circunstancias configuraron economías cafetaleras fuertes, como la brasileña y la colombiana"⁵

De este modo, aún cuando existen alrededor de 70 países productores de café, en solo 45 de ellos –miembros de la Organización Internacional del Café (OIC)- se concentra el 70% de la producción y, a su vez, de éstos las exportaciones se centran en diez países: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, México, India, Guatemala, Costa de Marfil, Uganda y Honduras⁶, por lo que en muchos de los casos, la cafecultura se ha convertido en la

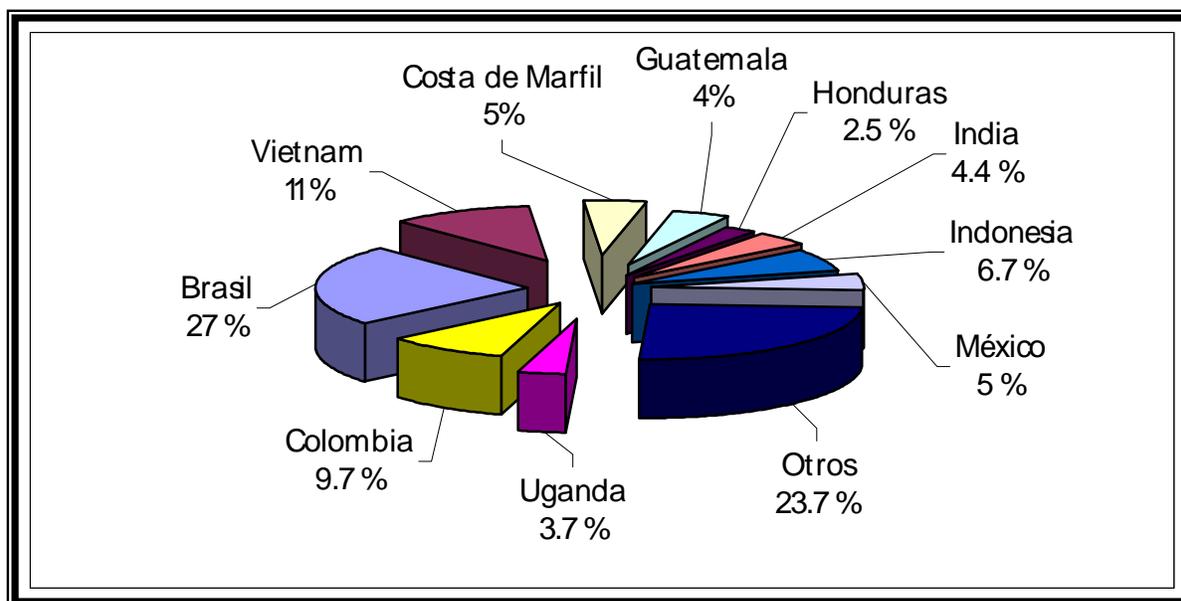
⁴ Centro de Comercio Internacional (CCI). UNCTAD-OMC. Café: Guía del Exportador 2002. CCI-UNCTAD-OMC. Ginebra. 2002. p.7

⁵ Aurora C. Martínez Morales, El proceso cafetalero mexicano. Instituto de Investigaciones Económicas- UNAM. México. 1998. p. 17

⁶ Esto de acuerdo con el Informe sobre el Mercado Internacional del Café elaborado por Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), con el Top Ten del Café de la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos, cfr. <http://www.nationalgeographic.com/coffee/ax/frame.html>. Y con Víctor Pérez-Grovas que en su artículo "La producción y

principal, si no es que en la única -como es el caso de algunos países africanos y centroamericanos-, fuente de ingresos para estos países, lo que genera una gran dependencia hacia a la comercialización de este producto, como podemos observar en el gráfico 7.

Gráfico 6. Participación Mundial de los principales productores de café.



Fuente: ASERCA con datos del Departamento de Agricultura del Estados Unidos (USDA)

De este modo, aún cuando existen alrededor de 70 países productores de café, en solo 45 de ellos –miembros de la Organización Internacional del Café (OIC)- se concentra el 70% de la producción y, a su vez, de éstos las exportaciones se centran en diez países: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, México, India, Guatemala, Costa de Marfil, Uganda y Honduras⁷, por lo que en muchos de los casos, la cafeticultura se ha convertido en la

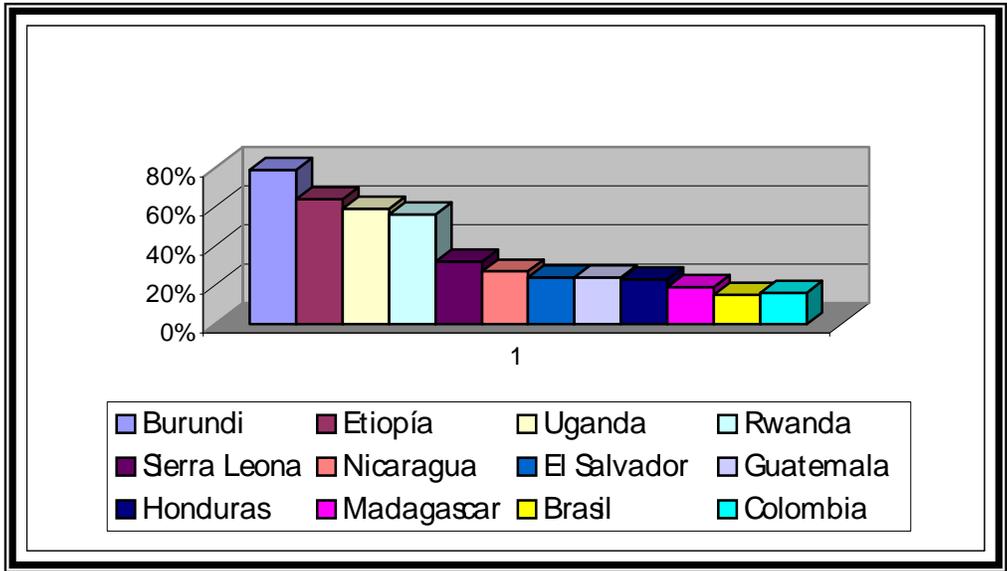
comercialización de café en México. ¿opción viable para los pequeños productores?, nos marca como grandes productores a los países enunciados durante el ciclo 2001-2002. cfr. <http://www.ciepac.org/otras%temas/memorias/café.htm>, tomado de la Internet el día 20 de marzo de 2002 a las 14.30 hrs.

⁷ Esto de acuerdo con el Informe sobre el Mercado Internacional del Café elaborado por Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), con el Top Ten del Café de la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos, cfr. <http://www.nationalgeographic.com/coffee/ax/frame.html>. Y con Víctor Pérez-Grovas que en su artículo “*La producción y comercialización de café en México. ¿opción viable para los pequeños productores?*”, nos marca como grandes productores a los países enunciados durante el ciclo 2001-2002. cfr. <http://www.ciepac.org/otras%temas/memorias/café.htm>, tomado de la Internet el día 20 de marzo de 2002 a las 14.30 hrs.

principal, si no es que en la única -como es el caso de algunos países africanos y centroamericanos-, fuente de ingresos para estos países, lo que genera una gran dependencia hacia a la comercialización de este producto, como podemos observar en el gráfico 7.

Es por ello que con todos los cambios suscitados en el ámbito internacional -la liberalización de los mercados, los constantes vaivenes de las finanzas, las crisis económicas recurrentes, los desastres climáticos, la falta de acceso a mercados de manera justa, etc.- repercuten directa o indirectamente en la dinámica del comercio del café, de manera que se ha visto seriamente afectado tanto en su producción como en sus ingresos. Un ejemplo claro se puede observar con el resultado de la eliminación de las cláusulas económicas de los acuerdos de la Organización Internacional del Café (OIC, de los que hablaré más adelante), dentro del contexto de liberalización del sector cafetalero, hecho que provocó una disminución de los ingresos de los países productores, puesto que se dejaron de percibir cerca de 3.000 millones de dólares al disminuir el valor de las exportaciones de 10.178 a 7.200 millones de dólares.⁸

Gráfico 7. Participación del café en las exportaciones totales de los países productores, por valor, 1996-2000



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Café: Guía del exportador.

⁸ Para algunos países africanos, como República Democrática del Congo (Zaire), los ingresos en divisas por café se contrajeron hasta 60% en la cosecha 1989/ 1990. UNCTAD/OMC – Centro de Comercio Internacional. Café: Guía del exportador – Suplemento. Ginebra. 1996. p. 5-6

De esta manera, los casi 20 millones de pequeños caficultores del mundo experimentaron una gran pérdida de rentabilidad en la cosecha el aromático, al no compensarse los costos de mano de obra e insumos (en el caso de quienes podían usarlos) con las ganancias obtenidas, por lo que muchos de ellos se vieron obligados a dejar de cosechar el grano⁹, provocando con ello una disminución poco importante de la producción.

Ahora bien, muy a pesar de las condiciones adversas a las que se ha enfrentado el mercado del café, tenemos que –de acuerdo con datos de la FAO- la producción mundial de café aumentó en un 2,1 por ciento anual, pasando de 4,89 millones de toneladas (81,5 millones de sacos) en 1986/87 a 6,06 millones de toneladas (101 millones de sacos) en 1996/97, así como se mantuvo una tendencia a la alza en el consumo a largo plazo del orden del 1,6 por ciento anual, pasando de 3,9 millones de toneladas (65 millones de sacos) en 1986/87 a 4,5 millones de toneladas (75 millones de sacos) en 1996/97.¹⁰

Para el año 2001, de acuerdo con los datos presentados por la OIC, la producción anual de café a escala mundial ascendía a 111.6 millones de sacos (68, 773 de la especie arábica y 39, 546 de la especie robusta) de los cuales se exportaron 88.6, misma que se dividen de la siguiente forma:

- ❑ Brasil con 31.0 millones (23, 700 millones de arábica y 6,400 de robusta)
- ❑ Colombia con 10, 532 millones (de arábica)
- ❑ México con 5,125 millones (de arábica)
- ❑ Guatemala con 4,688 millones (de arábica)
- ❑ Costa Rica con 2, 246 millones (de arábica)
- ❑ Uganda con 400 millones (de arábica)
- ❑ Indonesia con 6,718 millones(720 millones de arábica y 5,698 de robusta)
- ❑ India con 4,853 millones (2,328 de arábica y 2,525 de robusta)

⁹ Aunado a ello, una de las repercusiones más importantes de esta situación fue el ahondamiento de la situación de pobreza de los pequeños productores ya que aquellos que habían contratado créditos para mejorar sus parcelas o para maquinaria durante esos años fueron incapaces de hacer frente a sus obligaciones, lo que provocó la suspensión de futuros créditos y el incremento de migración hacia los centros urbanos, tanto dentro del mismo país productor como hacia naciones vecinas. *Cfr.* Francisco Aguirre Saharrea. Introducción al estudio del café. *Op.cit.*

¹⁰ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Proyecciones de productos agrícolas al 2005. FAO. Ginebra. 2000. p. 88

- Vietnam con 14,775 millones (de la especie robusta únicamente).¹¹

Dentro de las proyecciones que realizaron en conjunto por la FAO y la OIC¹² encontramos que prevén que la producción mundial de café tendrá un crecimiento de 2,7% anual a partir del periodo comprendido entre 1993-95 y 2005. Para 2005 la producción mundial debería ascender a 7,31 millones de toneladas (122 millones de sacos de 60Kg.), frente a 5,43 millones de toneladas (90 millones de sacos) obtenidos en el periodo 1993-95 y 6.7 toneladas (111.6 millones de sacos) del periodo 2000/2001.

En cuanto a la participación por regiones tenemos que América Latina y el Caribe mantienen su estatus como la principal región productora de café en el mundo, abarcando el 58% del mercado -no obstante la disminución de su participación en 1981 donde acaparaba un 70% del mismo-, con una tasa estimada de crecimiento anual para la región de 2.8 por ciento, lo que daría como resultado una producción aproximada de 4,78 millones de toneladas (alrededor de 79,8 millones de sacos) en el 2005.¹³ En contraste, tenemos al caso de África, ya que se parte del supuesto de que la producción aumentará anualmente en 2,1 por ciento desde el período de referencia hasta 2005 -1,09 millones de toneladas (18,2 millones de sacos)-, reflejando sobre todo pequeños aumentos en los rendimientos y no una expansión de la superficie cultivada.¹⁴

Una de las que sorpresas que ha dado el mercado del aromático es la producción del continente asiático, el cual incrementó su participación del 4% en 1981 a 27% en el 2001; se estima pues que deberá tener un crecimiento anual de 3,31 por ciento y al llegar al 2005 podría llegar a producir 1,36 millones de toneladas (22,7 millones de sacos). La mayor parte de la expansión debería corresponder a Indonesia, que es el mayor país productor de la región, a pesar de que experimento un auge productivo en carrera durante los años setenta y una severa disminución de su producción en los noventa, se pronostica

¹¹ Centro de Comercio Internacional. Café: Guía del Exportador 2002. *op. cit.* Anexo III. p. 12

¹² FAO. Proyecciones de productos agrícolas al 2005. *op. cit.* p. 90

¹³ En cuanto a la producción de México tendría una tasa de crecimiento anual de 2,8 por ciento y en 2005 ascendería a 380 000 toneladas (6,33 millones de sacos, hoy mantenemos un promedio 4.5 millones de sacos). Cfr. FAO. *Ibidem* y CCI, *op.cit.*

¹⁴ Se prevé que la producción de Etiopía, que es el mayor país productor de café arábica de África, tendrá una expansión anual de 1,3 por ciento, ascendiendo en 2005 a 190 000 toneladas (3,2 millones de sacos). En el caso de Uganda, aún cuando tuvo una contracción anual de su producción de 4,5 por ciento entre 1981-83 y 1990-92, se prevé que habrá una recuperación por conducto de una cierta expansión de las superficies cultivadas, replantaciones y rendimientos más altos, lo que le permitiría alcanzar las 240 000 toneladas (4 millones de sacos), *ibidem*.

que hasta 2005 su tasa de crecimiento será de 1,0 por ciento por lo que su producción podría ascender a 450 000 toneladas (7,5 millones de sacos)¹⁵.

Finalmente, en Oceanía, Papua Nueva Guinea es el único país productor importante. En el decenio de 1980 tuvo una producción relativamente estable y debería llegar a 70 000 toneladas (1,2 millones de sacos) en 2005.¹⁶ Cabe resaltar el rol de los organismos internacionales –FAO, CCI y OIC, para la obtención de las estadísticas ya que nos permiten observar la dinámica numérica del mercado del café, de tal manera que concibamos una idea general de los montos de granos que se mueven en el mundo, y que sólo llegan a nosotros en una pequeña taza de café.

2.1.2 Consumidores.

Dado pues, que la comercialización del café se realiza en función de una marcada regionalización entre la oferta y la demanda, además de ser el producto agrícola con el precio internacional más volátil, en este apartado analizaré la contraparte de la oferta del café, es decir la demanda de los consumidores. No podemos hablar de producción y exportación de café si no tenemos los receptores del producto, que en su mayoría son países desarrollados.

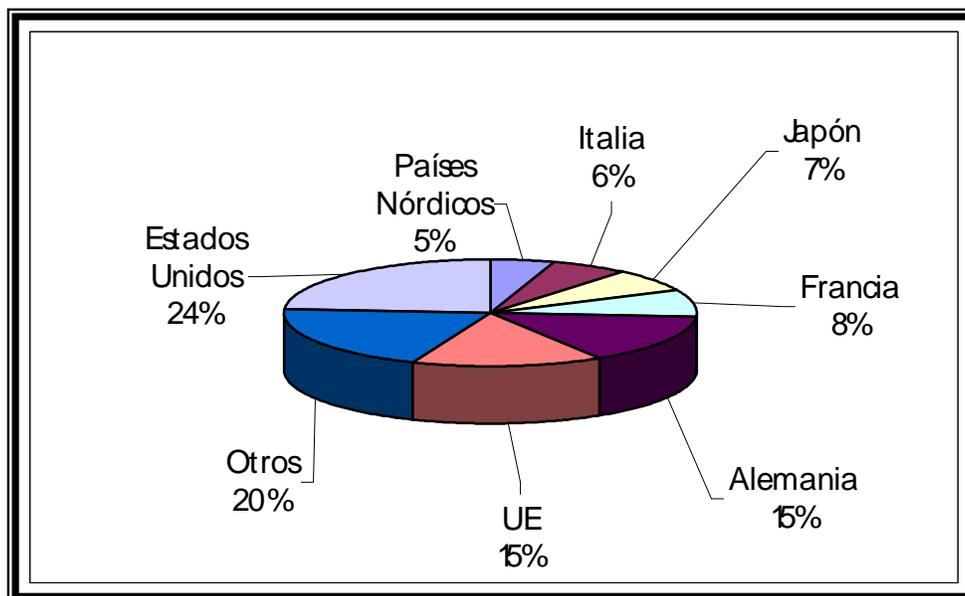
Durante la década de los cincuenta, las importaciones de café verde disminuyeron tanto en términos absolutos como en su participación relativa a escala mundial, lo que se tradujo en un efecto combinado del ascenso de mercados como el europeo –y posteriormente el japonés- y la reducción del consumo estadounidense, situación que se ha mantenido desde entonces. Las importaciones de café proceden fundamentalmente de países latinoamericanos y asiáticos, los primeros especialmente con el tipo arábica y los segundos con el tipo robusta. Tenemos entonces que el consumo mantiene una tasa anual de crecimiento de 1.2% desde 1980, lo que le permitió que en el periodo 2000/2001 se ubicará en 105 millones de sacos, mismos que se distribuyeron de la siguiente manera:

¹⁵ En este continente resalta también la participación de Vietnam e India. Con respecto a Vietnam –país de particular interés debido que ha tenido un auge de su producción en un corto plazo y ha sido una de las causas de que la sobreoferta no se solucione- su producción anual ha crecido de manera significativa, pasando de 4,000 sacos en 1981 a 14.8 millones de sacos de la variedad robusta en 2000/2001, por lo que se prevé una rápida expansión de más del 7,9 por ciento anual en 2005. *ibidem*.

¹⁶ Todos los datos anteriores son estimaciones realizadas de manera conjunta por la FAO y la OIC y vienen plasmadas en el documento de Proyecciones sobre productos básicos al año de 2005., *op. cit.*

61.4 millones entre Estados Unidos y otros miembros de la OIC¹⁷, 17.5 millones en países no miembros y 26.1 en países productores.

Gráfico 8. Países consumidores de café



Fuente: Café: Guía del exportador 2002

En este sentido, podemos observar en el gráfico anterior que Estados Unidos se mantiene en el primer lugar de lo que yo denominaría el *top ten* del consumo, aún cuando por diversos factores -inherentes a su economía recesiva- no ha variado su pauta de crecimiento desde hace unas décadas. Sin embargo, tenemos que considerar que es el mercado más grande e importante del mundo -282 millones de habitantes-, el cual absorbió en 2001 el 21% de las importaciones brutas de café en todas sus formas, dando un total de 21, 45 millones de sacos (de los que 19, 29 millones son de café verde, es decir, granos descascarados antes de su tueste-),

Sus principales proveedores de grano fueron: Colombia -17%-, Vietnam y Brasil -con 15% cada uno-, Guatemala -11%- y México -10%, una cifra mínima si resaltamos el

¹⁷ Hasta el 30 de septiembre de 2001, la lista de miembros importadores de la OIC se conformaba de la siguientes manera: Alemania, Austria, Bélgica/Luxemburgo, Chipre, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Suecia y Suiza. En el caso particular de EE.UU., sale de la organización a finales de la década de los 80, 1989, y regresa en mayo de 2003, como estrategia para estabilizar los precios del mercado del aromático.

hecho de que somos socios comerciales aparentemente muy cercanos y de que para México es el principal punto de exportación de café-. De estas importaciones el 76% fue de arábica y 24% de robusta. En cuanto al segmento de café elaborado apreciamos que llegan 156, 000 sacos provenientes de Canadá¹⁸ y de México, con un 27% y 14% respectivamente. Su consumo *pér capita* es de 4.07 Kg. y existe una participación combinada en el mercado de las empresas *Kraft Food*, *Sara Lee/DE*, *Procter & Gamble*, *Starbucks* y *Nestlé* (las cuales dominan el 80% de éste¹⁹).

En segundo lugar tenemos a la Unión Europea, más Suiza y Noruega, con una tasa anual de crecimiento de 19% y un consumo de 34,924 millones de sacos (43% del consumo). El caso europeo es particular, pues el mayor consumo²⁰ de granos se concentra en Alemania (9,675 millones de sacos), Francia (5,469 millones de sacos) e Italia (5,346 millones de sacos), aún cuando su consumo por habitante es menor si se le compara con los países nórdicos (Finlandia, por ejemplo).

Así las cosas, Alemania importa 13.9 millones de sacos de granos verdes provenientes de Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia y Perú, de los cuales el 76% corresponde a la especie arábica y el 24% a la especie robusta lo que le permite mantener un consumo *pér capita* de 6.7 kg. Las importaciones de café elaborado ascienden a 714. 000 sacos y sus principales tostadores son *Kraft Food* y *Tchibo*, que acaparan el 55% del mercado.

El mercado francés –compuesto por 59 millones de habitantes- realiza importaciones por 5.1 millones de sacos provenientes de Brasil, Vietnam, Colombia, Costa de Marfil y Camerún, principalmente. Su proporción, de acuerdo con la especie, es de 51% de arábica y 49% de robusta. Su consumo *per capita* es de 5.5 kg. En cuanto a las

¹⁸ Es importante mencionar el caso de Canadá como proveedor externo de las importaciones americanas de café, ya que coloca alrededor de una décima parte del volumen exportado por cada uno de los principales proveedores externos de café de EE.UU., aún cuando se le regresan el 65% a través de reexportaciones, manteniendo un crecimiento medio anual de 37.7% de sus ventas de café tostado sin descafeinar, mismo que representa menos del 10% del valor de las importaciones totales de café que realiza nuestro vecino del norte. Así, mientras que los principales proveedores colocan volúmenes considerables de su producto sin tostar (por ejemplo, Vietnam 174 mil toneladas, Colombia 193 mil, Brasil 168 mil y México 116 mil) restándole valor agregado y por ende menor precio –en un rango de 0.43 a 1.52 dólares por kg.-, Canadá logró colocar 18, 410 toneladas al menudeo –con precios medios de 3.81 dólares por kg.-. Paradójicamente, los principales proveedores de café verde sin descafeinar son Colombia, Brasil, Guatemala, Vietnam y México. *Cfr.* Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT). Café. Tendencias y Perspectivas de exportación 2002. Estudios Sectoriales BANCOMEXT. En <http://www.bancomext.org.mx>. Tomado de la Internet el día 5 de mayo de 2002 a las 14:30 hrs.

¹⁹ *Cfr.* CCI. *Café: guía del exportador 2002. op. cit.* p. 36

²⁰ El tipo de consumo al que me refiero es a la cantidad de café que compran a los productores en todas sus formas –verde, tostado, molido-, el consumo *pér capita* nos da una *ranking* diferente al que observamos.

importaciones de café elaborado –tostado- se sitúan en los 980, 000 sacos, de los cuales exporta 627,000. En cuanto a los segmentos de mercado, encontramos que el mercado de café tostado y molido lo controlan en un 60% *Kraft Foods* y *Sara Lee*, frente al control de dos terceras partes del mercado de solubles de *Nestlé*.

Para el mercado italiano –58 millones de habitantes- observamos importaciones por 6,08 millones de sacos, procedentes de Brasil, Vietnam, India, Camerún y Costa de Marfil, de los cuales 56% son del tipo arábica y 44% del robusta. Su consumo *per cápita* es de 5.4 kg, importan 352,000 sacos de café elaborado y al mismo tiempo reexportan cerca de 1 millón de sacos.

Si consideramos el *ranking*²¹ desde la perspectiva del consumo *pér capita* en Europa, los primeros lugares los ocuparían los países nórdicos: Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia. El primero, Dinamarca, siendo un mercado de 5 millones de habitantes, importa 989 000 sacos desde Brasil, Perú, Uganda, Honduras –de los cuales 82% son granos arábigos, 13% de robusta y 5% del tipo no especificado- y cuyo consumo por habitante es de 9.8 Kg. Finlandia, cuyo consumo por habitante es de 9.6 Kg., realiza importaciones de café por un monto de un millón de sacos, provenientes de Brasil, Colombia, Guatemala, Costa Rica y Honduras (98% de la especie arábica y 2% de la especie robusta).

Noruega por su parte, importa 624,000 sacos de Brasil, Colombia, Guatemala, Perú y México. 98% de estas importaciones es de la especie arábica, 1% de robusta y 1% del tipo no especificado. Su consumo *pér capita* es de 9.3 kg. Suecia mantiene un consumo aproximado de 8.7 kg por habitante, satisfaciendo la demanda con 1.4 millones de sacos que son comprados a Brasil, Colombia, Kenya y Guatemala. 99% de este café es de la especie arábica y 1% de robusta.

Otros de los países con mayor índice de consumo de café *pér capita* es Suiza, lugar de origen de la empresa *Nestlé*, quien realiza importaciones de café por 1.1 millones de sacos procedentes de Brasil, Colombia, India, Guatemala y México; de dichas importaciones 72% corresponden a granos de la variedad arábica, 20% al robusta y 8% al rubro de no especificado. Su consumo por habitante es de 8 Kg. Un caso contrastante es el de Reino Unido, cuyo consumo *pér capita* es de 2.3 kg. (ya que el té sigue dominando en el mercado británico). Sus importaciones son de aproximadamente 2 millones de

²¹ Cfr. CCI. Café: guía del exportados 2002, *op. cit.* p. 43

sacos, 53% de arábica y 46% de robusta, que son llevados desde Vietnam, Brasil, Colombia, Indonesia y México.

Japón, con tasa anual de crecimiento de 3.5%, se ha convertido en el tercer exportador de café. De un mercado de 127 millones de habitantes, se deriva un consumo de 6.36 millones de sacos –73% arábica, 26% de robusta y 1% de no especificado- cosechados en Brasil, Colombia, Indonesia, Guatemala, Vietnam y Etiopía. Su consumo por habitante es de 3.2 kg. Finalmente, por el lado de los países productores, encontramos a Brasil como el primer consumidor de café, con un consumo per capita de 4.0 kg.²²

Ahora bien, de acuerdo con el lugar donde se consume y la presentación del café tenemos que, de acuerdo con Nestlé²³, en el año 2000 el consumo de café “en casa” representó el 73 % del consumo mundial y de éste, la presentación tostado y molido fue el 69 %. Como podemos ver en el siguiente cuadro, el consumo en casa del café soluble es del 36%, mientras que el consumo “fuera de casa” solamente es del 17% totalizando el 31 %, marcándose así las preferencias de los consumidores, es decir que de cada 10 tazas de café que se consumen en el mundo, casi 7 se preparan con café tostado y molido y 3 con café soluble.

Cuadro 3 Consumo mundial del café por presentación y hábitos del consumidor en 2000 (billones de tazas)

Presentación %	En casa	Fuera de casa	Total
Tostado y molido	355	170	525
%	64	83	69
Soluble	196	35	231
%	36	17	31
Total	551	205	756
%	73	27	100

Fuente: Nestlé 2001

No obstante las cifras anteriores y aún cuando el café tiene una función tradicionalmente reconocida como estimulante y de socialización, hay diversos factores que afectan a la demanda del aromático. Por ejemplo, los ingresos y el estilo de vida, ya que hay datos que ponen en evidencia que el café es considerado todavía como un artículo de lujo,

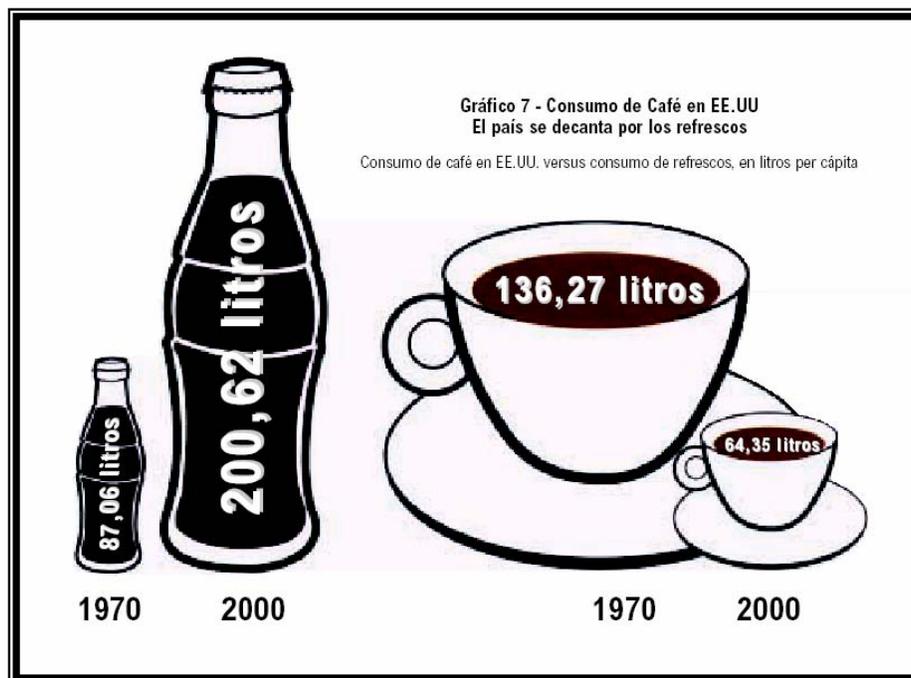
²² Muy por encima del México que es de aproximadamente 1 kg de café por habitante.

²³ Nestlé. The beverage category within Nestle. Suecia. 2001. En <http://www.nestlé.com>, tomado de la Internet el día 25 de mayo de 2002.

especialmente en los países de ingresos bajos; de igual forma, es subestimado el efecto que las tradiciones, el marketing y la publicidad negativa tienen sobre el consumo del café y que ha derivado en un decremento del consumo –particularmente en grupos de adolescentes y niños-.

Esto ha generado una gran competencia con otras bebidas, principalmente frente a los jugos, aguas embotelladas y refrescos. Por ejemplo, en los últimos 30 años los refrescos se han hecho más populares por la facilidad que tienen de ser consumidos, así como por el precio y los estilos de vida que se han ido estructurando en la sociedad. Asimismo, la preferencia por los refrescos está relacionada con la cantidad –ya que hay más refresco en una botella que café en una taza-, la rapidez con la que se pueden tomar –dado que no hay necesidad de esperar a que se enfríen como es el café-, y la comodidad de tomarlo donde sea o bien de llevarlo con uno.

Gráfico 9. Consumo de café *versus* consumo de refrescos en Estados Unidos



Fuente: Departamento de Agricultura de los estados Unidos (USDA) y DavenPort & Company.

De la misma manera, “en el mercado estadounidense se viene generando un comprobable cambio de hábitos en el consumo del café, debido a varios elementos: la disminución del número de bebedores de este producto, la reducción de la cantidad de

bebida al día, el desplazamiento de gustos hacia el café instantáneo y la escasa atracción de esta bebida entre los jóvenes.”²⁴

2.1.3 Empresas comercializadoras, torrefactoras y tostadoras

Otra parte importante de la cadena de comercialización del café son las empresas transnacionales. Tras el beneficiado de los granos, con la obtención del café verde, se abre un doble proceso comercial: hacia el mercado nacional –que muchas veces es abastecido por la industria nacional y por la importación de café industrial (soluble)-, o bien, hacia la exportación para efectuar la fase de procesamiento y la obtención de los productos cafeteros que serán lanzados al mercado externo.

Por ende, dado que el consumo se dirige básicamente a los países industrializados, quienes se encargan de procesarlos y distribuirlos, es en sus territorios donde se concentran las principales empresas transnacionales que controlan la compra de insumos, el transporte, el procesamiento y los canales de comercialización, no sólo del café sino de muchos de los productos agrícolas.

Así, las corporaciones transnacionales son las que generalmente acaparan las grandes cosechas de café, comercializan el grano, lo industrializan para obtener café soluble, tostado o molido²⁵ (por lo que con este proceso le brindan mayor valor agregado y, con ello, mayores ganancias) y lo llevan hasta los mercados de consumo final.

Estas empresas, poseen, a su vez, una fuerte capacidad financiera y conocimiento preciso de la situación en que se encuentra la dinámica del producto (conocimiento derivado tanto de esa misma capacidad como de sus mecanismos de penetración en los países cafetaleros y del control de los mercados de consumo) lo que les permite adquirir

²⁴ Enrique Palazuelo Manso y Germán Granda Alva. El mercado del café. Situación mundial e importancia del comercio de España y América Latina. Serie de Estudios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España. Madrid. 1985. p. 55.

²⁵ Las estimaciones nos muestran que unos 81 millones de sacos, 77% del consumo mundial del café, se tuestan y se muelen. En los países importadores un 75% del consumo sigue estos procesos y 88% se tuesta en el país. El resto se importa de países productores o de otros consumidores. La Unión europea domina este comercio y en el año 2000 tenía el 60% de las exportaciones mundiales de café tostado; los países productores el 12% y el 28% restante lo cubrían Estados Unidos y otros países. En el caso del café soluble, dado que se conserva mejor durante su comercialización, ha mantenido un consumo estable que en el año 2000 equivalía a 24,6 millones de sacos. Gran parte del crecimiento del consumo de este tipo de café se ha dado en Europa Oriental. *Nestlé y Kraf Foods* son los poseedores del 75% del mercado mundial de solubles. Cfr. CCI. Café: guía del exportador 2002, op. cit. p. 35

el producto en grandes cantidades²⁶ y en condiciones ventajosas, en contraste un poco dramático con las ventajas y beneficios obtenidos por los propios países productores (y de cada uno los pequeños y medianos productores).

Inherente a su enorme capacidad de compra, viene una fuerte capacidad para fijar las condiciones de intercambio, llámese, precios, cantidades, momentos, formas de contratación y pago, etc., y con ello, de una importante capacidad de actuación en la industria mundial del café, ya sea a través de sus torrefactoras y fabricantes de café soluble, o bien, por medio de la absorción y/o eliminación de competidores más pequeños. “Así, pues, algunas trasnacionales actúan bajo un triple prisma: comerciantes de materia prima, industriales y comerciantes del producto final y, otras, en calidad de intermediarios o agentes comerciales de materia prima.”²⁷

Cuadro 4. Comercialización de café verde por empresa a escala mundial

Empresa	Volumen Comercializado (miles de sacos)	Participación en el mercado (%)
Rothfos AG	9,000	12.6
DE & F. Man	5,000	7.0
Volkart	4,000	5.6
Cargill	4,000	5.6
J. Aron	4,000	5.6
Rayner	4,000	5.6
Bozzo	3,500	4.9
Sueden	3,000	4.2
Total 8 empresas	36,500	51.4
Total mundial	71,000	100.0

Fuente : Santoyo, et al., 1995.

Tenemos, por ejemplo, que el área de la comercialización está monopolizada por un grupo de veinte empresas que controlan más de $\frac{3}{4}$ partes del comercio del aromático,

²⁶ Algunas empresas consumidoras para superar problemas de calidad deciden realizar sus compras a través de la consolidación de sus propias centrales de compras en las regiones productoras, otras deciden deshacer sus centrales para eliminar el riesgo inherente a la comercialización y a las fluctuaciones de los precios para realizar sus compras por medio de casa comercializadoras (*trade companies*) o de corredurías que operan directamente con pocas palabras, las grandes industrias no compran altos volúmenes de grano directamente a los productores sino a estas casas y corredurías, como una forma de aminorar riesgos. Cfr. Santiago Quintos Karina. La organización Internacional del Café. Impacto del Convenio Internacional del Café de 1994 en el mercado mundial del aromático. (tesis) UNAM- FCPyS. México. 2000. p. 54

²⁷ Enrique Palazuelo Manso. *Op. cit.* p. 121

entre las que podemos mencionar: Rothfos AG. y Neuman Kafee (Alemania), Volcafe (Suiza), Cargill (EE.UU.), Esteve (Brasil-Suiza, única ubicada en un país productor), J. Aron (EE.UU.), ED&F Man (Reino Unido), Dreyfus (Francia) y Mitsubishi (Japón).²⁸

En relación con el tueste, la mayoría de los tostadores tienden a actuar dentro de los mercados nacionales en lugar de hacerlo multinacionalmente, empero, la dinámica propia del comercio del café y de las tendencias económicas imperantes han provocado que una proporción importante de la industria mundial del tueste y la elaboración de solubles se concentre en las manos de un reducido número de empresas trasnacionales. De esta manera, tenemos que cerca del 63% de la industria del café tostado y el café soluble esta concentrada en solo 10 tostadores, entre los que podemos ubicar a *Nestlé*, *Kraft Foods*, *Sara Lee* y *Procter & Gamble*.²⁹

La característica inherente a estas empresas es que tanto en la rama torrefactora como en la de solubilización, se tiene que adaptar a las necesidades alimentarias de los consumidores y a los hábitos culturales que influyen directamente en el consumo, de ahí radica la importancia del contacto constante con este mercado. La misma tendencia, aunque no en las mismas proporciones, se sigue en el comercio de café verde, ya que solamente cinco empresas abarcan cerca del 40% del volumen total de estas importaciones en todo el mundo, y en el comercio minorista, donde dominan las grandes cadenas de supermercados.

Lo mismo pasa con las ganancias; siendo que estas cinco multinacionales torrefactoras del grano compran casi la mitad de los granos de café que se cultivan en el mundo, han generado ganancias de billones de dólares -a pesar de la crisis del café-; así pues, según un informe de *Oxfam* Internacional, el 93% de las ganancias por la venta de café va a parar a estas empresas y otros intermediarios, con unos márgenes de ganancia de 17% y 26%³⁰, traducido en cifras “podemos observar que el beneficio neto acumulado de *Kraft* hasta septiembre de 2003 fue de 810 millones de dólares; para *Nestlé* las ganancias netas fueron de 2.000 millones de dólares y para *Sara Lee* de 1.400 millones de dólares.”³¹

²⁸ Diego Roldán Luna, *et. al.* La cadena del café en Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social. Bogotá. 2003.

²⁹ *Ibidem* p. 30

³⁰ Ángel Gonzalo. El injusto negocio del café. La insignia-Agencia de Información Solidaria (AIS). España. 29 de septiembre del 2002.

³¹ Ignacio Carreras. La crisis del café. La insignia-CCSEspaña. 1 de febrero de 2004

Así también, los datos que ha recopilado *Oxfam* demuestran que al mercado global llega cada año un excedente de 540 millones de sacos de café; es decir, se produce un 8% más de café del que se consume³². Una de las razones para este exceso es que las empresas torrefactoras utilizan grano de café de la calidad más baja para elaborar sus productos, gracias a las nuevas tecnologías -como la limpieza con vapor- que muchas veces son promocionadas por ellas.³³

Con base en esta situación y dadas las actitudes y respuestas que han brindado las principales transnacionales que participan en el sector cafetalero –*Nestlé, Sara Lee, Kraft y Procter&Gamble*–, *Oxfam* se ha dado a la tarea de “calificar” el desempeño que tuvieron en el 2003.³⁴ El resultado obtenido por esta organización no gubernamental no es agradable ni tampoco sorprendente, ya que demuestra que dichas empresas han dado la espalda a la situación, o bien, han hecho poco o nada para ayudar a resolver la crisis global del café.

En este sentido, presentan a *Nestlé*, a quien califican con un 4.3 en escala con el 10³⁵, como la empresa que si bien ha liderado la industria en algunos encuentros internacionales y ha apoyado los esfuerzos de la OIC para remediar la crisis, así como también ha incrementado en este año el porcentaje de compra directa a los productores –y ha pagado un precio superior al del mercado–, sus acciones han respondido a una situación coyuntural y no a una política comercial de la empresa. Asimismo, *Nestlé* todavía rechaza la compra de café de comercio justo.³⁶

³² Ángel Gonzalo, *op. cit.*

³³ Esta situación obedece principalmente al hecho de que el café importado (de Indonesia, Vietnam y Brasil, principalmente) es de menor calidad y por ello más barato que el mexicano, lo que tiene trae consigo consecuencias tales como el posible ingreso de nuevas plagas al país, además de que puede provocarse la depresión de los precios pagados al productor mexicano.

³⁴ *Oxfam Internacional*. “*Ninguna de las cuatro grandes multinacionales del café consigue este año el aprobado.*” *Nota de Prensa*. España. 09 de diciembre de 2003. En www.intermonoxfam.org/red/0312suspensio/index4.html?cap=0312suspensio, tomada de la Internet, el día 30 de enero de 2004 a las 16.45 hrs.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ Cabe resaltar que en México, por ejemplo, esta empresa ha puesto en marcha un programa de cultivo de 40 mil ha., de café variedad robusta (recordemos que es un café de bajos precios y menor calidad, que presenta una sobreoferta en el mundo), no obstante la oposición de las organizaciones cafetaleras. El plan de *Nestlé* está en marcha y utiliza recursos públicos, como el predio donde tiene sus viveros, y apoyos de la Secretaría de Desarrollo Social para “empleo temporal”. Dicho proyecto va en contra de los intereses de campesinos cafetaleros y es violatorio de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, pues su operación debió haberse sometido a la consideración y aprobación de las agrupaciones cafetaleras.

Por su parte, *Sara Lee*, con un 2.7³⁷, apenas se ha esforzado por pagar mejores precios a los productores de café, de manera que estos pudieran diversificar sus cultivos o establecer alguna directriz para la compra de café, por lo que es una de las empresas con peores políticas comerciales. *Kraft*, con un 3.8³⁸, por ejemplo, no se ha comprometido en compras de café de comercio justo, además de que no respalda los estándares de calidad acordados por la OIC. Sin embargo, esta compañía ha contribuido con algunos programas de desarrollo social.

Finalmente tenemos a *Procter and Gamble* con un 4.9³⁹, empresa que ha liderado en el pago de precios dignos a los productores e incluso ejerció presión para que Estados Unidos se reincorporase a la OIC, no obstante, aún cuenta con escasas directrices para comprar café en condiciones verdaderamente justas para los campesinos.

Cabe añadir, que una nueva manera de monopolizar los granos en el mercado internacional, es a través de las *coffee houses* o barras de café, entre ellas *Starbucks*, *Second Cup*⁴⁰, *Coffee Station*, etcétera, ya que éstas también buscan aminorar costos por cada taza de café vendido, de manera que aún cuando publicitan alianzas con los productores locales del lugar donde se establecen, y de que pagan “precios justos” a los mismos, en realidad, son ellas quienes contribuyen también a la triangulación de café y al deterioro de los ingresos de los cafeticultores.

Ante esta desfavorable posición en el mercado mundial, los países productores han tomado decisiones en dos direcciones: “a formar asociaciones de productores y exportadores, o bien, a fortalecer su poder de negociación y lograr una mayor

Lourdes Edith Rudiño. “Descienden las exportaciones mexicanas de café: OIC”. En *el Financiero*. Economía. Viernes 7 de marzo de 2003.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ *Second Cup* es uno de los compradores de café número uno en Canadá. Establecida desde 1975 en Toronto, podríamos compararla con *Starbucks*, empresa constituida en Seattle, ya que ambas utilizan como estrategia de *marketing* el concepto de precios justos y alianzas que contribuyen a incrementar el nivel de vida de productores locales, por lo que han sido objetos de duras críticas y *boicots* por parte de las organizaciones defensoras del comercio justo, como *Oxfam* y *Global Exchanged*, ya que sólo un porcentaje del café que compran es pagado a precios justos e incluso se han negado a comprar el café certificado en esta categoría. Cabe destacar que sus principales proveedores son los cafeticultores de Brasil, Colombia, Costa Rica, Kenya, Indonesia, México y Guatemala.

participación en el mercado, a través de los foros internacionales y los convenios multilaterales.”⁴¹

2.1.4 La Organización Internacional del Café

Dadas las circunstancias que predominaban en el mercado internacional de café, los países productores y no productores se vieron en la necesidad de integrar un organismo que regulara el mercado mundial y coordinara la relación entre países productores y compradores. Así se establece la Organización Internacional del Café, en 1962, dentro de un contexto de desarrollo del intercambio comercial de productos básicos, es decir, con el establecimiento de convenios internacionales para la regulación de mercados. La OIC se convirtió entonces en una institución intergubernamental, que aglutinaba tanto a productores como consumidores del grano con la finalidad de intercambiar puntos de vista y encontrar solución a los problemas relacionados con el mundo del café.

Sus objetivos en ese entonces estaban enfocados a equilibrar la oferta y la demanda del grano, reducir en lo posible los excedentes, fomentar el consumo del café, realizar investigaciones sobre el mismo, regular la oferta por medio de los Convenios Internacionales, así como administrar y vigilar el cumplimiento de dichos instrumentos.

La Organización evolucionó hasta convertirse en la autoridad más significativa en materia cafetalera. Los miembros que forman parte de este foro son: Angola, Austria, Bélgica/Luxemburgo, Bolivia, Brasil, Burundi, Colombia, Congo, Costa Rica, Cuba, Chipre, Dinamarca, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Finlandia, Francia, Alemania, Ghana, Grecia, Guatemala, Guinea, Haití, Honduras, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Kenia, Malawi, México, Holanda, Nicaragua, Nigeria, Noruega, Papua Nueva Guinea, Paraguay, Portugal, Ruanda, España, Suiza, Suecia, Tanzania, Tailandia, Uganda, Reino Unido, Venezuela, Vietnam, Zambia y Zimbabwe.

Su sede se encuentra en Londres y su estructura se conforma por órganos de gobierno. El primero es el Consejo Internacional del Café, que es la autoridad suprema de la Organización y está integrada por todos los miembros de la OIC. Le sigue la Junta Ejecutiva, que se compone de ocho miembros exportadores y ocho miembros

⁴¹ Silvia del Valle y Rebeca Salazar. “Los acuerdos sobre productos básicos: logros y restricciones. Los casos del café, cacao y azúcar.”. En Revista Problemas del Desarrollo. Seminario de Economía Agrícola del Tercer Mundo. IIE-UNAM. No. 47-48. Agosto-Enero. 1981-1982. p. 110

importadores, elegidos para cada año cafetalero; y, finalmente, el Director Ejecutivo, quien es el Jefe de los servicios administrativos de la Organización.

Sus objetivos hoy están dirigidos a:

- ❑ Alcanzar la mejor cooperación internacional respecto de las cuestiones cafetaleras mundiales;
- ❑ Proporcionar un foro para consultas, y cuando fuere apropiado negociaciones, intergubernamentales acerca de cuestiones cafeteras y de procedimientos encaminados a establecer un razonable equilibrio entre la oferta y la demanda mundiales de café, sobre bases que aseguren a los consumidores un adecuado abastecimiento de café a precios equitativos, y a los productores mercados para su café a precios remunerados, y que propicien un equilibrio a largo plazo entre la producción y el consumo;
- ❑ Facilitar la ampliación del comercio internacional del café mediante la recopilación, análisis y difusión de datos estadísticos y la publicación de precios indicativos y otros precios del mercado y acendrar así la transparencia de la economía cafetera mundial;
- ❑ Servir de centro para la recopilación, intercambio y publicación de información económica y técnica acerca del café;
- ❑ Promover estudios e informes sobre cuestiones cafeteras; y
- ❑ Alentar y acrecer el consumo del café.⁴²

Si bien la Organización ha fungido como una entidad reguladora del mercado, los cambios acontecidos en las directrices del mercado internacional de café han contribuido a que pierda tajantemente su capacidad de regulación e intervención en el mercado –no obstante que, desde el punto de vista político, no ha perdido su presencia y funcionalidad como organismo intergubernamental-. En este sentido, la OIC ha centrado su atención en el área de la cooperación internacional, el desarrollo de proyectos tendientes a regular la calidad del grano, así como contribuir al logro de la transparencia de la economía cafetalera mundial.

Así pues, la OIC se ha enfrentado a varios retos, entre los cuales podemos mencionar la lucha de intereses entre productores y consumidores y el contrabando. El primero hace

⁴² Organización Internacional del Café. *Estructura y objetivos*. En <http://www.ico.org>. Tomado de la Internet el día 12 de enero de 2002 a las 15: 30 hrs.

referencia a que siendo uno de sus objetivos, satisfacer tanto las necesidades de los exportadores como los importadores, tiene que afrontar que los intereses de cada uno de estos grupos son opuestos, puesto que mientras los consumidores se benefician cuando los precios se deprimen, los productores, tratan de obtener mejores retribuciones por la venta de su producto. El segundo, el contrabando, se deriva del hecho de que no todos los países consumidores de café son miembros de la OIC, de hecho el mercado cafetalero mundial se divide en dos: el de países miembros que están sujetos a cuotas y, el de países no miembros que no están sujetos a ellas (concretamente, casi todos los países ex-socialistas entran en esta segunda categoría).

Esta circunstancia ha sido uno de los problemas mayores de la Organización, ya que estos países compran café a precios inferiores a los asegurados por los Convenios, lo que ha propiciado el contrabando de café, dado que estos países compran a bajos precios para posteriormente ingresar a los mercados de los países miembros y obtener precios similares a los obtenidos por éstos. En principio, para tratar de evitar este contrabando, el café embarcado hacia los países no miembros, era registrado también, de manera que la OIC tenía control sobre todo el mercado del café. Sin embargo, cantidades cada día más importantes de café escapan al sistema de la OIC dado que el 12% de las importaciones son absorbidas por los países no miembros; ante esta situación la posible solución planteada por este organismo fue la de favorecer nuevas membresías (como la de Cuba)⁴³.

No obstante, esta Organización también tiene aspectos positivos. Entre ellos podemos exaltar el hecho de que es uno de los pocos foros de discusión de temas cafetaleros, encargado no solo de entablar negociaciones para incrementar los precios del grano, sino también de recolectar y distribuir información sobre las condiciones en que se encuentra la oferta y la demanda, sobre tecnología aplicable a los cafetales, control de plagas, desarrollo sustentable, así como sobre el tratamiento de los certificados de origen (reconocido como el único medio de transparentar el mercado del café). Otro aspecto que considero positivo, es la labor de la OIC para promover el consumo del café a través de material educativo, ferias y campañas de promoción, lo que trae consigo un ligero incremento en el consumo de café de calidad.

México es miembro de la Organización Internacional del Café desde su fundación, en 1962, y ha participado en sus programas por conducto de diversas instancias, como son

⁴³ María Cristina Renard. *Op. cit.* p. 43

el Instituto Mexicano del Café y actualmente por el Consejo Mexicano del Café. Aún cuando nuestro país carece de una política cafetalera definida y agresiva, en relación con la idea de mejorar las condiciones en que viven los cafecultores mexicanos, se beneficia de la membresía de la OIC; estos beneficios se derivan, en primer lugar, de que es el foro internacional en el que se tratan y debaten todos los asuntos intergubernamentales de importancia del aromático entre los productores y exportadores, así como los aspectos vinculados a los mercados y el equilibrio deseable entre los múltiples elementos de las complejas relaciones en el mundo del café.

En segundo término, porque es un organismo que canaliza créditos blandos y que recopila, estudia, analiza y difunde datos estadísticos, precios indicativos, cuestiones técnicas, económicas y sociales relacionadas con el café y otros indicadores conexos.⁴⁴ No obstante, las estrategias de nuestros negociadores son débiles en comparación con las de Brasil y Colombia, para quienes la cafecultura es parte importante de su economía, además de que muchas veces no reflejan las necesidades de las productores nacionales, de tal suerte que hubo ocasiones en que contribuyeron a tambalear el sistema de la OIC (situación que observaremos posteriormente).

2.2 Directrices del mercado internacional del café

El establecimiento de reglas para comercializar el café estuvo directamente influenciado por los precios. Durante los 17 años posteriores al final de la Segunda Guerra Mundial, el mercado vivió dos fases en la evolución de los precios; la primera, entre 1945 y 1954, caracterizada por un alza de éstos, y la segunda, entre 1954 y 1962, de un descenso impresionante de los costes. Los países productores de café se plantearon pues, la necesidad de asociarse para adquirir un mayor poder de negociación en el mercado internacional, el cual les permitiría defender sus intereses, teniendo en cuenta –en la mayoría de los casos- la estrecha dependencia de sus economías con relación a ese producto.

⁴⁴ Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación. SAGARPA. El café de México y la Organización Internacional del Café. En <http://www.sagar.gob.mx/Dgai/oic.htm>. Tomado la Internet el día 18 de febrero de 2002, a las 10.30 p.m.

Esta primera etapa, reconocida como **diplomacia cafetera**⁴⁵, motivó una serie de encuentros con relativos éxitos y fracasos, tales como el Congreso Internacional de Productores de Café Suave de Cartagena (1924), la Convención de Nueva York (1930), la Conferencia Internacional del Café (en 1931), la Primera Conferencia Panamericana del Café en Colombia (en 1936, que es el primer organismo regional sobre el comercio del aromático en el que los países productores mostraron una clara intención de estimular el consumo en Estados Unidos, así como la necesidad de estimular la cooperación mutua en aras de garantizar unas mínimas condiciones de estabilidad para su exportación cafetera) y la Segunda realizada en la Habana en 1937.

A esa etapa le sucedió otra conocida como la de los **Pactos Americanos**⁴⁶ (Convenio Interamericano del Café, pacto de caballeros entre entidades cafeteras de Brasil, Colombia y los países centroamericanos en 1954) donde se plantearon mecanismo de fijación de cuotas específicas para cada país, respecto a sus exportaciones a Estados Unidos, compromisos de precios mínimos de venta a los mercados internacionales y otras medidas. Sin embargo, en general dichos acuerdos resultaron poco efectivos debido al incumplimiento de los mismos por parte de los países más pequeños y a la influencia y control, en la mayoría de los casos, de los países consumidores, principalmente nuestro vecino del norte.

Así también, a raíz de las dificultades a las que se vieron enfrentados los países exportadores en 1971, dada la devaluación del dólar y el proceso de inflación que se estaba gestando y cuyas máximas repercusiones las tendrían en la década siguiente, algunos de esos países organizaron -a comienzos de 1972- el denominado Grupo de Bogotá, formado por Brasil, Colombia, Costa de Marfil y Portugal (50 % de la producción mundial de ese entonces)⁴⁷. Posteriormente se consolidó el Grupo de Ginebra, constituido tanto por los países miembros del Grupo de Bogotá, como por los principales productores de Centroamérica y África, lo que equivalía al 85% de la producción cafetalera mundial. La creación de un organismo comercial –la empresa Café Mundial que solo funcionó un año- y la fijación de cuotas de exportación diferentes de aquellas acordadas bajo el convenio, fueron mecanismos que tuvieron un relativo éxito, lo que contribuyó al alza de los precios internacionales en los años cafeteros 1971-72 y 1972-73; más tarde se aplicó

⁴⁵ Enrique Plazuelo Manso, *op. cit.* p. 107

⁴⁶ *Ibidem.*

⁴⁷ Enrique Plazuelo Manso. *Op. cit.* p. 107

un sistema de retención de café exportable, para impedir el exceso de disponibilidades potenciales en el mercado.

Así las cosas, en agosto de 1977, los presidentes de Colombia, México, Costa Rica, Venezuela, Panamá y Jamaica, firmaron en Bogotá una propuesta tendiente a estabilizar los precios del café; dicha propuesta incluía la formación de un fondo financiero y una reserva física de café para controlar los precios mínimos y máximos del grano, por lo que se inició un periodo de bonanza en el mercado internacional del café. En agosto de 1978, debido a un descenso de los precios internacionales y la inoperancia del convenio internacional vigente, se realizó un nuevo intento de asociación entre productores cuando los países productores latinoamericanos constituyeron un nuevo Grupo de Bogotá –formado por Brasil, Colombia, México, Guatemala, Costa Rica, El Salvador y Honduras, que conjuntamente representaban más del 55% de la producción y de las exportaciones mundiales.⁴⁸

Sus principales decisiones fueron: unificar propuestas ante las reuniones de la OIC, mantener la exigencia de un precio de referencia de 2 dólares con una banda de oscilación de 0.20 dólares, crear un fondo de apoyo de 140 millones de dólares que les permitiese operar en los mercados de futuros de Nueva York y Londres. Pretendían también desarrollar una actuación encaminada tanto a la elevación de los precios –como su intervención en bolsa- como a la regulación de la oferta, de manera que pudieran incidir en la depresión de los precios. En la praxis, este grupo no pudo pasar de ser, parcialmente, mero contrapeso a la tendencia generada por la recuperación de los niveles productivos y, sobre todo, por la actuación de las grandes transnacionales, quienes gracias a los niveles existentes en sus *stocks*, se permitían especular en unos mercados que iban recuperándose de los efectos de las subidas pasadas, mientras seguían utilizando el fantasma de la reducción del consumo y de la amenaza de sobreproducción.

En mayo de 1980, el Grupo de Bogotá creó la Sociedad *Pancaf * con la finalidad de intervenir efectivamente en los mercados de consumo, esto lo realizaban a través de la compra de café sobre los mercados de Nueva York y Londres, el cual almacenaban y vendían cuando los precios sub an⁴⁹. Asimismo, la Sociedad, estableció normas flexibles

⁴⁸ *Ibidem*.

⁴⁹ La PANCAFE llegó incluso a tener reservas suficientes para revertir la diferencia de precios tradicional entre granos robustas y arábigas. María Cristina Renard. La comercialización internacional del café. Universidad Autónoma de Chapingo. México. 1993. p. 51

para que los países pequeños pudiesen efectuar sus depósitos y conformó un fondo de 500 millones de dólares.⁵⁰

Sin embargo, esta sociedad apenas operó durante algunos meses y a comienzos de 1981 mientras aumentaba el excedente de producción, empezó a tener problemas para volver a vender lo que tenían almacenado, además de que los productores eran los compradores de su propio café, de manera que llegó el momento en que ya no tenían recursos para mantener los *stocks* más los intereses de sus deudas. A la par, los consumidores, particularmente EE.UU., atacaron fuertemente la organización, argumentando que de seguir existiendo, terminaría con la OIC y sus Convenios, dado que los países latinoamericanos podrían manipular los precios, situación que provocó que la *Pancafé* desapareciera.

Así las cosas, los resultados prácticos, tanto de los convenios firmados como la función de los organismos, son, hasta la fecha, muy controvertidos, ya que se puede afirmar que si bien dichos convenios contribuyeron a una mayor estabilidad de los precios internacionales, a corto plazo -en los niveles de producción, consumo y precios-, las dificultades con las que se han tropezado no se han sobrepasado y siguen siendo obstáculos importantes en el camino de la estabilización del Mercado Internacional del Café. En este sentido, tres fueron las características que restaron eficacia y credibilidad a los Convenios, dado que:

- ❑ Solo funcionaban cuando los precios bajaban, pues en tiempos de bonanza, los productores se negaban a intervenir.
- ❑ Se basaba en estructuras gubernamentales dentro de los países productores, lo que favoreció la corrupción y el enriquecimiento ilícito de funcionarios
- ❑ Las cuotas predefinidas no promovieron las mejoras de calidad y productividad, así como de diversificación de cultivos en los países productores, particularmente en aquellos en que la cafecultura es la fuente de divisas.⁵¹

Cabe señalar que si no se trabaja en puntos como la falta de consensos prácticos entre el gran número de países productores, la falta de obligatoriedad de algunas de las disposiciones de los convenios, el inadecuado sistema de reajuste monetario en las

⁵⁰ *Ibidem.*

⁵¹ Francisco Aguirre Saharrea, *op.cit.*

frangas de precios, las dificultades objetivas que surgen de los factores económicos -bajo crecimiento del consumo a escala mundial, exceso de oferta y/o su contrario-, así como la divergencia de intereses entre países consumidores y productores -que hacen que no sea posible lograr acuerdos significativos y operacionales-, la dinámica de este mercado no cambiará en un sentido positivo.

2.2.1 El esquema de comercio regulado

En los años recientes el mercado internacional del café ha pasado por dos situaciones distintas: un esquema de comercio regulado entre los países productores y consumidores y un esquema de libre comercio. El esquema de mercado controlado operó de 1962 a 1988, periodo que involucró varias crisis de sobreproducción de café y que son el marco de creación de la Organización Internacional del Café. “Es en 1957, cuando por primera vez se reúnen los productores latinoamericanos del café con el objetivo de reducir los montos de sus exportaciones en aproximadamente 20%, además de que se propone celebrar un encuentro en el que participasen tanto países productores, como los consumidores de manera que se pudiese encontrar una solución conjunta al movimiento tan dramático de los precios.”⁵²

Se crea entonces, un esquema en el que el mercado se controlaba mediante un conjunto de acuerdos establecidos en un Convenio Internacional del Café, mismos que contenían cláusulas económicas cuyo objetivo se centraba en mantener un equilibrio razonable entre la oferta y la demanda, sobre bases que garantizaran a los consumidores un adecuado abastecimiento de café a precios equitativos, al mismo tiempo que un mercado seguro para el grano a precios adecuados a los productores. Este objetivo se concretizó mediante la distribución de las exportaciones entre los países firmantes, por lo que en el texto de los acuerdos se señalaba una cuota por país, lográndose con ello que en el periodo de 1983 a 1989 los precios se mantuvieran en el nivel de 120-140 centavos de dólar por libra. En este sentido, la regulación internacional tenía todos los objetivos de un cártel: repartición del mercado y fijación no competitiva del precio.⁵³

⁵² Enrique Palazuelo Manso. *Op.cit.* p. 88

⁵³ Víctor Pérez-Grovas. La producción y comercialización de café en México. ¿Opción viable para los pequeños productores? . En <http://www.prodigyweb.net.mx/laboetie/cafemex.html>. Tomado de la Internet el día 15 de agosto de 2002 a las 20. 00 hrs.

El 3 de julio de 1989, se rompe con este esquema en el momento en que son rechazadas las cláusulas económicas de los acuerdos por parte de Estados Unidos –del lado de los importadores- y de México –de lado de los exportadores-, iniciándose con ello la operación del mercado mundial del café bajo un régimen de mercado libre. La razón que adujo Estados Unidos fue que en el mercado fuera de cuota, los productores colocaban café más barato hacia los países socialistas (recordemos que estaban en la etapa final de la guerra fría); por su parte, el gobierno de México consideraba que la cuota que tenía asignada era muy inferior a su nivel de producción y que nuestro café (clasificados en el grupo de “otros suaves”) tendría mayor demanda en el mercado internacional.

La consecuencia inmediata fue una exportación indiscriminada y desorganizada de las existencias de grano que poseían los países productores, lo que provocó una sobre-oferta del producto y una caída severa de los precios. De hecho los precios internacionales perdieron 40% de su valor entre junio y agosto de 1989 y siguieron bajando desde esa fecha hasta la mitad de 1994, en que se da una disminución de la cosecha en Colombia debido a la infestación de broca y una fuerte helada en las áreas productoras de Brasil, lo que provocó un movimiento del mercado hacia la alza.

Ante esta situación de descontrol, no hubo más remedio que reconocer que dichos convenios fueron realizados para tratar de eliminar la gran inestabilidad que siempre ha existido en los mercados mundiales del grano, inestabilidad debida al casi constante exceso de la oferta del grano con respecto a la demanda y a cambios bruscos en la producción del primer productor mundial, Brasil, provocados por factores climatológicos, por lo que en 1994 se pacta un nuevo Convenio Internacional, mismo que se renueva en 2001, dando con ello un halo de esperanza a los países productores.

2.2.2 Convenios Internacionales del Café

Tenemos pues, que los convenios son considerados como “la historia del mercado mundial del café y de la lucha de los países productores –principalmente Brasil-, por obtener un precio justo para su café a pesar de la sobreproducción siempre en aumento.”⁵⁴ Esta historia comienza en el año 1940, cuando se firma el **Acuerdo Interamericano del Café** entre EE.UU. y 14 países latinoamericanos. Con éste, se proveía una cuota de 15 mil sacos cuyo destino era Estados Unidos, además de que se

⁵⁴ María Cristina Renard. *Op.cit.* p.23

establecían cuotas máximas de exportación para cada país productor. Fue el primer acuerdo internacional sobre la temática cafetalera y el primer acuerdo entre países productores que incluía a un gran mercado.

Así, dentro de un contexto de grandes guerras y depresiones económicas, la dinámica del mercado se mantiene como una especie de la rueda de la fortuna, donde los precios oscilaban hacia un lado y otro, de tal manera que los productores comienzan a realizar gestiones orientadas a estabilizar las condiciones de comercialización del aromático.

El primer esfuerzo se ve cristalizado en México, en 1957, cuando se firma un acuerdo formal entre Brasil, Colombia, El Salvador, Costa Rica, Guatemala, México y Nicaragua sobre porcentajes de retención de la producción para la temporada. En él, Brasil mantendría su programa de apoyo al mercado y se responsabilizaría de verificar las reservas de los demás. Este **Acuerdo de México** no fue suficientemente fuerte para detener el declive de los precios frente a la presión de una producción creciente ya que, por ejemplo, Brasil mantendría una enorme cosecha de 21 millones de sacos al año siguiente.⁵⁵ En 1958 se firma el **Acuerdo Latinoamericano del Café** o **Acuerdo de Washington**, en el cual no participaban ni EE.UU. ni África; éste fue básicamente una extensión de los Acuerdos de México y ni siquiera sirvió para frenar la caída de los precios, de hecho en el caso de los precios de la variedad robusta cayeron aún más, lo que hizo evidente la necesidad de tomar en cuenta a los países africanos para alcanzar algo de éxito.

Las negociaciones prosiguieron y se firmó un nuevo **Acuerdo Internacional del Café** en Washington, durante 1959, cuyos signatarios representaban el 85% de los exportadores de café, con Francia, Portugal, Reino Unido y Bélgica incluidos como representantes de sus colonias africanas. Este acuerdo establecía cuotas anuales de exportación (aún cuando no regularizaba la producción) y se caracterizó por desarrollarse entre 1960 y 1961, periodo durante el cual se dan una serie de movimientos de independencia en África, lo que provocó que las ahora ex-colonias francesas se adhiriesen al Convenio, abarcando entonces 28 países productores, 94% del total.

⁵⁵ Un factor esencial para la historia de los acuerdos internacionales fue el cambio de actitud política de EE.UU., ya que se habían opuesto siempre a cualquier acuerdo que limitara el libre comercio, pero debido a consideraciones de orden político modifica esta posición cuando el Departamento de Estado promueve la negociación entre productores y forma el grupo de estudio internacional -que incluía tanto a productores como consumidores- con el objetivo de crear un acuerdo mundial que solucionase los problemas del café. La motivación principal de esta acción era, el temor que dificultades económicas derivasen en revoluciones políticas de naturaleza indeseable en América. *Ibidem*. p. 28

El año de 1962 fue crucial para el mercado del café, puesto que se firma el primer **Convenio Internacional del Café** luego de reconocer la importancia excepcional de este producto en la economía de los países productores, al mismo tiempo que se aseguraba la colaboración internacional, la cual permitiría estimular la diversificación económica y el desarrollo de estos países.

Este momento coincide con la famosa política estadounidense denominada “Alianza para el Progreso”, con la cual el gobierno norteamericano vuelve a dar un giro en su política hacia los productores de materias primas, concretamente en América Latina. Así, cuando se firma el Convenio Internacional del Café de 1962, ingresa con el estatus de importador y promueve la participación de otras naciones, concretándose con ello la participación de 39 países, 26 exportadores y 13 importadores. En ese mismo año, el acuerdo originalmente limitado al café verde se amplió a las exportaciones de café semi tostado y tostado.

Este primer convenio tenía como objetivos estabilizar los precios del café en el mercado mundial luego de que en años anteriores habían caído drásticamente, a la vez que pretendía articular una política de asignación de metas de producción para cada país (los denominados Planes cafetaleros Nacionales) y de fomento de la diversificación productiva de la estructura agraria, a través del 1% de sus ingresos de exportación⁵⁶, a lo que se añadirían equilibrar la oferta y la demanda, reducir los excedentes, fomentar el consumo del café, realizar investigaciones sobre el café, etc., e incentivar las ayudas voluntarias de los países consumidores.

Tras la firma de este Convenio, los precios experimentaron una mejora. Sin embargo, los incrementos de producción de diversos países latinoamericanos y africanos, junto con la reducción inicial de la demanda de consumo norteamericana y la actuación interesada de las empresas trasnacionales, provocaron una nueva tendencia a la baja en los precios del grano. “Todo el peso de este acuerdo recayó sobre los hombros de los países productores -como en el caso del petróleo-, ya que se vendía mucho pero a bajos precios o se obtenía buenos precios pero a costa de retener parte de la producción lo cual lleva a otro tipo de gastos (almacenaje y gastos financieros).”⁵⁷

Esta situación, contribuyó a la firma del segundo **Convenio** como una especie de renovación del anterior. En él se estableció la regulación de exportaciones para cada país,

⁵⁶ Enrique Palazuelo Manso. *Op.cit.* p. 90

⁵⁷ *Ibidem.* p. 30

es decir, contenía un sistema de cuotas básicas mediante las cuales los países productores limitaban sus exportaciones de café -con la finalidad de mantener los precios internacionales del grano-. Con esta medida se contribuyó al mejoramiento de las economías de los países productores y al desarrollo del comercio internacional del café.

“No obstante, cuando en 1971 se daría una nueva renovación de este convenio, bajo la premisa de que era necesario reajustar los precios de modo que los ingresos de los productores quedasen compensados por la devaluación del dólar, Estados Unidos da una rotunda respuesta negativa que culmina en la ruptura de las negociaciones.”⁵⁸ Pese a esto, poco antes de este acontecimiento, se logra un consenso: mantener el Convenio de 1968 pero con sensibles supresiones –entre ellas las cuotas de exportación, el mecanismo de fijación de precios, los ajustes entre las importaciones y exportaciones, etc.-

Una vez negociadas las nuevas reglas y reanudadas las relaciones entre las dos partes participantes, en diciembre de 1975 se firma el tercer **Convenio Internacional del Café**, que entraría en vigor un año después.⁵⁹ “El acuerdo de 1976 contemplaba aspectos como su vigencia –establecida hasta 1982-, además de que tenía como objetivo primordial equilibrar la oferta y la demanda; establecía un sistema de cuotas tomando en cuenta la tradición exportadora de los países ya que permitía las exportaciones fuera de cuota cuando el precio se elevase por encima de lo acordado e introducía éstas si los precios bajaban; asimismo, establecía un certificado de origen del grano y fomentaba la

⁵⁸ Víctor Pérez-Grovas, *op. cit.*

⁵⁹ Durante este período, se inician también la Conferencia sobre Cooperación Económica Internacional, llamada Diálogo Norte-Sur, celebrada en París de 1975 a 1977 en la cual se acordó iniciar las discusiones sobre un programa integrado de productos básicos, mismo que se cristalizó en 1976 con el apoyo del Grupo de los 77. Este programa tenía dos elementos fundamentales: en primer lugar contemplaba la estabilización del comercio de productos básicos a través de convenios entre productores y consumidores y, en segundo lugar, la negociación de un fondo común para el financiamiento de reservas regulatorias y de otras medidas relacionadas específicamente con los convenios respectivos. Sus objetivos eran: sostener y aumentar los ingresos reales provenientes de la exportación de los países en desarrollo; mejorar el acceso al mercado de los productos primarios y de los derivados de éstos; diversificar la producción de los países en desarrollo, incluida la de alimentos, y aumentar la elaboración de productos primarios a fin de promover su industrialización y acrecentar sus ingresos de exportación. Así también, buscaba mejorar los sistemas de comercialización, distribución y transporte de las exportaciones de productos básicos de los países en desarrollo. En cuanto al establecimiento del Fondo Común para productos básicos, este serviría, en teoría, como organismo de financiamiento y coordinación de los convenios internacionales sobre productos básicos. Se manejaría a través de dos ventanillas, una para el financiamiento de reservas internacionales de estabilización y la otra para ayudar al financiamiento de actividades de comercialización e investigación. El programa incluía 18 productos, entre ellos el café, el azúcar, el cacao, algodón y algunos minerales. *Cfr.* Silvia del Valle y Rebeca Salazar. *Op. Cit.* p. 113-116

promoción del consumo por parte de los países productores hacia los países consumidores.⁶⁰

Igualmente, los países productores demandaban el establecimiento de un fondo mundial regulador con capacidad de retirar excedentes del mercado en momentos de grandes cosechas y de introducirlo adecuadamente en situaciones deficitarias, lo que contribuiría a mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda y una estabilidad en los precios, a través de bandas de fluctuación de precios. Pese a esto, el sistema de cuotas no se puso en práctica.⁶¹ “Es entonces en 1978, cuando un grupo de países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador y Guatemala) junto con México, acordaron la suspensión de exportaciones en demanda de un precio de referencia de 2 dólares, al mismo tiempo que traían a discusión –nuevamente- la constitución de un Fondo Mundial de Estabilización.”⁶²

Dos años mas tarde, en 1980, se decide prorrogar la vigencia del acuerdo de 1976 hasta septiembre de 1983; durante este periodo, el Consejo Internacional del Café estableció una cuota global de exportación de 56 millones de sacos, así como un mecanismo de ajuste de cuotas en función de los precios, cuyo objetivo estaba orientado a mantener las cotizaciones dentro de una franja comprendida entre 1.20 a 1.40 dólares por libra.

Para este año cafetero, se estableció una cuota global de 66.2 millones de sacos, resultando insuficiente a causa de los problemas de calidad de la cosecha brasileña, la insuficiente cantidad de café procedente de África occidental y a la sequía que había azotado a la región. “Cuando finalmente se concreta el acuerdo de 1983, se fija una cuota anual 61 millones de sacos determinados en una franja de precios de 1.20 y 1.40 dólares como mínimo y máximo, respectivamente.”⁶³

⁶⁰ Aurora Cristina Martínez Morales. *El proceso cafetalero mexicano*. *Op.cit.* p. p. 179

⁶¹ De hecho el Convenio de 1976 estableció diferentes tipos de cuotas: la cuota base, que es la cantidad básica de sacos que todo miembro puede exportar, tomando en cuenta sus niveles pasados de exportación, la cuota anual, que es la cuota real asignada a cada exportador en vista de los movimientos de precios, se divide en fija –que no es menor al 70% de la cuota anual global y está determinada sobre la base de las exportaciones anteriores de cada país- y variable –que consiste hasta el 30% de la cuota anual global, distribuida entre los exportadores en proporción de sus reservas de café-. María Cristina Renard, *op. cit.* p. 37

⁶² Es durante esta década de los años setenta se vuelve a dar una especie de rueda de la fortuna en los precios, ya que descienden en 1977, se recuperaron durante el 79 ante la expectativa de posibles heladas brasileñas y posteriormente volvieron a bajar entre 1980-81 colocándose como las cuotas mas bajas del último quinquenio. Enrique Palazuelo Manso. *Op. cit.* p.103

⁶³ *Ibidem*

Con este acuerdo se termina una fase de comercio regulado y se inicia un periodo dramático para los países productores, ya que gracias a una serie de factores políticos, económicos y estructurales y a los cambios producidos en el mercado internacional del café, se desencadenó una gran crisis que ha mantenido desde entonces en una situación de pobreza a miles de pequeños productores y recolectores.

2.2.3 El esquema de libre comercio.

Como anteriormente había planteado, el mercado internacional del café ha pasado por dos etapas, una de comercio regulado y otra de libre comercio. Esta última se inicia en el año de 1989. Los grandes cambios en el ámbito internacional, fin de la guerra fría, triunfo del capitalismo sobre el socialismo, el fin de un sistema bipolar en el sentido económico, la reaparición de la globalización y los regionalismos, etc., traen consigo una serie de cambios al interior de los diferentes países y de las estructuras de los diferentes mercados. El mercado internacional del café no fue la excepción.

Llegando al año de 1989, cuando termina la vigencia del convenio de 1983, el mercado del café entra en la dinámica de la liberalización suspendiendo las cláusulas económicas que normaban el movimiento internacional del grano. Esta ruptura en los esquemas de comercialización del café tuvo un impacto diferente sobre el incremento de las exportaciones de los países productores y sobre el tipo de mercado. De esta forma, “el grupo clasificado como *suaves colombianos*, fue el que más avanzó en sus exportaciones en esta fase de mercado libre, registrando un incremento de 44.27%; el grupo de *otros suaves* (dentro del cual se ubica el grano mexicano), registró un crecimiento de 36.81%, seguido por los *arábigos no lavados* con 13.6% y, por último, los *robustas*, con 4.38%”⁶⁴

Otra de las consecuencias del abandono de las cláusulas económicas, fue la privatización del comercio internacional de café (mayoritariamente) en los países productores, donde el sistema de cuotas exigía que los gobiernos contaran con oficinas de comercialización y fondos de estabilización que administraran los registros, permisos y cuotas de exportación, así como políticas de control y apoyo a la cafecultura, de tal manera que todas las instancias creadas con estos propósitos pierden su razón de ser en condiciones de libre mercado y, a la fecha, prácticamente han desaparecido como interlocutoras importantes en el comercio mundial de café.

⁶⁴ Francisco Aguirre Saharrea, *op. cit.*

Dada esta situación, los sistemas de comercialización del grano se dividieron en libres y controlados –o cerrados-, de tal manera que “en los sistemas libres se incluyó el mercado libre, en el que los precios al productor reflejan los valores de exportación. El sector privado (productores, cooperativas, beneficiadoras y comerciantes) era el encargado de la comercialización por acopio y de la exportación....; de la misma manera, en los sistemas de mercado libre la función de las autoridades competentes, juntas de control, juntas de comercialización y asociaciones e institutos de productores paraestatales era vigilar y coordinar la industria. También podían proporcionar canales neutrales de ventas tales como subastas o licitaciones. Tales juntas pueden vender el café, pero lo hacen como agentes, mientras que el productor conserva la propiedad hasta el momento de la venta. Por el contrario, en los sistemas cerrados existen juntas de comercialización que ofrecen precios fijos al productor y que son compradoras y exportadoras monopolistas. En ellos, se suele establecer *caisses de stabilisation* (fondos de estabilización o igualación) que fijan los precios mínimos garantizados en planeación y regulan los precios de las exportaciones, aunque no necesariamente compran, venden o exportan café.”⁶⁵

En 1993 se emprenden las negociaciones de un nuevo Convenio, mismo que se creía que detendría la crisis que se estaba desarrollando. No obstante, otros factores incidieron y fomentaron que la situación no cambiará. De tal manera que en el 2001, con la firma de un nuevo Convenio Internacional sobre el café, se optó por regresar a las cláusulas económicas que regularizaron el mercado durante la década de los ochenta.

2.2.4 El inicio de una crisis.

Como ya he analizado en los apartados anteriores, aunado a los factores económicos de desregulación, tenemos que los factores inherentes a las condiciones del comercio agrícola han sido una fuente fundamental de desestabilización de este tipo de mercados. Los excedentes de la oferta y la poca demanda, así como los precios contribuyen, en este caso, a la desestabilización del mercado internacional del café.

No obstante que el gran número de productores y exportadores de café podrían significar una causa de la sobreproducción, el elemento central de este problema fue el descubrimiento de la variedad robusta, una especie de café de baja calidad pero cuyos

⁶⁵ Centro de Comercio Internacional. Manual de productos básicos: Café guía del exportador. CCI-UNCTAD-ONU. Ginebra. 1996. pp. 54-56

costos de producción resultan menores en comparación con los de la variedad arábica. “El Banco Mundial le apostó a la robusta y comenzó a concederle a Vietnam una cantidad considerable de préstamos flexibles sin considerar la capacidad de absorción del mercado”⁶⁶, lo que derivó en la fortaleza de éste como productor y la inundación de café robusta en el mercado. De la misma manera, la eficiencia en las cosechas y plantaciones de otros productores fomentaron también que se incrementara la oferta. Tenemos, por ejemplo, que el declive del precio mundial del café hoy por hoy es el resultado, en parte, de la eficiencia productiva de Brasil y Vietnam, situación que se traduce en millones de campesinos sumergidos en la pobreza.

De acuerdo con un informe del Banco Mundial, “hay entre 20 y 25 millones de campesinos que cultivan café en países en desarrollo. A raíz de la caída del precio del grano, sus ingresos se han hundido al punto que en muchos casos han entrado en extrema pobreza”⁶⁷. Se habla pues, que de los casi 55.000 millones de dólares que cada año genera el comercio del café, según fuentes oficiales, solamente un 15%, es decir, 8,000 millones de dólares llega a manos de los productores. Por su parte, Oxfam Internacional estima que los productores sólo reciben el 7% de lo que paga el consumidor final,⁶⁸ que es muchas veces menos de un dólar.⁶⁹

Al problema de la sobreproducción se suman los cambios en la naturaleza y estructura del mercado, así como las modificaciones en el gusto de los consumidores, muchos de los cuales desean café “de sabores” (vainilla, moka, almendras o canela). Agravando esta situación, tenemos a los cambios tecnológicos y en los patrones de consumo, que han fortalecido la posición de los países industrializados ya que su participación en la exportación o reexportación hacia otros mercados de cafés tostados y cafés solubles

⁶⁶ Marcelo Betancourt. “Café con aroma de crisis”. Reportaje. En <http://elfaro.net/antiores/2001/secciones/semanal.asp>, tomado de la Internet, el día 30 de agosto de 2003, a las 15.30 hrs.

⁶⁷ AFP. “Se ahogan en pobreza los productores de café: BM”. *La Jornada*, Sección Economía. 12 de marzo de 2004.

⁶⁸ Enildo Iglesias. “El increíble poder del café”. En *la Insignia*. Economía. 7 de junio de 2001.

⁶⁹ El papel de las transnacionales también ha influido en el desarrollo y la persistencia de la crisis. Mientras la producción y el índice de precios se mantuvieron estables bajo las normas de la OIC y del apoyo de EE.UU. a través de una política comercial vía cuotas de importación y la restricción a la producción, el precio de la libra de café llegó a superar los 2,40 dólares en Colombia, por ejemplo. Sin embargo, roto este pacto mundial en 1989 y al retirarse EE.UU. de la Organización, se dio un último empujón a la libre explotación de los cultivos en Asia, situación que provocó el inundamiento del mercado con café de mala calidad, lo que derivó en la reducción de precios en más del 50% y una sobreoferta que superó por mucho la demanda de los consumidores. La respuesta de las transnacionales ante la caída de precios en el mercado internacional fue la del consentimiento a la sobreoferta de producción indiscriminada. Oscar Gutiérrez. “La crisis del café y el comercio sostenible”. *La insignia*. Economía. 19 de febrero del 2003.

desplaza las exportaciones de los países productores. Así también, otra de las razones de la crisis es la creciente concentración de la producción en solamente tres países: Brasil, Vietnam y, en menor medida, Colombia y el incumplimiento de los planes de retención de muchos países asiáticos.

Así, en América Latina, la crisis ha traído consigo amargas consecuencias. En Colombia y Perú muchos productores optaron por narcotizar sus cosechas, es decir, dejaron de cultivar café y comenzaron a plantar coca o amapola. De acuerdo con el informe del Banco Mundial, en El Salvador miles de campesinos comenzaron a trabajar en maquiladoras. En Nicaragua la pobreza aumentó 2.4 por ciento para quienes están conectados a la industria del café, mientras decrecía 15 por ciento para el resto de la población. No obstante, me gustaría centrarme en la sobreproducción, particularmente después de la aparición de Vietnam como nuevo –y mas reciente- productor de café a escala mundial.

2.2.5 Los nuevos productores

De acuerdo con los datos históricos, la planta del café fue diseminada desde África y Medio Oriente, no obstante, los principales productores no pertenecen a ninguna de estas regiones geográficas. Entre las sorpresas a considerar, por la dinámica en términos de montos de producción, encontramos a los países del sudeste asiático. Vietnam, por ejemplo, primero desbancó a México del cuarto lugar en el *top ten* de los productores de café, para súbitamente posesionarse del segundo lugar, en el cual figuraba Colombia; mostrando un crecimiento de 400%, en tan sólo 20 años ha pasado de producir 5,000 a 800, 000 toneladas de café, situación que derivó en el ascenso dentro de la tabla de productores.

“Vietnam produce muchísimo, pero la mayoría es café robusta de baja calidad; el tipo arábica atrae precios más altos, pero la tierra de este país no es apta para la producción de arábica puro.”⁷⁰ No obstante, la ventaja de cosechar la variedad robusta es su alta resistencia a las plagas y la preferencia de las empresas transnacionales por este tipo de

⁷⁰ Owen Bennett Jones. “Vietnam: el Nuevo protagonista”. *BBC mundial*. En [http: www.bbc.com](http://www.bbc.com). Tomado de la Internet, el día 2 de diciembre de 2003, a las 20.35 hrs.

café, ya que con base en este grano se produce el café soluble.⁷¹ Vietnam también vende su café al mundo a los precios más bajos, lo que ha determinado que otros países productores de café lo acusen de ser uno de los factores de depresión de los precios internacionales del café. Lo mismo ha contribuido a la sobreproducción, por el incremento tan acelerado de sus niveles de producción -que ya he mencionado-.

No obstante, el gobierno vietnamita ha contribuido al agravamiento del problema, ya que durante años, ha alentado a los pobladores a emigrar del norte al centro y a las tierras altas del país, lugares propicios para el cultivo del café. “En 1994, los precios del café llegaron a su punto más alto y al año siguiente el café era el segundo rubro de ingresos por exportaciones de Vietnam. La promoción realizada por el gobierno del cultivo de café parecía estar funcionando, por lo que convocó a duplicar el área de plantaciones de café.”⁷² Hay quienes argumentan que la guerra con Estados Unidos fue también un factor importante para que Vietnam se convirtiera en un gran productor. El *agente naranja*⁷³, producto químico derramado en las selvas vietnamitas para destruir la vegetación y quitarles su escondite a la guerrilla, resultó ser uno de los abonos más efectivos para las posteriores plantaciones de café.

De esta manera, antes de 1975 Vietnam producía 1 millón de sacos en 13, 000 hectáreas; en el 2000, produjo 14 millones de sacos en 420, 000⁷⁴ hectáreas y más de 400,000 personas terminaron cultivando café (hoy son cerca de 4 a 5 millones empleos relacionados con el cultivo del grano). La cosecha obtenida prácticamente es exportada en su totalidad y solamente un 4% de la producción se destina al consumo interno. Sus principales mercados de exportación son Alemania y Estados Unidos.

Aún cuando Vietnam ha sido un factor de desestabilización de los precios, esto no la deja exenta de que los miles de cultivadores de café estén en riesgo de perder su fuente de

⁷¹ Las nuevas tostadoras han desarrollado procesos para remover el sabor amargo de los granos más baratos. Éstos avances tecnológicos han hecho viable la sustitución de arábicas medianas costosas por robustas como las cultivadas en Vietnam y arábicas naturales de Brasil, que son más baratas, manteniendo la calidad. Brink Lindsey. “Entendiendo la “crisis cafetalera”: ¿existe razón para quejarse”. Instituto CATO. 6 de mayo de 2003. En <http://www.elcato.org>, tomado de la Internet, el día 8 de diciembre de 2003 a las 14.15 hrs.

⁷² Chris Lang. “Vietnam: impactos sociales y ambientales de la producción de café para exportación.” Boletín No. 46 del Movimiento Mundial por los Bosques tropicales. WRM. Mayo de 2001. En <http://www.wrm.org>, tomado de la Internet, el día 25 de marzo de 2003 a las 18.45 hrs.

⁷³ Jorge E. Pererira. “Dos caras del negocio del café.” Mercadeo.com. En http://www.mercadeo.com/41_café_2caras.htm. Tomado de la Internet, el día 4 de marzo de 2003, a las 18.55 hrs.

⁷⁴ Cfr. Marcelo Betancourt. *op.cit.*

sustento, por lo que el gobierno ha tenido que implementar medidas en aras de remediar la situación tanto nacional como internacional, de esta manera, ha intervenido a través de subsidios a las exportaciones y de las suspensiones de café, para mejorar el precio cuando está demasiado bajo.

Cuadro 5. El café de Vietnam en cifras

Concepto	Cosecha 95 96	Cosecha 96 97	Cosecha 97 98	Cosecha 98 99	Cosecha 99 00	Cosecha 00 01	Cosecha 01 02
Existencia Inicial	188	242	283	500	1033	260	176
Producción	3937	5750	7000	7500	11010	13333	12500
Importación	33	0	0	0	0	0	0
Total Disponible	4158	5992	7283	8000	12043	13593	12676
Consumo Nacional	250	287	283	300	350	417	580
Exportación	3900	5422	6500	6667	11433	13000	11500
Existencia Final	8	283	500	1033	260	176	596

Fuente: USDA 2001

Así las cosas, aún cuando Vietnam sirvió como detonador de la crisis, las expectativas que se han planteado son las de un decrecimiento en la producción de café de este país, de hecho entre las últimas cifras que se tiene de su producción tenemos que en 2001, ésta fue de 12.3 millones de sacos y en 2002, de 8.7 millones de sacos⁷⁵; ante esta situación, el panorama se ve alentador en cuanto a la reducción de la oferta, sólo restaría observar si el comportamiento de los precios también cambia su dinámica.

2.2.6 Medidas para solventar la crisis

En la reunión de la OIC realizada en Londres del 2001, se discutieron entre los países participantes posibles soluciones que no remedian de fondo los problemas, sino más bien,

⁷⁵ Brink Lindsey. *Op.cit.*

de manera muy superficial. Estas propuestas de solución son tres: “el mantenimiento de la retención –se mencionó el 20%- de las exportaciones, la eliminación del mercado del café de mala calidad –medida que eliminaría aproximadamente 5% de la producción de cada país- y, un sistema de cuotas como el que existió en los años ochenta.”⁷⁶

El plan de retención ha tenido un mediano éxito. En primer lugar, un paso importante fue la adhesión de Vietnam a éste; en segundo, después de valorado en 2001, se observó que las reservas de café dejaron de aumentar y empezaron a disminuir, por lo que para ese año se elevaron a 16, 5 millones de sacos y los precios se estabilizaron. De la misma manera, la destrucción del café de mala calidad ha tenido una respuesta positiva por parte de muchos países, particularmente los latinoamericanos y los asiáticos.

Sin embargo, preocupada por la crisis, la Asociación de Países Productores de Café⁷⁷ (APPC) se reunió ese mismo año y propuso como solución, realizar una especie de filtro y desviar 5% de sus cultivos hacia usos alternativos, así como fomentar las entregas de granos de calidad únicamente ⁷⁸ (dado que, las soluciones planteadas por la OIC eran repetitivas y pocas veces cumplidas por la falta de obligatoriedad con que eran establecidas).⁷⁹

Ahora bien, no sólo los sectores gubernamentales discutían sobre el futuro que debía seguir el mercado internacional del café. Las organizaciones no gubernamentales (ONG's) también contribuyeron con propuestas de bienestar social, más cercanas al bienestar al pequeño y mediano productores de café, quienes finalmente eran los más

⁷⁶ Enildo Iglesias. *Op. Cit.*

⁷⁷ La Asociación de Países Productores de Café se formó poco después de que fracasó la negociación de un nuevo Convenio, con sus respectivas nuevas cláusulas económicas, por lo que los países centroamericanos, junto con Brasil y Colombia, entablaron pláticas con miras a encontrar una opción que permitiera elevar los precios internacionales, de tal manera que en julio de 1993 constituyen la APPC. En agosto siguiente, los 21 miembros de la Organización Interamericana del Café decidieron apoyar este esquema, que a partir del primero de octubre de ese año, entró en vigor. Su principal objetivo era el sostenimiento de los precios, limitando las exportaciones. México decidió no participar en esta asociación argumentando que no estaba de acuerdo en formar un “cartel” de productores, similar a la OPEP, pues esto violaría los principios del GATT; además de que existe una cláusula en el TLCAN que compromete a México a no tomar medidas que restrinjan sus exportaciones de café a Estados Unidos, destino del 90% de nuestras exportaciones. Francisco Aguirre Saharrea, *op. cit.*

⁷⁸ Marcelo Betancourt. *op. Cit*

⁷⁹ No obstante, también apoyaba un plan de retención del 20% de las exportaciones totales de cada país, mismo que fracasó luego de que el gobierno vietnamita libero las reservas que en un primer momento había retenido para estabilizar los precios, lo que derivó en un incremento de 10% de la sobreoferta global y la suspensión del plan de retención de la ACPC, mismo que dejó de funcionar en 2001. *Cfr.* Gerard Greenfield. “Vietnam y la crisis global del café: motines locales en un contexto global”. Taller de Acción Social para alternativas en Asia. 2001.

afectados por la crisis. Esta alternativa se encuentra en lo que han venido promocionando bajo la denominación de comercio sostenible, ya que si la producción de los países ha crecido más rápido que la demanda de los consumidores, es porque su cultivo ha apostado por la lógica aportación de las nuevas tecnologías, a la vez que ha pasado por encima del medio ambiente, por lo tanto, esta primera denominación era propuesta con fines de preservación ambiental.

Este café sostenible ofrece un hábitat para la vida silvestre y reduce el impacto del medio ambiente, “es una apuesta por la cafecultura orgánica diversificada, un café de calidad asociado al desarrollo sostenible y al comercio justo al margen de intermediarios, que mejore el precio que se paga a los agricultores y reduzca la oferta con una nueva reestructuración del campo.”⁸⁰ Claro que, se debe lidiar primero con la falta de liquidez de los agricultores y las trabas a la exportación de la agricultura latinoamericana, en particular.

Una segunda alternativa, el comercio justo, es impulsada en favor de los ingresos de los productores cafetaleros, puesto que se obliga a tostadoras y comercializadoras a vender café cosechado bajo condiciones específicas y comprado a precios inflados. “Además, la Asociación del Café Especializado en Norteamérica (SCAA, por sus siglas en inglés) y los intereses de productores en Colombia, México y Centroamérica, están promoviendo la introducción de una legislación en el Congreso estadounidense que impondría nuevos estándares de calidad –así, el café que no cumpla con esos estándares tendría que ser etiquetado como “producto secundario del café”.⁸¹

Sin embargo, las soluciones propuestas no son suficientes para paliar la crisis tan dramática que viven los cafetaleros en todo el mundo, por lo que era importante atacar el problema tanto en el ámbito internacional como en el nacional. Las soluciones a escala nacional, dependen del país productor y la estructura cafetalera con la que cuenta. Un ejemplo de ello, es la respuesta de la Asociación Nacional de Café de Guatemala (Anacafé), la cual en aras de defender los ingresos de sus afiliados, inició una fuerte campaña publicitaria con el objetivo de triplicar el consumo interno de café de alta calidad en un plazo de tres a cuatro años, comenzando en 2001.

Así también, Ricardo Espiati del Consejo Salvadoreño del Café, afirmó que “si cada país incentivara a consumir su propio café, podría contribuir a paliar los problemas de la

⁸⁰ Oscar Gutierrez. *op. cit.*

⁸¹ Brink Lindsey. *op.cit.*

sobreproducción.”⁸² No obstante, el éxito de este tipo de campaña reside en factores como el poder adquisitivo de la población, elemento que en algunas ocasiones no es tomado en consideración. Podemos observar entonces que hubo diversas propuestas, cada una con enfoques distintos pero encaminadas hacia un solo objetivo: mejorar las condiciones del mercado internacional del café y de quienes participan en él.

2.2.7. El Convenio Internacional del Café de 1994

Como he planteado en los anteriores apartados, el regreso a los convenios que regulasen el comercio del café fue una de las primeras estrategias para re-direccionar el rumbo del mercado del aromático. En 1993 comienzan las negociaciones para la elaboración de un nuevo acuerdo, mismo que se firma en 1994, estableciendo los siguientes parámetros:

- ❑ Alcanzar la mejor cooperación internacional respecto de las cuestiones cafetaleras mundiales.
- ❑ Proporcionar un foro para consultas, y cuando fuese apropiado para las negociaciones, intergubernamentales acerca de cuestiones cafetaleras y procedimientos encaminados a establecer un razonable equilibrio entre la oferta y la demanda mundiales de café, sobre bases que aseguren a los consumidores un adecuado abastecimiento de café a precios equitativos y a los productores mercado para su café a precios remunerados y que propicien un equilibrio a largo plazo entre la producción y el consumo.
- ❑ Facilitar la ampliación del comercio internacional del café mediante la recopilación análisis y difusión de datos estadísticos y la publicación de precios indicativos y otros precios del mercado y asentar así la transparencia de la economía cafetalera mundial.
- ❑ Servir de centro para la recopilación intercambio y publicación de información económica y técnica acerca del café
- ❑ Promover estudios e informes sobre cuestiones cafetaleras y
- ❑ Alentar y acrecer el consumo del café.⁸³

⁸² Marcelo Betancourt. *op. Cit*

⁸³ Organización Internacional del Café. Convenio Internacional del Café. OIC. Londres. 1994. pp.2

Durante las negociaciones se reiteró la importancia de diversos temas: como el reconocimiento de la importancia excepcional del café para la economía de muchos países y, por ende, su dependencia hacia este producto para obtener divisas y continuar así sus programas de desarrollo económico y social; la necesidad de fomentar el desarrollo de los recursos productivos y el aumento y mantenimiento de los niveles de empleo e ingresos en el sector cafetero de los países miembros, lo que permitiría alcanzar salarios justos, un nivel de vida más elevado y mejores condiciones de trabajo.⁸⁴

Consideraron además, que una estrecha cooperación internacional en materia de comercio de café fomentará la diversificación económica y el desarrollo de los países productores de café y contribuiría a mejorar las relaciones políticas y económicas entre países exportadores e importadores de café y a aumentar el consumo de café. También tomaron en consideración la relación que existe entre la estabilidad del comercio cafetalero y la estabilidad de los mercados de productos manufacturados.

Asimismo, la posición de los productores enfatizaba la prioridad a la distribución de una cuota global entre los miembros, y la necesidad de dividir al mercado en cuatro grupos distintos, a saber: suaves colombianos, otros suaves, arábicas brasileños y otros arábicas y robustas, clasificación que permanece en la actualidad. Los consumidores, en contraste, pugnaban por medidas encaminadas a establecer un equilibrio entre la oferta y la demanda. El resultado de estas negociaciones fue “un Convenio de carácter administrativo que no fungió como mecanismo de estabilización directa de los precios como se consideró en el pasado, sino que tuvo como principal objetivo funcionar como un instrumento que permitiera enfocar las relaciones políticas entre los miembros a la esfera de la cooperación internacional en aras de alcanzar objetivos comunes. Estableció pues un sistema de precios indicativos y compuesto diario, así como los certificados de origen”⁸⁵ (como una forma de otorgarle valor agregado al aromático)

En 2001, se vuelve a firmar un nuevo convenio sobre el grano, sin embargo, en mi opinión, todo lo establecido en este convenio es demasiado repetitivo, es uno de los discursos más reiterados pero medianamente alcanzados dentro del mundo del café –donde lo más “novedoso” es el manejo dado a los certificados de origen-. El resultado no ha sido favorable, los pequeños y medianos productores no han logrado alcanzar un

⁸⁴ Cfr. *Ibidem*.

⁸⁵ Cfr. Secretaría de Relaciones Exteriores. Notas sobre el Convenio Internacional del Café. Dirección General de Relaciones Económicas Multilaterales y con Europa, Asia y África. Mexico. 1995. p.3-4

nivel de vida decoroso -incluso muchos han abandonado sus campos o han dejado perder sus cosechas por falta de políticas que estimulen verdaderamente un alza en los precios que ellos reciben-, lo que nos indica que hay que trabajar más en el ámbito nacional, confeccionar mejores políticas internas en torno al café, sobre todo en aquellos países donde sigue siendo su principal fuente de ingresos y no sólo dejar todo en un papel.

Incluso *Brink Lindsey* del Instituto Cato, cuestiona las medidas del mercado controlado por cuotas en el sentido de que no en todos los casos favorecieron el estándar de vida de los cafetaleros ya que, de acuerdo a sus investigaciones, los principales beneficiarios de las cuotas fueron las tesorerías gubernamentales, los burócratas y los exportadores, no los campesinos.

“Las subastas de derechos de cuota, las ventas por debajo de la mesa de éstos por parte de las autoridades gubernamentales corruptas, y los altos impuestos se comieron mucho el valor de la escasez creada por las restricciones comerciales. Los controles gubernamentales extensivos fueron la regla en los países cafetaleros: en 1985 solo 15 de las 51 principales naciones productoras de café tenían sistemas privados de mercadeo.”⁸⁶

En la mayor parte de estos países, juntas gubernamentales de mercadeo, fondos de estabilización y monopolios semi-estatales controlaban de una u otra forma la producción, precio y comercialización de café. “Análisis económicos sugieren que los cafetaleros generalmente recibían precios menores a los del mercado mientras las cuotas estaban en efecto.”⁸⁷

De esta manera, considero que la participación conjunta de campesinos, organismos gubernamentales, intergubernamentales y ONG's, es necesaria para poder moldear políticas cafetaleras y soluciones adecuadas a la crisis del aromático, ya que cada uno de estos sectores puede contribuir con una visión distinta del mercado cafetalero, de tal manera que como si fuese un rompecabezas las soluciones que vayan aportando embonen más fácil y adecuadamente, dando como resultado un taza de café espumosa, aromática y tentadora de la que puedan disfrutar todos.

⁸⁶ Datos de *Oxfam* utilizados por Brink Lindsey. *Op. cit.* p.9

⁸⁷ Mary Bohman, et al. “*Rent seeking and International Commodity Agreements: the case of coffe.*” En *Economic Development and Cultural Change* 44. No. 2 Enero. 1996. pp. 381-82.

2.3 El mercado del aromático hoy.

En una evaluación de las condiciones en las que sigue operando el mercado internacional del café, nos podemos dar cuenta que a pesar de ser uno de los mercados con mayor potencial en la generación de divisas, aún no ha podido superar la pronunciada crisis que le afecta desde hace más de una década.

Si bien por un lado, se puede observar una sobreproducción, por el otro, observamos una tendencia decreciente del consumo, misma que es provocada por la competencia intensa con otras bebidas, entre ellas los jugos y refrescos, que por su práctica presentación y rapidez al momento en que son consumidos, se insertan cada vez mejor al estilo de vida acelerado de las grandes ciudades. Esto aunado a los bajos precios no nos brindan un panorama alentador, por lo que una de las nuevas características del mercado internacional es la de vender “café de papel”⁸⁸, es decir, a futuro y muchas veces sin que se haga un intercambio del grano físico.

No obstante, esto también se ha convertido en un factor de apreciación o depreciación de los precios del grano, situación que repercute en los bolsillos de pequeños, medianos y grandes productores de café, así como de otros participantes del mercado, aún cuando los beneficios no llegan a todos los anteriores.

2.3.1 Fijación de precios

Las condiciones del mercado del café son consideradas como cíclicas, con tiempos buenos y tiempos malos, aún cuando podría decirse que se están viviendo los peores queda la esperanza –y la necesidad de creer- en que los tiempos de bonanza volverán. La historia misma de los precios del café en los últimos cien años muestra que ha estado sujeta a importantes fluctuaciones de corto y largo plazo. Dichas oscilaciones han estado combinadas por la baja elasticidad tanto de la oferta, como de la demanda, combinadas con los altibajos registrados en la producción debido a conflictos políticos, catástrofes, heladas, etc, lo interesante es que aún cuando conocen la naturaleza del mercado, todavía no encuentran la solución.

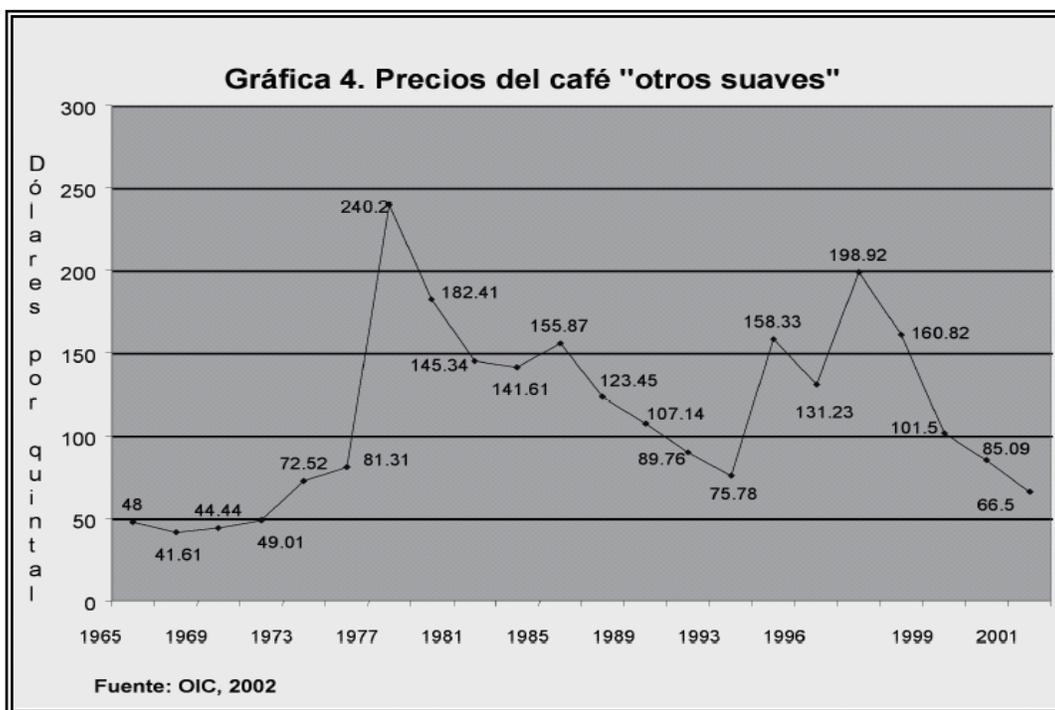
De la misma manera, las cifras de los inventarios en los países consumidores han sido considerados factores determinantes en el deterioro del valor del café, tenemos pues que

⁸⁸ María Cristina Renard. *Op. cit.* p. 45

“en los 7 últimos años cafetaleros, los primeros cuatro promediaron casi 10 millones de sacos como inventario final; en los últimos tres, el inventario creció en 11 millones de sacos, de los cuales 6.3 están en Europa y casi 3.2 en Estados Unidos.”⁸⁹

Así, el récord histórico de los precios del café en el mercado mundial, marca dos momentos importantes: durante 1967, año en el cual los precios del aromático registraron una importante caída en su cotización. En septiembre de este año, el precio se ubicó en 40.25 dólares las cien libras⁹⁰, lo que constituyó el nivel más bajo hasta la fecha. De acuerdo con la OIC, el precio promedio durante ese año fue de 41.61 dólares las cien libras. El segundo momento histórico en los precios del café, se da en abril de 1977, cuando las cotizaciones del aromático se dispararon hasta alcanzar niveles de 320 dólares las cien libras.⁹¹ Esto se debió a una helada que sufriera Brasil dos años atrás.

Gráfica 10. Precios del café “otros suaves”.



Fuente OIC, 2002

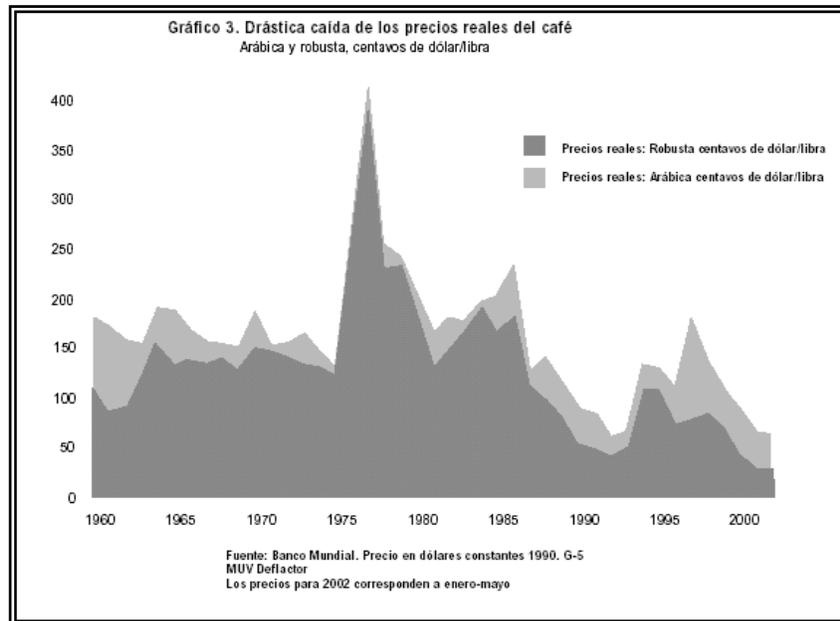
⁸⁹ Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA). Boletín Informativo. Situación de la Red Café. Oportunidades de Desarrollo en México. No. 320. Abril 2003. p. 16

⁹⁰ *Ibidem.*

⁹¹ *Ibidem.*

El disparo de los precios a mediados de los noventa, sin duda jugó también un papel importante en la precipitación de la actual caída, aún más, dadas las fluctuaciones cíclicas, el mercado del café sufrió cambios estructurales importantes en años recientes. De la misma manera, los costos de producción bajos han ejercido presión de largo plazo sobre los precios y ha sometido a los productores tradicionales a una fuerte competencia.

Gráfico 11. Drástica caída de los precios reales del café



Fuente: Oxfam Internacional con datos del Banco Mundial.

Asimismo, el café cotizó a un máximo de 81.31 dólares, para luego alcanzar el precio más alto del período, 240.21 dólares, inaugurando un lapso de 11 años de precios sobre los 123 dólares⁹², que se consideran muy buenos. En los siguientes 6 años, de 1989 - cuando se rompen las cláusulas económicas del OIC- hasta 1994, los precios pasan de regulares a malos cuando en el último llega a promediar 75.78 dólares; después de este periodo, se inicia un nuevo ciclo de buenos precios que va de 1995 a 1998 -solamente dura cuatro años- en donde el mayor es de 198.92 dólares y el menor es 131.23 dólares por cien libras. Sin embargo, es a partir de 1999 y hasta la fecha que se observa una caída drástica de las cotizaciones, que ya dura más 4 años, y que difícilmente será de corta duración dado que en los países consumidores existen fuertes inventarios.

⁹² *Ibidem.*

Aparentemente los precios se fijan en función de la oferta y la demanda, sin embargo, en la realidad existe un fuerte control del mercado mundial por parte de los monopolios transnacionales, cuyo poder les permite disfrutar de un margen amplio en las decisiones de los precios. “Obviamente, la participación de los países productores de las materias primas en el valor final del producto es mínima, en comparación con su precio de venta en el país consumidor.”⁹³

Algunos factores considerados al momento de determinar el precio del grano son la variedad del café y el beneficio utilizado para procesarlo, así el alza y baja de precios no solamente se fundamenta en la cantidad sino en la calidad. La calidad del café también incluye en los precios y descuentos pagados por el café.⁹⁴ Otro de los elementos a considerar en la fijación de los precios es el lugar de donde se envía el café y se entrega el embarque de café, así como el país productor que también determina el diferencial o el descuento al momento de ser pagado el embarque.

El precio también dependerá del monto de producción generado en el año cafetalero, los inventarios existentes tanto en los países productores como en los consumidores, las estrategias comerciales de las empresas que dominan el mercado convencional del café.⁹⁵ Dependerá también del grado de elaboración del producto, por tanto, los mayores niveles de ingresos son para aquellos que comercializan el grano listo para servirse en taza, ya sea en tostado, molido o del tipo soluble, es decir, que va directo al consumidor final. Un ejemplo claro es el gráfico siguiente.⁹⁶

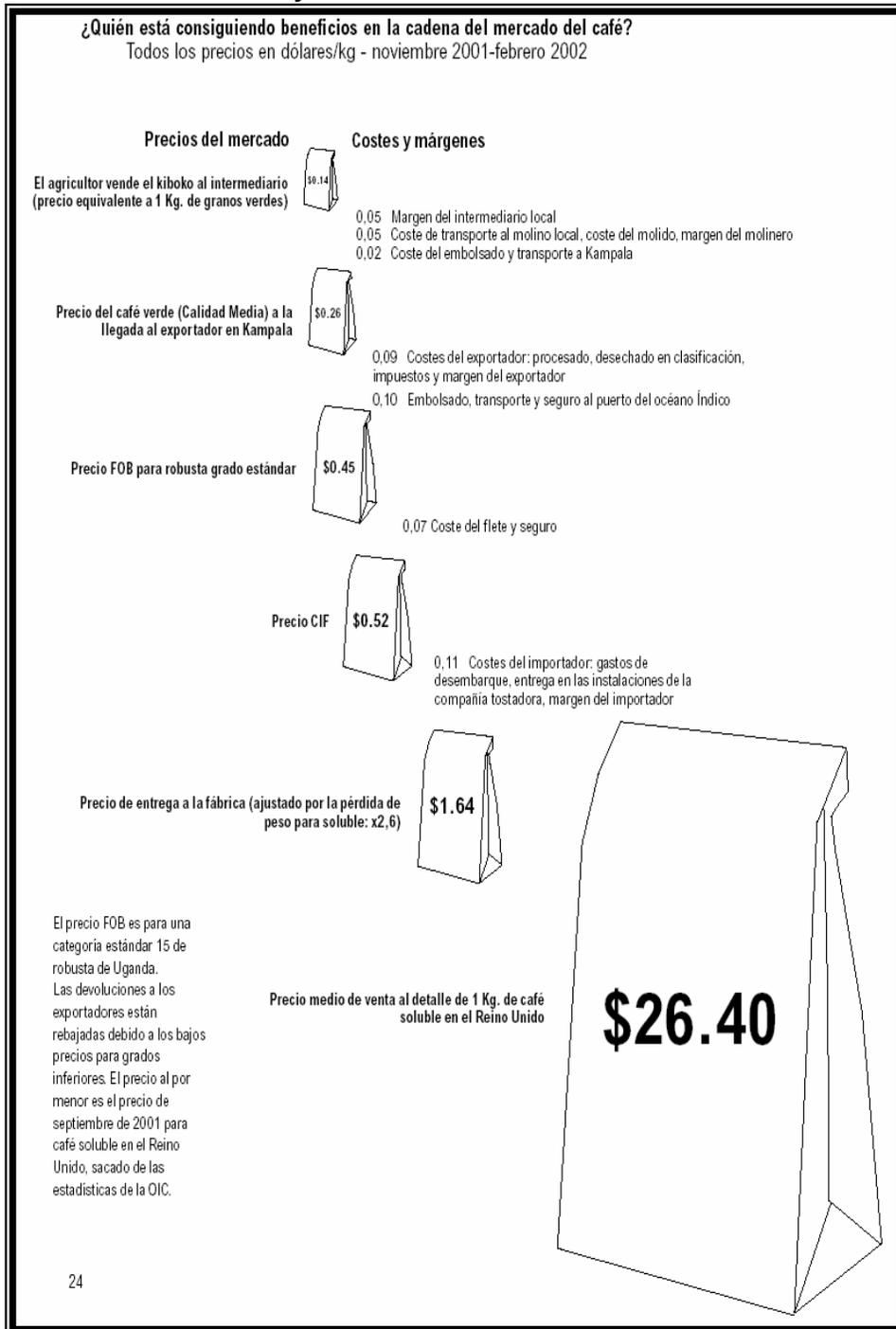
⁹³ Silvia del Valle y Rebeca Salazar. *Op.cit.* p. 106

⁹⁴ Para ello se establecen diferentes clases: **Café Especial** que muestra de 0-5 defectos; **Café Superior o Premium** que muestra entre 6 y 8 defectos; **Café Exchange**, con 9-23 defectos, éste es el grado negociado en el NYCE; el **café Estándar** que tiene de 24 a 86 defectos; y, por último, el **café menor al estándar**, que es el café con número de defectos. Estas dos últimas clases de café son las que reciben, por lo general, los descuentos en su precio. Robert Collier. “*Support Brewing for Cooperatives’ Coffee Beans*”. Chronic Worlds section. San Francisco Chronic. Thursday, October 14, 1999 <http://www.coffeeresearch.org/politics/organic.htm>. Tomado de la Internet el día 30 de agosto de 2002, a las 14.25 hrs.

⁹⁵ Considerado un año a partir del 1 octubre al 30 de septiembre del siguiente. En cuanto a las empresas tenemos a *Neumann Kaffee Gruppe, Volkafe, Cargill, Esteve, Aron, ED&F Man, Dreyfus, Mitsubishi, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee*, entre otros. Cfr. *Café Guía del Exportador de café*, *op. cit.* p.35

⁹⁶ Por su parte, la OIC también lleva su propio recuento de los precios a través de lo que denomina sistema de precios indicativos. Con este, intentaba ofrecer un procedimiento fiable y coherente para informar sobre los precios de los distintos tipos de café en forma de un precio general o compuesto que reflejase los movimientos diarios agregados del precio del café. Prácticamente se toma la media aritmética del crecimiento de los precios de cada día para cada uno de los grupos en los que se divide el mercado (suaves, otros suaves, arábicas naturales y robustas), ponderando así su participación relativa en el comercio internacional y como estos precios son utilizados en las cotizaciones de las bolsas de valores. Cfr. UNCTAD-CCI. Café Guía del exportador 2002. *Op. cit.* p. 14

Gráfico 12. Precios y costos en el mercado internacional del café



Fuente: Oxfam Internacional.

Así puede haber avances y retrocesos en momentos coyunturales en los que inciden diversos factores. Por ejemplo, durante septiembre, las cotizaciones del grano en Nueva

York registraron un avance de 2.75⁹⁷ centavos de dólar por libra dado un fuerte rumor de heladas en Brasil, situación que se revirtió en octubre debido a los acontecimientos políticos suscitados en el gran productor sudamericano, el ascenso del Partido del Trabajo al poder y la devaluación del real brasileño (en este sentido, todo acontecimiento importante en Brasil genera movimientos pendulares en los precios del mercado internacional del café al ser este país precisamente el más importante productor –y consumidor también- de café).

Gráfico 13. Precios Internacionales del café. Ciclos 2000 -2002



Fuente: OIC. 2002

2.3.2 Un café en la bolsa

Una de las particularidades que se pueden observar con la vinculación de ambos mercados es que hoy en el mercado del grano es la cotización de éste en las bolsas de valores, donde los precios se ven influidos por las operaciones de carácter especulativo realizadas tanto en la Bolsa de Futuros Internacionales de Londres, como en la Bolsa de Café, Cacao y Azúcar de Nueva York, cuya denominación general es la de mercados de futuros.⁹⁸

⁹⁷ Aserca-SAGARPA. Mercado Internacional del Café. Estudios sectoriales de la Oficina de Asuntos Internacionales. Octubre-noviembre de 2002. En <http://aserca.gob.mx>. Tomado de la Internet el día 20 de diciembre de 2002.

⁹⁸ La bolsa de Nueva York se especializa fundamentalmente en los cafés arábicas lavados y no lavados, donde se cotizan centavos de dólar por libra de café, mientras que la de Londres en los cafés robustas, en la que se cotiza en libras

Las bolsas de contratación de futuros de café se crearon en un principio para poner orden en el proceso de fijar el precio del café y comercializarlo, lo que debería disminuir el riesgo de condiciones adversas del mercado al contado. En resumidas cuentas, la bolsa permite descubrir un precio de mercado para el producto, transfiriendo con ello el riesgo que plantea la inestabilidad de los precios al contado, posteriormente lo difunde a los partes involucradas de manera que haya disponibilidad de esta información alrededor del mundo, lo que permite que haya más compradores y vendedores de café que determinan en mejores condiciones los precios del café.

Es decir, en los mercados de futuros se concretan contratos mediante los cuales se compra o vende un producto –en este caso café verde- a un precio determinado en el presente, pero con fecha de entrega en un periodo posterior. Estas operaciones se realizan a través de **contratos de futuros** en los que se estipula la cantidad, la calidad, precios, fecha y lugar de entrega del producto comprado o vendido de acuerdo con las reglas de cada Bolsa. Las órdenes de compra y venta se establecen a través de *brokers* (corredores bursátiles), quienes son las figuras predominantes que domina al mercado y que tiene contactos en los países productores dándoles con ello la garantía de obtener granos de mejor calidad.⁹⁹

De esta forma, este mercado funciona a partir de tres tipos de operaciones: la cobertura o *hedging*, la especulación y el arbitraje¹⁰⁰. La cobertura de una posición de café consiste en protegerse contra el riesgo de variación de los precios tomando una posición en el mercado de futuros que contrarreste la posición ya existente. Esto no garantiza la completa eliminación de riesgos pero si aminora el posible impacto de una inestabilidad

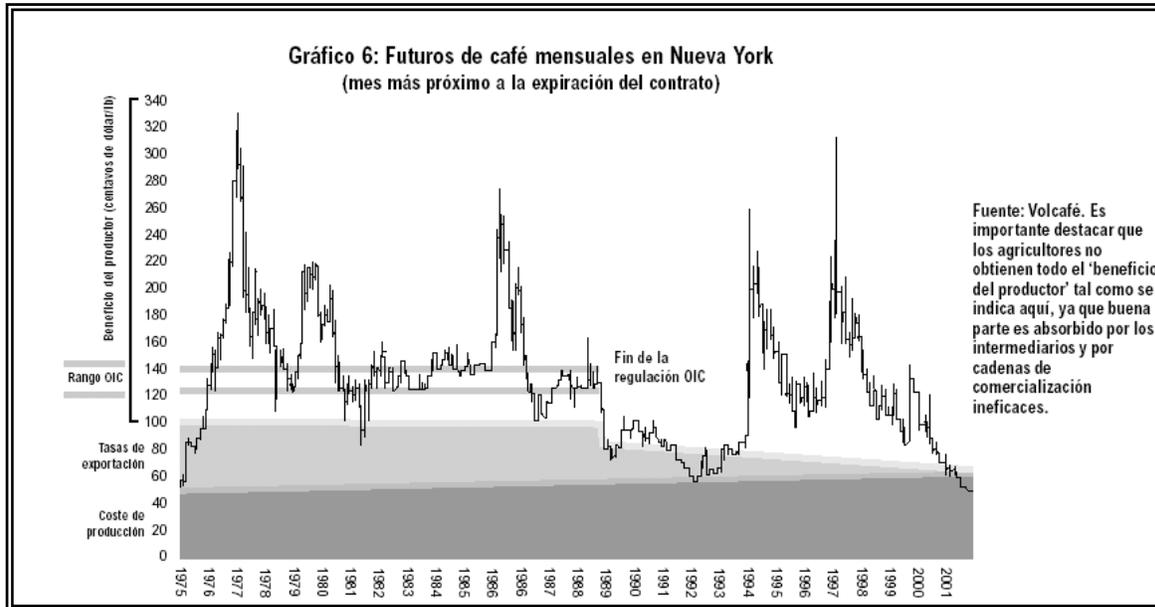
esterlinas por tonelada de café. Otros mercados donde se cotizan las diferentes variedades de café son los de Le Havre, Hamburgo y Bremen. Enrique Manso. p. 82

⁹⁹ Cabe señalar que el mercado de futuros no es el único dentro de las esferas financieras, tenemos también el **mercado de físicos o spot**, que es donde originalmente comienzan las transacciones de los commodities, materias primas-; en este mercado se compra y se vende mediante transacciones directas de los operadores y con plazos de entrega inmediata. Este mecanismo imponía condiciones restrictivas para los productores en el comercio internacional, por ello, se comenzó a dominar el criterio de comercializar a futuro o de entrega a futuro, transacciones que permiten separar la operación comercial de la entrega física de productos. Así en los mercados de futuros se concertaba contratos a futuro –como su nombre lo indica- mediante los cuales se compraba o vendía un producto –en este caso café verde- a un precio determinado en el presente, pero para entrega en un periodo posterior. Así también, existe un instrumento financiero denominado **opción**, que otorga al comprador el derecho de comprar o vender después de periodo determinado, pero no le impone la obligación de hacerlo, mientras que el contrato de futuros implica obligatoriedad de cumplimiento. Cfr. Karina Santos Quintero, *op. cit.* p. 27

¹⁰⁰ FCE. América Latina y el Caribe: Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial. FCE. Chile. 1998. p. 74

de precios. La especulación, por su parte, asume el riesgo de precio tomando la posición en el contrato del que trata de deshacerse el inversionista. El arbitraje consiste en tomar posiciones simultaneas de compra y de venta en lugares o vencimientos diferentes, el beneficio recibido se deriva de las modificaciones de la relación entre los precios de los diferentes contratos.

Gráfico 14. Futuros de café en Nueva York



Fuente: OIC

Existe además, una Cámara de Compensación (*Clearing House*) que garantiza el desarrollo y cumplimiento de las transacciones y la debida ejecución de los compromisos adquiridos en los contratos que los participantes compran o venden. Esta Cámara, da o retira su aprobación a las transacciones y controla a diario el pago y descuento, convirtiéndose con ello en la clave de la seguridad del sistema ya que puede imponer sanciones a los abusos y prácticas nocivas tales como la manipulación de las cotizaciones, la difusión de informaciones que induzcan al error y de los entendimientos entre operadores para falsear los precios y desestabilizar al mercado.¹⁰¹

De acuerdo con la UNCTAD y el Centro de Comercio Internacional, el mercado de futuros se sostendrá entonces a partir de un mercado de contado cuyas características son las siguientes: una inestabilidad suficiente de los precios y una exposición continua al riesgo

¹⁰¹ Cfr. *Ibidem*.

de los precios para que todos los niveles de la cadena de comercialización queden afectados; un número suficiente de participantes con objetivos contrapuestos en relación con el precio y un producto básico cuantificable con características de clasificación comunes que puedan estandarizarse.¹⁰²

Entre las ventajas que ofrece se observan los siguientes elementos: alta liquidez, no hay restricción de la entrada y salida de los participantes, más bien es de acuerdo a la voluntad de los mismos, buen nivel de apalancamiento, es decir puede comprar o vender bienes con solo un porcentaje del valor total de la operación; permite la planeación comercial y de presupuestos.¹⁰³ No obstante, podemos observar también puntos negativos como: la necesidad de tener una cuenta de futuros en una casa de corretaje, un alto índice de liquidez financiera para establecer márgenes para una cobertura adecuada de los precios, no se puede tomar ventajas del mercadeo en caso de una baja eventual del precio. A lo anterior podemos sumar que, en este tipo de mercados, los actores no son países consumidores *versus* productores, ya que no son éstos quienes venden o compran.

¹⁰² Cfr. Centro de Comercio Internacional. Café Guía del Exportador 2002. Op. cit. p. 186

¹⁰³ Una nueva forma de aminorar el riesgo son los denominados derivados extrabursátiles, conocidos en el argot financiero como derivados **Over the Counter (OTC)**. Éstos pueden ser definidos como productos financieros donde dos partes acuerdan intercambiar flujos de efectivo, los cuales son referenciados a estadísticas oficiales ó algún precio listado, que pueden ser utilizados como una herramienta efectiva para el manejo de riesgos y que se formaliza mediante la firma de un contrato marco denominado **International Swap Derivatives Association (ISDA Master Agreement)**. La estructura de estos derivados puede ser por precios máximos (techos), precios mínimos (pisos), una ventana de precios (banda), precios de ejercicio escalonados, coberturas de precio que se activan cuando el mercado llega al nivel del precio de ejercicio contratado (*knock in*), coberturas de precio que se desactivan cuando el mercado llega al nivel del precio de ejercicio contratado (*knock out*), etcétera. Los tipos de productos existentes más comunes son los *swaps*, *forwards*, opciones, y otros productos exóticos. Los subyacentes de estos derivados pueden ser tasa de interés, monedas, metales, *commodities* energéticos como petróleo, gas natural, gasolina, diesel, etc. y recientemente climáticos y agrícolas, siendo estos últimos los que acaban de hacer su irrupción en el mercado.

A medida de que el mercado de los físicos se ha sofisticado y diversificado, la necesidad de un derivado "hecho a la medida" ha sido cada vez más recurrente, un instrumento adecuado para un **forward de café gourmet**, por ejemplo. La importancia de contar con la posibilidad de contratar este tipo de instrumentos radica en que como es un contrato a la medida, éste podría ser de gran utilidad para la estructuración de algún crédito, para cubrir un riesgo específico de una calidad especial, de un volumen específico, a un plazo específico y a un precio de ejercicio específico. Sin lugar a dudas, para países con una fuerte dependencia de algún *commodity* agrícola para su captación de divisas, como lo es el café, como Burundi (79%), Etiopía (54%), Uganda (43%), Honduras (24%), etcétera, los derivados OTC Agrícolas podrían ser de gran utilidad para negociar créditos y al mismo tiempo para asegurar flujos y márgenes de utilidad de sus exportaciones para la posible planeación de presupuestos federales. No obstante, aún no se han desarrollado en México. Gonzalo Zubillaga. *Irrupción de los OTC agrícolas*. El economista. Valores. 7 de noviembre de 2003.

Quienes intervienen son los *brokers*, las compañías transnacionales, las exportadoras y grandes beneficiadoras, cuyos intereses están ligados a la generación o incremento de capital. Las grandes empresas transnacionales, “en lugar de pagar el precio actual del mercado, formalizan contratos con intermediarios que les permiten difuminar y acotar los riesgos de una futura inestabilidad de los precios, lo que les permite optimizar sus estrategias de compra.”¹⁰⁴ Especulan pues con las reservas de café que almacenan, lo que repercute directamente en los precios del aromático.

Igualmente, conviene señalar que un margen importante de contratos son generados bilateralmente entre los organismos estatales y/o compañías privadas de los países productores y las compañías u organismos compradores. Este hecho es particularmente apreciable por dos razones: la primera, que el precio real del intercambio es diferente y en general, menor que el precio oficial, en la medida en que los vendedores se garantizan la seguridad de su venta a cambio de una reducción en el precio que suele ir acompañada de una prima de publicidad en el mercado de consumo a cargo de la compañía compradora.

Gráfico 15. Bolsa Oficial de Café.

MESES	Contrato "B"		Contrato "C"		Contrato "D"	
	1º Colação	2º Colação	1º Colação	2º Colação	1º Colação	2º Colação
Janeiro						
Fevereiro						
Março						
Abril						
Maio						
Junho						
Julho						
Agosto						

Fuente. Internet

La segunda razón estriba en la estabilidad y el temor que les produce a muchos vendedores la negociación con las grandes corporaciones transnacionales dado su enorme

¹⁰⁴ Oxfam Internacional. Pobreza en tu taza. La verdad sobre el negocio del café 2002. En <http://www.comercioconjusticia.org> tomado de la Internet el 25 de mayo de 2002 a las 18.30 hrs.

incidencia en la marcha del mercado. No obstante, los beneficios de reducir el riesgo de un incremento o baja de los precios que puede generar este tipo de contratos, generalmente nunca llega al pequeño y mediano productor, el cual difícilmente puede especular con su producción o guardarla para cuando los precios tengan un nivel más alto, acortando con ello alternativas que puedan mejorar su nivel de vida e ingresos. Es por ello, que existe una gran necesidad de instrumentar planes, soluciones, alternativas, etc., más acercados a la realidad que viven cientos de miles de cafetaleros y que permitan generar un cambio en estos sectores, que son finalmente los más afectados por la crisis.

2.3.3 Acciones para solventar la crisis

A pesar de que el café como cultivo y producto está estrechamente ligado al mercado y que los pequeños productores han sufrido de manera importante los efectos de la liberalización del mercado y de la concentración del capital, se han venido impulsando y desarrollando una serie de acciones alternativas para poder sobrevivir a las nuevas condiciones, e incluso poder seguir aprovechando a la producción cafetalera como motor de desarrollo comunitario y regional. Algunos de los procesos impulsados son los siguientes:

✓ **Producción de café orgánico.**

Este sistema representa un rescate de varios elementos de la tecnología agrícola tradicional, que permite que con los insumos disponibles de la propia parcela y realizando prácticas de conservación de suelos y aguas, se lleve a cabo el cultivo sin usar insumos químicos. El resultado es que los productores obtienen rendimientos de 15 quintales por hectárea en promedio, además de mantener la biodiversidad y los recursos naturales. Cuando el producto es certificado internacionalmente se puede vender con sobreprecio, con lo que se logra además mantener un mejor nivel de vida de la familia campesina.¹⁰⁵

✓ **El sistema de “Comercio Justo”**

Desde 1989 se encuentra funcionando un sistema internacional de comercio justo, en donde se busca que exista una relación más directa entre las organizaciones de pequeños productores y los consumidores finales. En este esquema de intercambio

¹⁰⁵ Oxfam Internacional. Bitter Coffee. How the Poor are paying for the slump in coffee prices?. Oxfam GB. Londres. Mayo 2002. traducción libre

comercial (en donde el café fue el producto iniciador y el más vendido), se parte de la necesidad de fijar un precio mínimo con el que el productor y su familia para que puedan tener una vida más digna.¹⁰⁶

✓ **Promoción de la organización de los pequeños productores a través de redes.**

Estas organizaciones, durante los primeros años de la década de los noventas, se integraron en redes que les permitieron tener mejores condiciones de acceso a los mercados internacionales o al financiamiento, así como a la definición de las políticas públicas referentes a la cafecultura en nuestro país. Tienen la característica común de ser independientes del gobierno y que buscan ante todo alcanzar beneficios para la producción, la comercialización y los servicios en el caso de los productores de café.

✓ **Promoción del consumo interno.**

Ya que en mercados como el de México, que es uno de los principales productores de café en el mundo, el consumo de café es uno de los más bajos en el ámbito global. Esto implica que la mayor cantidad de café producido tiene que exportarse, lo que produce una gran vulnerabilidad por la dependencia de las condiciones del mercado que es influenciado cada vez más por causas externas a la simple oferta y demanda.

Para reducir la dependencia de los productores de café de las condiciones del mercado internacional, que es controlado por un número cada vez más pequeño de grandes corporaciones transnacionales, se ha venido realizando un trabajo de promoción del consumo interno de café, que permita en el mediano plazo colocar mayores volúmenes de café en los mercados internos. Esta situación llevaría a que cerca del 30% del café exportable dejaría de venderse al extranjero, con lo cual se obtendrían mejores condiciones de venta para los productores.

✓ **Retención de las exportaciones y destrucción de cafés de mala calidad.**

Cuando los gobiernos neoliberales hablaban de que el mercado es el único regulador de la producción en el mundo, los pequeños productores se vieron obligados a tomar acciones que permitieran de alguna manera influir en los precios y por consiguiente en los niveles de ingresos. En este sentido se propuso participar en las reuniones de la Asociación de Países Productores de Café y ahí defender la propuesta de la retención del 20% de las exportaciones para equilibrar los precios.

¹⁰⁶ *Ibidem.*

Además se impulsó la propuesta de eliminar las existencias de café de mala calidad para disminuir las existencias globales y poder llevar los precios hacia la alza. Aunque estas medidas todavía no muestran un éxito total, su misma discusión y acuerdo han permitido demostrar que ante un supuesto libre mercado, que busca aumentar las ganancias para unos cuantos a costa del empobrecimiento de la mayoría de la población, se pueden oponer medidas impulsadas por las organizaciones sociales que obliguen incluso a los gobiernos a participar en ellas.

✓ **Mejoramiento de la calidad.**

Mientras que las dependencias gubernamentales y las grandes trasnacionales han promovido el aumento en la cantidad del café producido, y la disminución de los precios, las organizaciones sociales han luchado por aumentar la calidad del aromático y los precios de venta. El incremento de la calidad implica el ofrecer un mejor producto y así mantener una relación sana con los consumidores. Pero al mismo tiempo, representa la posibilidad de exigir mejores precios o sobre precios adicionales para permitir un mejor nivel de vida.

“Así mientras el Banco Mundial puede financiar programas para aumentar la producción de café en Vietnam hasta llevarlo a ser el segundo productor mundial, con lo que el precio se desploma a niveles no vistos en los últimos diez ciclo; los pequeños productores exaltan la idea de que no se necesita más superficie de café, sino más café de calidad a un buen precio. Los recursos que comprometen los países latinoamericanos con el Banco Mundial o con otros organismos pueden ser aprovechados en programas de capacitación y creación de capacidades locales para el mejoramiento y el control de la calidad.”¹⁰⁷

Sin embargo, se necesita partir del proceso de obtención del café para conocer las vulnerabilidades existentes en la cadena agroindustrial. De la misma manera, una vez que se tiene conocimiento de cuán laborioso, cuán necesitado de mano de obra y tecnología, así como de nuevas técnicas de plantación y beneficio, está el cultivo del café, podemos acercarnos un poco a las necesidades y carencias de los 20 millones de campesinos que se dedican, junto con sus familias, a sembrar y cosechar el pequeño grano que cada mañana bebemos, situación que revisaré a continuación.

¹⁰⁷ Víctor Pérez-Grovas G. La producción y comercialización de café en México. ¿Opción viable para los pequeños productores? *Op.cit.*

“El descubrimiento del café fue, a su manera, tan importante como la invención del telescopio o del microscopio. Gracias al café se intensificaron y modificaron de una forma impredecible las capacidades y las actividades del cerebro humano.”

Heinrich Eduard Jacob (1889-1967)

“El café ideal es negro como el diablo, caliente como el infierno, puro como un ángel y suave como el amor.”

Proverbio turco

Capítulo Tres.

El aromático a través del tiempo y el espacio.

Al hablar del café generalmente viene a nuestra mente un líquido oscuro, ácido y fuerte que bebemos al desayunar, en una reunión con los amigos, en una cita, etc. No obstante, el mundo del café es amplio, rico en historias y experiencias que se remonta a periodos pre-coloniales en tierras que para nosotros pueden ser remotas.

Una característica del cultivo es “la necesidad de un gran volumen de fuerza de trabajo no especializada, sobre todo en el momento de la cosecha;.....dada [la] condición de subdesarrollo [de los países productores] tienen disponible una gran cantidad de este tipo de trabajadores; ...estas circunstancias permiten el desenvolvimiento de la economía cafetalera mundial sobre una amplia base de productores directos.”¹

Así, la dinámica de la compra-venta del café involucra a millones de cafecultores que residen en los 51 países productores del grano, siendo ellos los que satisfacen a la demanda mundial –centrada principalmente en países desarrollados-. Dicha demanda genera divisas importantes para quienes producen el café, de la que muchos de estos países dependen para mantener funcionando su economía nacional.

Las razones de que el consumo se dé en los países desarrollados provienen de dos cuestiones: en primer lugar tenemos al factor climático, ya que la geografía no dotó de las condiciones específicas para que se pudiese dar el crecimiento del cafeto en estas tierras; y, en segundo lugar –el elemento que pudiese ser más determinante- es el sistema de dominación colonial que predominó en siglos pasados sobre el territorio de los países productores, mismo que se trasladó a la estructura del comercio mundial del café. Pero comencemos entonces con el punto de cómo empezó toda esta aromática historia.

Gráfico. 16
Café cereza



Fuente. Internet

¹ Aurora Cristina Martínez Morales. El proceso cafetalero mexicano. op.cit. p. 10

3.1 Antecedentes históricos.

Como ya había mencionado anteriormente, existen diversas leyendas e historias acerca del origen del café, no obstante, todas parten de que el café fue descubierto en África y de este continente se expandió al mundo. Los africanos solían usar el café en sus ceremonias rituales de hermandad de sangre, cuyo significado se explicaba con base a las dos semillas que dan las cerezas de café, ya que la mentalidad africana relacionaba el hecho con la idea de dos hermanos nacidos del mismo tallo.

Así como ésta, existen numerosas historias que nos cuentan cómo es que, de manera accidental, se generalizó el consumo de café, hoy por hoy una bebida de carácter internacional, y cuales han sido sus usos, desde un relajante masticado para los grandes viajes hasta una bebida estimulante y disipadora del sueño.

3.1.1 Origen del grano del café

Existe una leyenda en la cual se afirma que el café se empezó a consumir en las altiplanicies de Abisinia –que hoy conocemos como Etiopía- lugar donde crecía en forma silvestre el fruto del cafeto. Dicha leyenda², con 2000 años de antigüedad, cuenta que un joven etíope llamado *Kaldi* descubrió la planta del café mientras recorría con sus cabras la montaña.

Relata la leyenda que este pastor encontró a su rebaño balando entusiasmado cerca de un arbusto de pequeñas cerezas rojas y que unas cuantas horas después se tranquilizaron y sobrevivieron a la experiencia, por lo que decidió probar aquel extraño alimento. Primero masticó las hojas y luego algunos frutos, sintiendo una gran alegría al mismo tiempo de que su mente se despejaba. Este sería pues el primer contacto conocido entre el hombre y el café.

“Se habla también que fue gracias a los exploradores europeos *Speke* y *Grant* que se encontró en Uganda en 1862 arbustos de café plantados cerca de la tribu *baganda*.”³

Así las cosas, para el siglo X el café fue conocido bajo el nombre de *bunn*⁴, en este periodo los etíopes encontraron una agradable manera de obtener la cafeína. Primero

² Conocedores Nescafé. “*Todo sobre el café*.” En <http://www.conocedoresnescafe.com.mx/fTodoSobre/historia.html> tomado de la Red el día 20 de enero de 2003 a las 11.30 p.m.

³ A. E. Haarer (traducido por Marcos Godínez). Producción Moderna del Café. Compañía Editorial Continental, México, 1964, p. 550

cocían las hojas y los granos en agua hirviendo para obtener una bebida suave; después molían los granos, los mezclaban con grasa animal, preparaban un aperitivo energético y al mismo tiempo utilizaban la pulpa fermentada para elaborar vino. Luego, tostaban ligeramente la cáscara que recubría la semilla y hacían una bebida dulce llamada *quishr*, conocida hoy como *kisher*.

Los árabes por su parte denominaron al líquido resultante *kahwah*, un nombre que ellos aplicaban generalmente al licor. Así, “el café es denominado *kahwah*, *kawa* o *gawah*, términos que generalmente se cree que significan algo que sabe **amargo**. Se dice que el arte de tostar y preparar bebidas con los granos molidos, fue descubierto después de que el conocimiento del uso del café se había extendido a países vecinos de Arabia y posiblemente, en primer lugar, a Persia.”⁵

Otra leyenda cuenta que durante el siglo XVIII un religioso musulmán, desterrado de su comunidad, sobrevivió recogiendo los únicos frutos que crecían en los alrededores, los cuales provenían de la planta del café. Él separaba los granos y hacía una bebida un tanto amarga, machacando y cociendo las cerezas en agua. Es así como los religiosos comenzaron a tomar esa bebida con el fin de ahuyentar el sueño y poder orar más tiempo durante la noche. Con el tiempo, la planta comenzó a adquirir popularidad en Arabia y la India.

Aunque en un principio el café se consideró una bebida religiosa, llegó a formar parte de la vida cotidiana. Aquellas personas que poseían más dinero reservaron en su casa una habitación para la ceremonia del café, lo que pronto dio la pauta para el surgimiento de las cafeterías, conocidas como *kahvehane*. Es a finales del siglo XV, que los peregrinos musulmanes introducen el café en el mundo islámico, Persia, Egipto, Turquía y el norte de África, convirtiéndolo en un artículo comercial lucrativo, originándose por ende, un incipiente mercado internacional del café.

3.1.2 Los primeros inicios de su comercialización.

Aunque no hay una fecha exacta de introducción del café en su especie arábica, se le atribuye al *Mollah Djmaleddin Abou Elfrager* la introducción del grano a Arabia desde Abisinia en el siglo XV. La bebida se popularizó, no obstante que –por ejemplo- los

⁴ *Ibidem*.

⁵ A. E. Haarer. *Op.cit.* p.21.

sacerdotes mahometanos declararon que era una bebida alcohólica prohibida por el Corán. La práctica de tomar café se extendió entonces a la Meca, Medina, Siria, Adén, Egipto, el norte de África y a otros países musulmanes del Medio Oriente alrededor del año 1510, lo que convierte al café en un artículo comercial lucrativo (por consiguiente el mundo árabe desempeñó una función importante en la expansión del consumo del aromático en el mundo, incluso monopolizaron temporalmente las técnicas de cultivo y la salida de las semillas).

En tanto que la práctica de tomar café se extendía a través de ésta región y alcanzaba Turquía alrededor de 1554, el recelo con que se recibió por parte de los musulmanes se debía a los rumores generados alrededor de éste. No obstante, se comenzaron a abrir casas de café, primero en Constantinopla –hoy Estambul- y luego en Europa.⁶

El café llegó a Europa a través de dos personajes: un médico alemán de nombre *Rauwolf* y un comerciante veneciano de nombre *Pietro della Valle* (quien llevó su cargamento desde Turquía). Para 1625, fue preparado y vendido en Roma, de la misma manera, llegaron granos de café a Marsella y París en Francia, por lo que beber café se convirtió en un hábito popular entre la aristocracia europea.⁷ Más tarde, en 1650, llegó a Inglaterra gracias a un judío libanés que se instaló en Oxford, instalándose poco a poco un número reducido de cafeterías. La fama del café se extendió a través de Europa: a Holanda – 1664-, Alemania, Austria –1683- Suecia, Dinamarca –1756- y Rusia –1700- por lo que así comenzó el intercambio comercial en el viejo continente.

⁶ En este contexto, fue que proliferaron diversas historias sobre el café; por ejemplo, se cuenta que cuando *Khair Beg*, gobernador de La Meca, descubrió que los versos satíricos que se referían a él habían surgido en las cafeterías, decidió que el café, al igual que el vino, debía ser prohibido por el Corán. Así, en 1511, las cafeterías cerraron sus puertas. Sin embargo, el edicto fue revocado por el sultán de El Cairo, quien era un asiduo bebedor de café. Durante el siglo XV, otros gobernantes y líderes religiosos árabes también denunciaron el café. A pesar de los severos castigos, la gente continuó ingiriendo la bebida de manera clandestina, hasta que con el tiempo la prohibición perdió fuerza.

Llegó a ser tan significativo en Turquía, que una escasa provisión de café le daba derecho a una mujer a exigir el divorcio. Además, como era una importante fuente de ingresos, este país guardaba celosamente su monopolio. Las únicas semillas que podían salir del territorio eran remojadas en agua hirviendo o tostadas, con el fin de impedir su germinación en otros lugares. Pero el contrabando se hizo presente, cuando un peregrino musulmán llamado *Baba Budan* sacó clandestinamente siete semillas y las cultivó con éxito en el sur de la India. Conocedores Nescafé, *op.cit.*

⁷ La primera casa de café en Francia se abrió en Marsella en 1671 y un año después en París. En Inglaterra durante el año de 1675, el Rey Carlos II denunció estos lugares y retiró las licencias de venta del grano. Los intentos que se hicieron para evitar la importación de granos de café, dieron por resultado el contrabando y todas las medidas para impedir su comercio tuvieron que ser abandonadas, permitiendo con ello que el uso del café se generalizara en Bretaña –1688-, lo que permitió que las casas de café se convirtieran en centros de intercambio de noticias, en donde se discutían los temas contemporáneos. A. E. Haarer. *op.cit.* p. 22

Los conductos a través de los cuales se comerciaba desde Arabia y el cercano Oriente a Europa no eran fáciles en los primeros tiempos y la importación era costosa, de ahí que aquellos países que poseían colonias en lugares propicios para las plantaciones de café, gozaban de una ventaja comercial considerable.

De esta manera, varias expediciones fueron enviadas por holandeses, franceses e ingleses para obtener semilla o granos desde Arabia. Particularmente los holandeses fueron los primeros en ponerse en acción en 1690, cuando *Nicholas Wilser*, gobernador de la Compañía de las Indias Orientales Holandesas, encargó la obtención de semillas arábicas. Así “una planta de café fue llevada por los holandeses en 1616 para posteriormente plantar café en 1658 en Ceilán de donde se exportaron semillas a Java en 1696.”⁸

Los franceses también tuvieron un rol interesante en este periodo de comercialización ya que durante la época de Luis XIV ya se había regulado el comercio del café mediante un edicto real. Más tarde, el privilegio de este comercio se concedió a la Compañía de las Indias, la cual vigilaba que la mercancía no entrara al país de contrabando. Su consumo estaba gravado con un impuesto directo, pues los soberanos consideraban que debía mantenerse como artículo de lujo. Fueron también, los primeros que realizaron grandes esfuerzos por sembrar semillas en lugares distintos al lugar de origen, mismos que se vieron recompensados en 1718 cuando lograron hacer crecer arbustos en *Bourbon*, conocida como Isla de la Reunión, logrando una cosecha de una nueva variedad -que lleva su nombre- en 1721.

Así las cosas, cuando aparentemente todo parecía marchar bien apareció la llamada enfermedad de la herrumbre en la isla de Java, misma que se propagó por el Sudeste Asiático y amenazó con arrasar con las plantaciones de la India y las posesiones coloniales holandesas, de tal manera que se tuvo que proceder a cultivar variedades más resistentes de café –entre ellos el café robusta- y emprendieron un programa considerable de hibridaciones (por ejemplo, entre café árabe, robusta, liberiano y excelsa).

Por otra parte, el hábito de tomar café también llegó a América a través de diferentes rutas de acceso diseminadas por varios puntos del continente. Así desde Gran Bretaña se llevó a Virginia los primeros granos de café, mismo que crearon un consumo importante

⁸ Para 1719 se importó café árabe a Surinam, Guyana Holandesa, desde Ámsterdam. El cultivo del café fue más tarde extendido a Sumatra, Islas Célebes, Bali, Timor y algunas otras islas de las Indias Orientales Holandesas, lo que hoy es Indonesia. La mayor parte, si no es que todo el café que fue cultivado en un principio por los holandeses, parece haber sido de una especie de selección *coffea arabica*. *Ibidem*. p. 23

del aromático entre los estadounidenses, a tal grado que, actualmente, es tan importante beber café como lo es mantener su bienestar.

Los estadounidenses se aficionaron al café durante la primera mitad del siglo XIX, sobre todo después de la guerra de 1812, que impidió temporalmente el acceso al té. En ese momento, fue más fácil adoptar el café que el té como la bebida de su preferencia, ya que éste se cultivaba mucho más cerca de su país (en Brasil) y, por tanto, resultaba más económico. “De ahí, que el consumo *per cápita* incrementara a 1,400 kilos en 1830, a 2,500 kilos en 1850 y a 3,600 kilos en 1859.”⁹ A mediados del siglo XIX, los estadounidenses compraban a granel –casi siempre de las Indias Orientales y Occidentales– los granos de café verde, y los tostaban y molían en su casa. Las personas adineradas poseían diversos tostadores caseros que funcionaban a base de una manivela o de vapor, aunque generalmente, los granos se molían con un mortero.¹⁰

Sin embargo, durante la guerra de Secesión (1861-1865) disminuyó notablemente el promedio de consumo de café en Estados Unidos, ya que el gobierno de la Unión estableció un impuesto de cuatro centavos en los granos importados, al mismo tiempo que bloqueó los puertos del sur para impedir que los rebeldes cultivaran su propio café. Esta guerra hizo que los soldados se aficionaran a esta bebida. Ellos preferían llevarlo en grano y molerlo conforme lo fueran necesitando para que no se hiciera rancio.

Durante los quince años posteriores a esta guerra, los precios del café se mantuvieron elevados, mientras el consumo y la producción se incrementaban en todo el mundo. Así, el cultivo de café creció en América Central, Venezuela y Brasil (a la par que lo hacía en Java, Sumatra y Ceilán). “Para 1876, Estados Unidos importaba más de 150 millones de kilos de café al año, lo que representaba casi una tercera parte de todo el café que exportaban los países productores.”¹¹

⁹ Asimismo, los nativos norteamericanos también lo adoptaron. La tribu de los *Sioux* lo llamaban *kazuta sapa* (medicina negra). De hecho, los indios asaltaban infinidad de trenes para poder conseguir whisky, tabaco, azúcar y, obviamente, café. Y como ya era costumbre que los blancos abusaran de ellos, ésta no fue la excepción, pues hacían tratos injustos que consistían, por ejemplo, en cambiar una taza de café por una piel de búfalo. Conocedores Nescafé. *Op.cit.*

¹⁰ En 1809, *Benjamin Thompson*, un brillante y excéntrico expatriado norteamericano, quien prefería hacerse llamar Conde *Rumford*, decía que para conseguir una bebida de primera calidad el agua debía ser fresca, casi en el punto de ebullición, pero el café y el agua nunca debían hervirse juntos, además, una vez preparado el brebaje, jamás debía recalentarse. Él modificó lo que en aquel entonces se conocía como cafetera e inventó su propia versión. 24 años más tarde, un tal *James Wilde* importó el primer tostador comercial de café de Inglaterra a Nueva York. *Ibidem.*

¹¹ En ese entonces, casi tres cuartas partes del café que consumían los norteamericanos se producía en Brasil.

En el caso de América Latina, la llegada del café fue facilitada por la colonización. Llega en primer lugar a Puerto Rico y Santo Domingo, en 1715¹², por los españoles, desde donde se difundió a toda América, hecho que propició que a principios del siglo XVII este continente se convirtiera en el principal productor de café.”¹³ Posteriormente, aún cuando no se ha determinado con exactitud cual fue el primer lugar donde se cultivo, existen tres probables vías de acceso para la variedad arábica: la isla Martinica, Surinam y Brasil.

En 1718, los holandeses llevaron los primeros cafetos a Surinam (Guyana Holandesa), que rápidamente se convirtió en el centro cafetalero mundial. “Las plantaciones de café de ésta y la Guyana Francesa [en donde los franceses introdujeron la variedad bourbon] se desarrollaron con éxito y cumplieron una función trascendente en la aclimatación de la planta en tierras aptas para su cultivo.

A Martinica llegó alrededor de los años 1717 a 1726 de manos del teniente francés *Desclieux*. En 1727, se introdujo el café en Brasil. Corresponde a *Francisco de Melho Palheta*, un funcionario portugués-brasileño, el crédito de adquirir las semillas maduras del café y su plantación en tierras brasileñas, de esta forma el café se extendió gradualmente hacia el sur. Sucesivamente el café se implantó en Jamaica –1730-, Filipinas –1740-, Cuba –1748-, Venezuela –1754- y Costa Rica –1779-.

En México la actividad cafetalera se remonta a 1796, cuando se introdujeron y plantaron en Córdoba, Veracruz, los primeros cafetos provenientes de Cuba por parte de Juan Antonio Gómez. No obstante, existen dos fechas más en que se introduce el grano al país, 1823 y 1847. ¹⁴ En la primera, arribó al estado de Michoacán en donde se plantaron semillas provenientes de la región de Moka, Arabia; en la segunda, se introdujeron cafetos provenientes de Guatemala a la región de Tuxtla Chico, Chiapas, de donde se extendieron a todo el estado.

Una vez diseminado, el café se volvió un producto comercializado intensamente alrededor del mundo e incluso se constituyó en la fuente principal de ingresos de las economías de los países a los que llegó –principalmente africanos y latinoamericanos-.

¹² Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. ASERCA. “*El café Mexicano: de la regulación estatal al libre mercado*”. *Café y Algodón. Claridades Agropecuarias*. No. 20. México. Abril 1995. p 3.

¹³ Jon Thorn. *Manual para sibaritas*. Editorial Evergreen. China. 1999. p. 8, citado en Lourdes Muñoz Commonfort. *Café Orgánico mexicano en el mercado holandés: un caso, la UCIRI de Oaxaca (2000)*. (tesis). FCPyS-UNAM. 2001. p. 2

¹⁴ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (Aserca). “*El café mexicano, calidad de exportación*”, en *Claridades Agropecuarias*. No. 52, 1997, p.3

Como podemos observar, el café ha adquirido diversos roles sociales y económicos con el paso del tiempo, ha sido un integrador social de poetas, literatos, grupos feministas, hombres cultos, ha sido la fuente de trabajo de miles de campesinos que de generación en generación nos han permitido disfrutar del elixir negro, cuya historia no termina, mas bien, evoluciona con muchos altibajos.

3.2 El proceso de cultivo del café.

Es un hecho que el sabor de un buen café depende tanto de la especie como del manejo y cuidado que se le dé al cafeto, una planta con vida propia, que nace, crece, florece y da fruto. El cafeto pertenece al género de las rubiáceas y su cultivo requiere muchos cuidados ya que a cada paso, desde su plantación hasta el tueste, requiere de una atención muy especial.

Es un arbusto perenne, es decir, tiene hojas durante todo el año, las cuales son de color verde intenso; de este arbusto se obtienen flores blancas y olorosas de las cuales - durante los ocho o nueve meses después de la aparición de la flor-se obtienen unos frutos de baya roja cuya semilla es el café. Cada fruto en su interior contiene dos granos de café, que a su vez se encuentran cubiertos por una pulpa dulce. Su color cambia de verde a rojo y, por último, adquiere una profunda coloración carmesí

El cafeto llega a medir de tres a seis metros de altura y en algunas ocasiones hasta doce. En el caso de la altitud, “el rango promedio en el que debe plantarse el cafeto, para la especie arábica es de 900 a 1400 metros sobre el nivel del mar, y de 200 a 600 metros para la especie robusta.”¹⁵ La tierra debe ser húmeda y suficientemente absorbente para aceptar con facilidad el agua. El mejor terreno es el que está compuesto por hojas, otra materia orgánica y piedra volcánica desintegrada.

Su cultivo se ha desarrollado principalmente en las zonas ecuatoriales y tropicales, gracias a que su clima cálido y húmedo es el ideal. El cafeto requiere de una temperatura promedio de entre 17° y 23° C¹⁶, sin variaciones considerables, puesto que el calor excesivo provoca sequedad y las heladas retardan el crecimiento de la planta e incrementan las posibilidades de que los brotes tiernos se congelen –esa es la razón de

¹⁵ Conocedores Nescafé. *op.cit.*

¹⁶ René Coste. El café. Colección Agricultura Tropical. Editorial Blume, Barcelona, 1969, p. 22

que se considere que uno de los factores más peligrosos para la plantación del café sea la baja de la temperatura nocturna-.

Gráfico. 17
Campos de café



Fuente. Internet

Los días lluviosos son favorables para el cultivo, ya que un regado inmediato mejora el contacto entre tierra y raíces; las semillas son plantadas directamente en el campo o en viveros especialmente preparados –aunque posteriormente las plantas jóvenes son trasplantadas a los campos-.

En cuanto a su crecimiento tenemos que los cafetos necesitan de dos elementos importantes: la sombra, ya que ésta disminuye la transpiración de las hojas y evita que los rayos del sol lleguen a la planta, manteniéndola fresca (ésta no debe ser excesiva pues puede resultar sumamente perjudicial); y el agua, que resulta indispensable para los arbustos, pues de lo contrario mueren. El uso extensivo de fertilizantes comerciales se da por una razón, favorecer un crecimiento fuerte y sano, con cosechas más pesadas. Además, son necesarios para evitar que los insectos y microbios dañen la planta.

Una vez que el grano tiene la apariencia de una cereza, se dice que está listo para ser cosechado y generalmente ocurre cuando el árbol tiene cinco años de edad. Una vez realizado esto, da frutos constantemente por 15 ó 20 años más. “Algunas plantas dan un promedio de 2.5 kg de cerezas, equivalentes a 500 g de granos verdes, del que se obtienen 400 g de café tostado, cantidad que permite preparar de 38 a 58 tazas de café.”¹⁷

Básicamente existen dos técnicas de recolección utilizadas por los cafecultores: en primer lugar la forma manual de escoger las cerezas, es la práctica más apropiada puesto que así se distingue mejor entre las semillas verdes y las maduras -que no poseen el

¹⁷ Conocedores Nescafé, *op. cit.*

mismo aroma- lo que nos permite obtener un café de mejor calidad; y, la segunda, consiste en desprender al mismo tiempo todos los frutos que se encuentran en un misma rama.

Una vez que se recolecto el fruto manualmente o mediante la técnica de zarandeo, inicia generalmente el proceso de beneficio. En ambos casos, el producto llamado café verde es seleccionado a mano o a máquina para remover los granos defectuosos y el material extraño. Posteriormente, los granos son agrupados de acuerdo a su tamaño y depositados en costales, con el fin de transportarlos a la fábrica, donde serán transformados en el café soluble que disfrutas en cada taza.

Finalmente encontramos la cata del café, que es el método empleado para determinar la calidad del grano y descubrir las características que tiene la bebida en cuanto al sabor- el aroma, el cuerpo, la acidez, el sabor y la calidad de la muestra. Durante este proceso hacemos uso de nuestros 5 sentidos, a saber:

- **Olfato:** el cual detecta el aroma de la bebida, lo que permite saber el tipo de café que se va a tomar, además de que es un factor indispensable del sabor. Las cualidades del aroma son difícilmente separables del sabor, por lo que sin él, sólo podemos percibir cuatro sabores –dulce, agrio, salado y amargo-, con lo que el paladar gana variedades y matices.
- **Tacto:** nos permite percibir la temperatura del café y si el molido del café es el apropiado.
- **Vista:** nos ayuda a que el color y el cuerpo de la bebida sean adecuados.
- **Gusto:** nos proporciona una capacidad sensorial mas adecuada, aquí es donde el sabor y el cuerpo son calificados. El cuerpo se refiere a la sensación del café en la boca, a la viscosidad, peso y grosor con que es percibido por la lengua. Las características del sabor son tres: riqueza complejidad y balance. La acidez es otra característica deseable del café, no es sinónimo de agrio. Se experimenta en la sequedad que el liquido produce en los bordes de la lengua y en la parte de atrás de paladar; sin suficiente acidez, el café tiende a ser austero.
- **Oído:** aunque pareciera que es el único sentido que no requiere al hablar del café, tenemos que es importante mantener nuestro oído alerta en el momento en el que se está tostando el grano, ya que al alcanzar la temperatura en el punto exacto, el café comienza a tronar como lo hacen las palomitas de maíz, por lo que hay que

retirarlo antes de que se sobre tueste o quemado provocando con ello una transformación de los atributos propios del grano.¹⁸

En este sentido tenemos que cada país produce café con diferentes características, por ejemplo:

- ❑ **Brasil:** su café es aromático, con cuerpo, fuerte y carece completamente de acidez.
- ❑ **Camerún:** su café es fuerte, amargo, denso, sin aroma y con mucha cafeína.
- ❑ **Colombia:** tiene un café muy fino, suave, ligeramente ácido y muy aromático.
- ❑ **Costa Rica:** se caracteriza por ser neutro de acidez
- ❑ **Cuba:** sus características se resumen en suave, ácido y con cuerpo ligero.
- ❑ **Etiopía:** su café es perfumado
- ❑ **Hawai:** produce un café muy afrutado con cuerpo ligero, aroma intenso y fina acidez
- ❑ **India:** su café se caracteriza por ser seco y fuerte, cuerpo denso y aroma ligero.
- ❑ **Jamaica:** tiene un café suave, carece de acidez, con cuerpo ligero y escaso contenido de cafeína.
- ❑ **México:** produce un café intenso aroma y buen cuerpo, por lo general bajo en cafeína
- ❑ **Nueva Guinea:** su café es fuerte, de sabor exótico y gran cuerpo.
- ❑ **Puerto Rico:** tiene un sabor intenso, cuerpo intenso y achocolatado.
- ❑ **Tanzania:** se caracteriza por tener un café suave, de gran aroma, sabor dulzón y afrutado.
- ❑ **Uganda:** su café es de sabor fuerte, alto grado de cafeína y sin aroma.¹⁹

Así se obtienen cafés de calidad. No obstante, existen varios factores que pueden influir en la calidad del café entre ellos el buen manejo de la planta, las especies y variedades de café, localización de los cafetales en altura y latitud, la región cafetera, corte del fruto maduro, el tipo de beneficio –húmedo o seco- y el almacenamiento de éste.²⁰ También existen otros aspectos que determinan dicha cualidad, tales como las características y

¹⁸ Silvia Adel Ortiz. "Los cinco sentidos. Actores principales en la presentación de una aromática taza de café." En Lo mejor del café. Segundo Aniversario. Ediciones Especiales del Excelsior No. 10. Agosto-Septiembre. 2003. p.24

¹⁹ Cfr. Conocedores Nescafé. *op.cit.*

²⁰ Santiago Quintos Karina. La organización Internacional del Café. Impacto del Convenio Internacional del Café de 1994 en el mercado mundial del aromático. *op.cit.* p. 15

defectos del grano, características del tueste y las cualidades de la bebida (que son evaluadas por el catador al oler y sorber la bebida).

3.2.1 La variedad en el café

La primera descripción de la planta del café la realizó Próspero Alpino, en 1591 cuando publicó en su libro "Las plantas de Egipto" el dibujo de los cafetos que había visto en el Cairo; y fue hasta el siglo XVIII cuando los botánicos comenzaron a interesarse en el cafeto, siendo *Linneo* quien definió el género *Coffea*.

Existen cuatro especies de café con sus variedades y formas. "La mayor parte de las variedades cultivadas actualmente se han originado ya sea espontáneamente en campos cultivados, por mutaciones y formas seleccionadas por los productores y propagadas para propósitos comerciales, encontradas por genetistas entre los cafetos cultivados y separadas como variedades para propósitos de registro genético o, por último, por selección deliberada, hibridación y propagación en estado de cultivo."²¹

Gráfico. 18
Flor del café



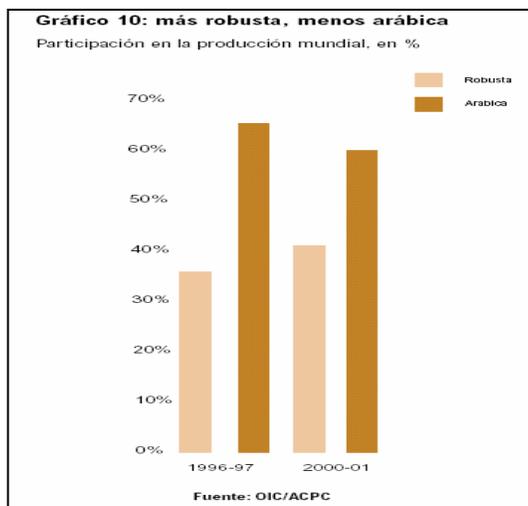
Fuente. Internet

Se ha calculado entonces que existen cerca de 6.000 variedades de cafetos. Así las cosas, tenemos que existen dos clasificaciones importantes de este producto, la botánica (que establece el café arábica y robusta, así como sus variedades) y la comercial [que establece cuatro grupos principales de granos arábica, robusta, suaves colombianos y otros suaves, ver anexo A; no obstante, la demanda está regida por dos, que son: el café

²¹ A. E. Haarer, *op.cit.* p.32

arábica -con alrededor del 70% de la producción mundial- y el café robusta –el cual participa con el 30% restante²²].

Gráfico 19. Café robusta versus café arábica



Fuente. OIC/ACP

Todos en su conjunto, forman parte de la dinámica internacional del comercio de café, no obstante, para efectos de análisis, nos detendremos en los grupos de café más importantes en términos de exportación: el arábica, el robusta, el libérica y el excelsa.

Gráfico. 20

**Los granos de café
robusta y arábica**



Fuente. Internet

²² Dentro del comercio internacional del café existen cuatro variedades determinadas por la Organización Mundial del Café (OIC) la cual enuncia que *“la calidad de cada uno depende de la especie y variedad de los cafetos y de las características del proceso de beneficiado, por tanto existen cuatro grandes grupos: suaves colombianos –que se producen en Colombia, Kenia y Tanzania -, otros suaves -esta calidad es producida en la región de América Central, México, Nueva Guinea, Ruanda, Burundi, entre otros, y son reconocidos por su excelente calidad después de los suaves, Arábicos no lavados –que se cultiva principalmente en América Latina- y robustas –cuya producción se centra en Asia, África, Ecuador y Brasil-”*. Canintrad. http://www.canintrad.com/nouvelles&archives/nouvelles_frame6.htm. Tomado de la Internet el día 25 de mayo de 2003 a las 14: 56 hrs.

3.2.1.1 Café robusta

Durante el periodo que la roya se propagó en Ceilán -1869-, después en la India, Indonesia y África, se destruyó prácticamente todo el café arábica (aunque en Etiopía se dio una excepción, al establecerse un equilibrio ecológico entre las dos especies). Dicha desaparición fue la razón por la cual a partir de 1900 se empezó a cultivar otras especies de cafetos naturales del mismo continente, especialmente la especie *canephora* en su forma robusta; este tipo de café resultó ser más resistente a las plagas del cafeto²³. De Zaire (hoy República Democrática del Congo) fueron transferidas a Bélgica y luego a Java en 1901, de donde se repartió por todo el continente. En América se introdujo en el s. XVIII, empero, se cosechó en gran escala durante los albores del s. XX.

Se caracteriza por arbustos de hojas anchas y onduladas (cuyo tamaño oscila entre los 15 a 30 cm de largo y de 5 a 15 cm de ancho) de las que brotan flores blancas -a veces ligeramente rosadas-. Entre otras particularidades del café *robusta* podemos mencionar que soporta alturas más bajas que los 650 m pero no mayores de 1300m.

Las cerezas tienen una forma marcadamente elipsoidal cuya longitud oscila entre los 8 a 16 cm. Esta especie es originaria de las selvas de África Ecuatorial –Sudán, Uganda y Abisinia – y su producción –30% a escala mundial- se da principalmente en Asia, África, Ecuador y Brasil.²⁴

Cuadro. 6. características del café robusta

Especie	Origen	Características del sabor	Frutos	Sensibilidad
Robusta	África	Bebida fuerte de inferior calidad, ordinaria, no tiene aroma ni sabor agradable, es astringente y de mucho cuerpo. Contiene 2% de cafeína.	Rojos pequeños, redondos y de escaso mucílago	Tolera el sol directo

Fuente: Regalado Ortiz Alfonso. Manual para la cafecultura mexicana. Consejo Mexicano del Café/SAGAR. 1996.

²³ Se reproduce por fecundación cruzada entre plantas diferentes, lo que le produce cafetos heterogéneas del punta de vista genético y una gran variabilidad entre sus descendientes, lo cual explica su mayor resistencia a las plagas. A diferencia del café arábica, cuyo modo de reproducción, la autofecundación de flores hermafroditas, lo convierte en blanco de las plagas, especialmente la roya. Cfr. A. E. Haarer, *op.cit.* p. 14

²⁴ *Ibidem.* p. 41-42

De granos mas diminutos que el café *arábica* -5 a 8 mm-, contiene de 1.4 a 2.5% de cafeína lo que le da un sabor áspero. Es frecuentemente utilizado para la elaboración de los cafés solubles ya que una parte del contenido de cafeína se pierde en el proceso de industrialización, no obstante es de sabor menos fino que el *arábica*, debido a lo cual obtiene menores precios en los mercados mundiales.

3.2.1.2 Café *arábica*

La especie *coffee arábica* es un constituyente natural de los bosques de altura del suroeste de Etiopía, del sur de Sudán y del norte de Kenia. Sin embargo, si bien esta región es el lugar de origen del café, su centro de diseminación fue Yemen –aunque no se conocen exactamente las circunstancias por las cuales el café se traslado desde Etiopía y Sudán a Yemen; al contrario, las condiciones de su esparcimiento posterior señalan a las potencias colonizadoras occidentales, cuya población se iniciaba a la degustación de esta novedosa bebida-.

De Yemen, el cafeto fue llevado (a fines del siglo XVII) a Sri Lanka y a Indonesia por la Compañía de las Indias Occidentales (Países Bajos). Desde Java, pasando por Ámsterdam, Francia, llevaron a las Antillas una variedad que se conoce hoy como *typica*. Otros cafetos salieron en 1640 hacia la Isla *Bourbon*, dando origen a la variedad del mismo nombre.

En América, la planta del café se expandió muy rápidamente por toda la parte Sur y Centro del continente durante el s. XVIII y posteriormente llega a Brasil en 1727, a Jamaica en 1730, Filipinas 1740, Cuba 1748, Venezuela 1754, Puerto Rico 1755, Costa Rica 1779, México 1790, Colombia 1808 y Centroamérica entre 1840 y 1860.²⁵ La ausencia de plagas en estos territorios fue determinante para que la planta se aclimatara y expandiera con éxito dentro del continente.

La categoría de *coffea arábica* fue establecida por *Linneo* en 1753. Esta especie se caracteriza por un arbusto pequeño con hojas brillantes y relativamente pequeñas, que varían en anchura (de 12 a 15 cm de largo y 6 cm de ancho como promedio), en él rotan flores blancas o cremosas. La cereza de este tipo de café es de forma alargada elipsoidal con una longitud de aproximadamente 1.5 cm, primero de color verde, luego roja y finalmente negra azulosa.

²⁵ María Cristina Renard. La comercialización Internacional del Café. op.cit. p. 12

Cuadro 7. Características de las variedades del café arábica

Especie	Origen	Características del sabor	Frutos	Sensibilidad
Typica	Etiopía	Agradable buqué, exquisito sabor, acentuada acidez, demasiado aroma y leve cuerpo, alta calidad y 1% de cafeína.	rojos	No soporta el sol directo ni vientos
Bourbon	África	Buen sabor, buena acidez, leve aroma, abundante cuerpo, 1% de cafeína.	Rojos o amarillos	Soporta el sol directo y los vientos.
Caturra	Brasil	Leve aroma, poca acidez, notorio cuerpo y buena calidad.	Rojos o amarillos	Soporta el sol directo
Maragogipe	Brasil	Sabor ligeramente áspero y fuerte, buen aroma, notorio cuerpo, acentuada acidez y buena calidad.	Rojos grandes	Resistente
Garnica	México	Aroma leve, notorio cuerpo, acidez leve y buena calidad	Rojos o amarillos	Tolera el sol directo
Catuai	Brasil	Aroma leve, notorio cuerpo, poca acidez y buena calidad	Rojos o amarillos	Tolera el sol directo
Catimor	Portugal	Aroma leve, notorio cuerpo, poca acidez y buena calidad	Rojos o amarillos	Resistencia a la roya anaranjada
Mundo Novo	Brasil	Aroma leve, notorio cuerpo, acidez leve, ligeramente suave y buena calidad	Rojos	Tolera sequías y poder de recuperación

Fuente: Regalado Ortiz Alfonso. Manual para la cafeticultura mexicana. Consejo Mexicano del Café/SAGAR. 1996

El *café arábica* es un cultivo que requiere de una altura de entre los 650 a 2800 m. y de clima subtropical. Es muy sensible a las heladas y a los vientos fríos y también. Esta especie de café se distingue por tener un grano más grueso y alargado de 8 a 12 mm que el robusta y su cultivo se ubica principalmente en América del Sur, Central, México y Etiopía (representa el 70% de la producción mundial)²⁶.

Por la calidad de sus granos y un proceso de beneficio mas elaborado que el robusta, es un café muypreciado en los mercados internacionales, por lo que su precio rebasa frecuentemente al del segundo. Contiene de 0.8 a 1.6% de cafeína por lo que su sabor es suave (de ahí la denominación de los grupos suaves colombianos y otros suaves). Entre las formas más conocidas, cultivadas y comerciadas de *café arábica* encontramos: las variedades *typica* y *bourbon*.

²⁶ A. E. Haarer, *op.cit.* p. 34

3.2.1.3 Café libérica

Se distingue por el aspecto correoso de sus grandes cerezas (ovaladas de aproximadamente 2.5 cm de largo, al principio rojas, volviéndose negras al madurar), hojas (de 20 cm de largo por 10 de ancho) y árbol con flores blancas y semillas de 1.27 mm de longitud. El café liberiano tiene frutos y granos muy grandes; los árboles crecen vigorosamente en las regiones más calientes y húmedas de los típicos en las cuales el café árabe no prosperaría bien y sufriría de toda clase de plagas y enfermedades.²⁷

Junto con este tipo de café ubicamos al café *excelsa*, que es un árbol grande y fuerte que, en forma exclusiva entre todos los cafés económicos, se adapta a los países calientes y semiáridos del interior de África occidental, atributos que pueden ser valiosos con vistas al futuro, puesto que el café excelsa necesita poco cuidado una vez alcanzado el tamaño de un árbol regular; sus hojas son grandes de 18 a 28 cm de largo por 9 a 12 cm de ancho, cerezas ovoides y comprimidas de 17 a 18 mm de largo.

Aún cuando los cafés árabe y robusta proveen la mayor parte del comercio mundial de este producto, el liberiano y el excelsa han sido llevados a muchos países en los trópicos. Estos dos cafés de menor importancia económica se han usado también para hibridaciones e injertos y, puesto que presentan grandes variaciones en forma, tamaño de granos y cualidades de infusión, es posible que las selecciones prueben ser de gran valor cuando sean conocidas.²⁸ **(ver Anexo B)**

Cuadro 8. Características de las principales variedades de café

Variedad	Forma del grano	Origen	Lugar principal de cultivo
Arábica	Alargados Lisos	Etiopía	Brasil Colombia Guatemala México
Robusta	Alargada Irregular	África Central	Etiopía India Indonesia

²⁷ *Ibidem.* p. 43

²⁸ *Ibidem.* p. 45

			Uganda Vietnam
Libérica	Ovalada Grandes Acuminada Delgada	Liberia	Algunos países de África Occidental y de Asia
Excelsa	Ovoides Un poco comprimidas	Lago Chad	Algunos países de África Ecuatorial

Fuente: Conocedores Nescafé.

3.2.2 Calidad y beneficio del grano.

La calidad del café depende de dos factores: la especie del cafeto y el proceso de beneficiado. Con base en lo anterior, la calidad de los cafés de exportación esencialmente se clasifican en:

- **Buen lavado.** Tienen la característica de que son de poca altura, regular presentación y agradable en taza; los requisitos estrictos son café sano y bien desmanchado. Se utiliza para el consumo interno, no obstante, tiene poco sabor.
- **Prima lavado.** De altura, con buena presentación y agradable en taza, tanto en lo que se refiere a aroma como a cuerpo y que no tenga más de 10 defectos por 454 gr.²⁹. Es la categoría que exporta México y como tal está cotizado de acuerdo a las normas establecidas por la Bolsa del Café de Nueva York.
- **Cafés de altura.** Tienen la característica precisamente, como su nombre lo indica, de que son de altura, de muy buena y fina presentación en taza, con acidez, aroma y buen cuerpo. Requiere de un beneficiado impecable para no perder su clasificación.

El café de exportación debe entonces aprobar ciertos estándares de calidad para ser aceptado en los mercados internacionales. Existe por ejemplo la preparación americana, en la cual el café que se va a exportar generalmente presenta granos regulares y medianamente uniformes pero con un máximo de 3.5% de mancha (granos defectuosos,

²⁹ Regalado Ortiz Alfonso. Manual para la caficultura mexicana. Consejo Mexicano del Café/SAGAR. 1996. p. 141

fermentación, granos perforado o quebrados, piedras, palos, etc) y la preparación europea, la cual contempla que el café no presente .5% de impurezas.³⁰

En cuanto al proceso de beneficio tenemos que es una de las etapas más importantes dentro del ciclo económico del café, mediante el beneficio se determina la calidad del café lo que puede determinar si una cosecha sale exitosamente al mercado interno o internacional, o bien hay que esperar una nueva cosecha para comercializar.

Este proceso de beneficio nos hace explícita la diferencia entre los grandes productores y los pequeños, además de darles una gran ventaja a los primeros y a los torrefactores, debido a que un grano molido tiene mayor valor agregado que la cereza o el grano en bruto.

Se parte entonces de la madurez que va adquiriendo el cafeto. Los colores del fruto van cambiando según su grado de maduración: primero es una cereza verde claro, posteriormente cuando esta madura adquiere un color rojo oscuro –aunque en ocasiones también puede ser amarillo, todo depende de la variedad de la que se trate-.

Una vez maduro el fruto se realiza el corte de lo que se conoce como café cereza, en donde se requiere el mayor volumen de fuerza de trabajo para iniciar el proceso primario con el cual se convierte el café en un producto comercial. “La transformación del fruto comienza con el despulpado del grano hasta llegar al café pergamino o bien al café verde, momento en donde ya puede ser comercializado.”³¹

Cuadro 9. Características de las principales calidades de café

Tipo de café	Altitud (msnm)	Grano en oro	Calidad en taza
Buen lavado	400 a 650	Pequeño, suave, pulido. Ranura bastante abierta y recta. Película adherida al grano	Bebida pobre, desabrida, casi neutra. Muchas veces de sabor áspero y a principios de cosecha sabor a tierra.
Estándar o prima lavado	650 a 900	Mediano, ligeramente suave, peso medio. Ranura ligeramente abierta	Moderadas cualidades, aroma y acidez fugaz.
Altura	900 a 1200	Grande de todos los tipos. Ranura cerrada y color ligero	Buena calidad. Aroma y acidez pronunciados y moderadamente persistentes

³⁰ Cfr. María Cristina Renard. *op.cit.*. p.9

³¹ Yenia García Talavera. Perspectivas de expansión de mercado de café verde mexicano en Canadá (tesis). UNAM-FCPyS. 2002. p. 8

Estrictamente altura	Mayor a 1200	Pequeño, muy compacto (duro) y pesado. Mas bien circular que alargado	Excelentes cualidades, muy pronunciadas. Aroma persistente.
----------------------	--------------	---	---

Fuente: Santoyo Cortés V. Horacio y Salvador Díaz C., et. al., Factores agronómicos y calidad del café. México. UACH. 1996. p. 10

En los países productores de café suave existen parcelas situadas a una distancia accesible para el transporte de las fincas mayores, a las cuales se vende el café maduro para que sea tratado y a veces curado. A las grandes instalaciones se les llama beneficios y sin ellos, una gran cantidad de café no podría ser sometida al método húmedo puesto que los pequeños agricultores no poseen despulpadoras ni otros medios para preparar pergamino de su café de cereza. “Los campesinos que se encuentran a grandes distancias del beneficio central, preparan su producto por el método seco. Aun cuando es de inferior calidad sigue siendo café suave o moderado, cuando se recoge la fruta madura y se seca cuidadosamente antes de descortezarla.”³²

Como se menciona el párrafo anterior, existen dos vías para quitar la pulpa y la corteza del café lo que permite dejarlo limpio y obtener así el café verde u oro. Estas dos vías o métodos –que a continuación trataremos- son: el beneficio húmedo y el beneficio seco.

3.2.2.1 Métodos de beneficio.

Para comenzar hablar del beneficio del café es importante aclarar que una vez cosechado el café maduro, no debe revolverse café de diferentes alturas y madurez. Se debe considerar que en esta etapa el café está vivo hasta que llega el momento del tueste, es decir, agarra cualquier olor y sabor (sea de tierra, sudor, humedad, etc.), por lo que hay que cuidar este factor al almacenarlo y transportarlo.

Además, antes de convertirse en una aromática tasa, el grano de café tiene que pasar por varias transformaciones (por ejemplo, se le quitan sus envolturas -pulpa y película-) esto se hace durante el proceso de beneficio, el cual se efectúa en los lugares de producción en el momento de la cosecha y “cuyo resultado es el café verde, también llamado café oro, forma bajo la cual se comercializa y/o exporta en sacos de un quintal, a saber 60 kg”.³³

³² A. E. Haarer, *op. cit.* p. 550

³³ María Cristina Renard, *op. cit.* p. 15

Cuadro 10. Métodos de Beneficio del café

Método	Fases del proceso	Fases del proceso
Húmedo	Recepción de café cereza Despulpe del café Remoción del mucílago (fermentación) Secado del café pergamino	Sin datos
Seco	Maduración del café pergamino Limpieza del café pergamino Morteadado o trillado Clasificación del grano Desmanche Café verde lavado	Café capulín o bola Limpieza Morteadado o trillado Clasificación del grano Desmanche Café verde no lavado

Fuente: Regalado Ortiz Alfonso. Manual para la cafecultura mexicana. Consejo Mexicano del Café/SAGAR. 1996

Así las cosas, tenemos que el tipo de beneficio, sea húmedo o seco, determinará el sabor de una taza de café y, por tanto la calidad de éste es fundamental.³⁴ El primero, mas largo y complejo, da un café de mejor calidad y se utiliza para la variedad arábica, excepto los brasileños. Esta es la técnica que la mayoría de cafetaleros de Guatemala, México, Colombia y Costa Rica utilizan. El beneficio seco se utiliza en los casos de los cafés arábicas brasileños y de los de la especie robusta.

En el beneficio húmedo, los pasos a seguir son los siguientes: en primer lugar el café cereza es recolectado de manera inmediata después del corte, para posteriormente ser introducido en grandes tanques con agua que permitirán la selección de la cereza que se producirá (mientras los granos buenos se hunden, los granos malos (picados por ejemplo) flotan, lo que permite eliminarlos).

La siguiente fase es el despulpe, mediante el cual se quita la pulpa que envuelve al grano del café dentro de la máquina despulpadora, ya sea mecánica o manual. Se deja entonces que el café fermente para poder desprender la membrana que lo recubre –llamada mucílago-, acabando de esta forma en café pergamino y es después de que es removida esta capa que se convierte en café oro o verde.³⁵ Más tarde viene el secado que

³⁴ Un café de altura puede echarse a perder por un beneficio deficiente (despulpado inoportuno, fermentación inadecuada, mal lavado, secado en tierra o petate en vez de patio de cemento, etc.) lo que sucede a menudo a los pequeños productores. *Ibidem*. p.19

³⁵ Esta primera parte del proceso de beneficio, la pueden realizar en las instalaciones domésticas; se necesita únicamente una despulpadora, la cual puede ser manual, y un patio de cemento para secar el grano. Es entonces bajo la forma de café pergamino que los pequeños productores venden su café. La siguiente fase del proceso de beneficio que consiste en quitar

puede ser natural, mediante la exposición del grano al sol o la artificial que es a través de maquinas secadoras.

Gráfico 21.
Beneficio del
café



Fuente: Internet.

“Opcionalmente se pule el café, aunque ello favorece la pérdida de humedad del grano el cual se blanqueará rápidamente.”³⁶ Se obtienen así el café verde u oro lavado, el cual se procede a seleccionar por tamaños, manchas y color, todo ello por medio de máquinas; en los beneficios de café más adelantados, existen ya seleccionadoras electrónicas.

El beneficio seco se utiliza en la obtención de cafés no lavados y es la parte complementaria de los cafés lavados en su fase de pergamino a café verde. Mediante esta vía, el café cereza se deja secar sobre el árbol o en el suelo, a veces en secadora mecánica, hasta que el grano quede suelto dentro del fruto, lo que tarda de dos a tres semanas (en México se conoce este café como capulín o bola ³⁷).

Se introduce entonces el café en grandes tanques que permiten su limpieza, posteriormente a ello el grano es sometido al procedimiento de secado que puede ser en maquinas o mediante la exposición del café al sol, quedando convertido en café no lavado, posteriormente se elimina la pulpa (entonces ya seca) por medio de maquinas

el pergamino para lograr el café verde requiere de maquinaria mas compleja que solamente poseen grandes productores, casas exportadoras y algunas uniones de ejidos organizados para la exportación de su producto. A esta segunda fase del proceso de beneficio se le llama frecuentemente beneficio seco ya que no requiere lavado del café; aquí lo consideramos como una parte del proceso mas general del beneficio húmedo. *Ibidem*. p. 16

³⁶ Yenia García Talavera, *op. cit.* p. 9

³⁷ *Ibidem*.

morteadoras o por medio de instrumentos rudimentarios utilizados por los pequeños productores que hacen la tarea del trillado del grano, seleccionado previamente los granos por tamaños.

Gráfico 22.
Maquinas
despulpadoras
de café



Fuente: Internet.

Así, ambos métodos de beneficio pueden ejemplificarse de la siguiente manera:

- ✓ Beneficio húmedo-----Café cereza-----Lavado----Despulpado-----Fermentación----
-Desmucilage-----Lavado----Secado----Café pergamino-----Quitar pergamino---
Pulido Selección----Café verde lavado.

- ✓ Beneficio seco-----Café Cereza-----Secado-----Quitar Corteza---- Selección-----
Café verde no lavado

Gráfico 23.
Trillado del
café



Fuente: Internet.

3.2.2.2 La torrefacción y el café soluble

“Mientras el beneficio del café se realiza por los propios productores o por casas locales, beneficiadoras y exportadoras, su torrefacción y transformación en café soluble, y particularmente esta última, se encuentran concentradas en manos de grandes empresas transnacionales, a menudo de las mayores empresas del ramo alimenticio en el ámbito mundial”³⁸.

La torrefacción, es el proceso de tipo industrial que consiste en desarrollar todas las calidades aromáticas del grano (fragancia y sabor) a altas temperaturas 210 a 230° C, es decir, es el proceso por medio del cual se tuesta -en diferentes niveles- el grano de café. Se realiza en el país de consumo y lo mas tarde posible antes de la venta, para preservar el aroma del café.

El grado del tostado se relaciona generalmente con el color del café y éste con su sabor, de tal manera que un café color claro, resultado de un tostado leve, tiene mas acidez y ha perdido solamente 14% de su peso; por otra parte, un café de color oscuro, producto de un tostado intenso, le queda poca acidez o aroma y ha perdido hasta el 20% de su peso.³⁹ A mayor tostado, mayor destrucción celular (lo que facilita la elaboración de solubles) y mayor aparición de aceite en el grano.

Gráfico 24.
Tostado
de café



Fuente: Internet.

³⁸ María Cristina Renard. *Op. cit.* p. 15

³⁹ Se dice que es suave un café mas ácido La acidez tiene que ver también con la altura y la altitud, así un café mas ácido proviene de mayores alturas. Obviamente, las especies y variedades de café influyen también en el sabor en taza, lo que determina, a su vez, su cuerpo. La región donde se produce determina su aroma. *Ibidem.* p. 18

Paralelamente al proceso de torrefacción, en los grandes países consumidores (Europa y EE.UU.) los industriales del café tienen que proceder a mezclar varios tipos de café. Las compañías compradoras e importadoras realizan compras de varias cargas de café de diferentes orígenes y calidades, es decir, con sabores diferentes durante todo el año. Esto se lleva a cabo con el fin de poder ofrecer al consumidor un producto uniforme y regular, y conservar la imagen de la marca, lo que los obliga a mezclar estas varias remesas y calidades del grano, permitiendo, a su vez, que estas mezclas contrarresten la escasez estacional de ciertas variedades de café).⁴⁰ En ocasiones, el grano de café conoce otro procesamiento más allá de la torrefacción, aquel que lo lleva a su presentación soluble, este último es un proceso netamente industrial y de composición de capital muy elevada.

Los cafés solubles existen desde finales del siglo pasado pero su consumo se ha entendido sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial, aumentado espectacularmente en los años 50 particularmente en EE.UU. La elaboración del café soluble implica su torrefacción, la extracción de agua y la concentración de café, el secado por atomización al aire caliente (el proceso tradicional) o por liofilización.

En el primero, “se toma el extracto líquido resultante del proceso de precolación para secarlo posteriormente con aire caliente a muy altas temperaturas, mismas que provocan que los aromas y compuestos organolépticos se pierdan en una altísima proporción, lo cual hace que el proceso final sea realmente distinto en sabor a un café fresco, tostado y molido.”⁴¹

A través del proceso de liofilización, el extracto del líquido se congela a muy baja temperatura, formando un bloque de hielo –extracto de café en forma de hielo-, el cual pasa a ser granulado, impartándole así el tamaño definitivo para su venta al público. Este café en forma de hielo pasa a unas cámaras de vacío en donde el agua lo sublima, lo que lo hace pasar de un estado sólido a uno gaseoso directamente, es decir, sin haber pasado por un estado acuoso. Una vez que se obtiene el café soluble liofilizado, pasa a la sección de empaque.⁴²

⁴⁰ Las fórmulas de mezclado son secretas, se trata en realidad de ayudar a los comerciantes e industriales de que se adapten a los gustos del consumidor, como lo publicitan. El mezclado permite un control y uniformidad de la calidad, además de maximizar los precios y poder satisfacer la producción disponible. Por ello, a pesar de la publicidad, en estos países, no existe café 100% colombiano, mexicano, brasileño ni guatemalteco. *Ibid.*

⁴¹ Héctor Tocagni. El café. Editorial Albatros. Buenos Aires. 1981. p. 121

⁴² *Ibidem.*

De esta manera, podemos resumir el proceso o ciclo de producción del café soluble en las siguientes etapas:

- **Selección.** se eligen solo aquellas cerezas de café que cumplan con los requisitos de tamaño, color, etc.
- **Controles.** Los granos se someten a procesos de verificación a través de muestras de todos los sacos. El café verde se tuesta y muele para que los especialistas juzguen su aroma y sabor.
- **Mezclas.** Una vez que los granos han cumplido con los estándares de calidad, el café se combina. Es importante saber que el sabor de un café soluble depende de la composición de esta mezcla, mejor conocida con el nombre de *blend*. Aquí se elimina cualquier tipo de materia extraña,
 - **Tueste.** Este proceso se lleva a cabo para liberar su concentrado olor y sabor.
 - **Molienda.** El café es introducido en los molinos y triturado.
 - **Extracción de café líquido.** El café se deposita en grandes filtros, por los que se deja correr agua caliente, lo que da como resultado un licor espeso.
 - **Secado del extracto de café.** El objetivo es convertir el concentrado en polvo. Esto puede ser posible por dos métodos: el aglomerado o tradicional (deshidratación del café) o liofilización (frío al vacío).⁴³

La manufactura de solubles es de capital intensivo, por lo que se concentra en manos de algunas grandes corporaciones transnacionales, que sean capaces de gastar grandes sumas de dinero en publicidad. Desde 1960 aproximadamente, se inició su manufactura en o países productores. Así también, y una de las razones que podría explicar la crisis del mercado internacional del café, tenemos que para la elaboración de solubles se utiliza en general café robusta, esto por dos razones: primero, porque la pérdida del aroma en el

⁴³ Conocedores Nescafé. *Op. cit.*

proceso de industrialización reduce la desventaja de utilizar un café menos aromático pero mas barato. Segundo, porque la perdida de cafeína durante la transformación se ve compensada por el mayor grado de cafeína que contiene el grano robusta.⁴⁴

Podemos observar entonces, que el café es un mundo que envuelve a diversas personas a través del líquido que emana de él y este mundo tiene una historia muy peculiar, que muchas ocasiones es ignorada por el mundo. Pero la historia no termina aquí, ha evolucionado y se ha ido adaptando a las condiciones imperantes en los sistemas económicos nacional e internacional como una especie de rueda de la fortuna aromática, con altibajos ocasionados por las tendencias de la oferta y la demanda, así como de los precios. Siendo nuestro país parte de esta dinámica cafetalera, es necesario conocer también la forma en que nuestros cafeticultores sobreviven a la crisis, por lo que en el siguiente apartado me concentro en el papel de la cafecultura mexicana.

⁴⁴ Sin embargo, la necesidad de mejorar la calidad de los cafés solubles para aumentar su demanda y consumo y los avances tecnológicos (reintroducción del aceite expulsado en las partículas secas, envases al vacío, secado en frío, etc) que disminuyen las ventajas relativas de los robustas, favorecen la creciente utilización de cafés *arábicas* para la elaboración de cafés solubles. María Cristina Renard, *op. cit.* p. 19

Toma un café cuidadosamente mezclado, con cuerpo, muy aromático, y prepáralo con cuidado... obtendrás una bebida fuerte, delicada y placentera. Dáselo al bebedor corriente de café y dirá: "No es bueno". Luego toma ese mismo café, hiérvelo hasta que sus delicadas características hayan desaparecido y consigas obtener un líquido semejante a la lejía y dáselo al mismo hombre, que lo aceptará gozoso y exclamará: ¡Ah, esto es café!

Charles Trigg

El café es un placer para quien lo toma, pero también puede ser una pesadilla para quien lo cultiva, un inestable pero lucrativo negocio para quien lo comercializa y una fuente de riqueza y poder para quien controla su transformación industrial y distribución.

El financiero noviembre 1992

Capítulo cuatro.

El café mexicano y la crisis del mercado internacional del café.

Aún cuando el café no es un cultivo originario de Latinoamérica, es en estas tierras donde ha encontrado las condiciones sociales y climáticas necesarias que lo han convertido en un cultivo de tradición. La cafecultura en nuestro país tiene una importancia económica y social considerable cuyos cimientos se remontan a finales del siglo XVIII, cuando ya se habían registrado las primeras exportaciones del grano provenientes de Córdoba.¹ En nuestros días, particularmente, la importancia del café radica en dos aspectos: su contribución en la generación de divisas para la economía nacional y su participación cada vez mayor en las mesas de las familias mexicanas de diferentes estratos socioeconómicos.

Un ejemplo lo tenemos tan sólo en el periodo de 1984-1993, cuando el café generó divisas cercanas al 20%² de los ingresos totales obtenidos en el rubro de agricultura, silvicultura y ganadería. No obstante, al igual que en el resto de los países productores, la cafecultura se ha visto afectada por los cambios aplicados en las políticas económicas nacionales e internacionales.

En este sentido, varios elementos influyeron en la crisis cafetalera mexicana; el primero lo encontramos en 1978, cuando el crédito bancario canalizado hacia el sector agropecuario, que había ido aumentando desde principios de esa década, cayó por debajo del 60% del total; el segundo, es referente a la inversión extranjera, ya que aún cuando ésta creció un 27% en promedio después de 1988 (gobierno salinista), ésta no benefició ni directa ni indirectamente a los pequeños cafetaleros. Junto a la falta de créditos y capitalización de los cafetos, encontramos dos factores que empeoraron la situación de los cafecultores, y que empezaron a notarse a partir de 1989, con el descenso de los precios del aromático en el mercado internacional y con el gran cambio que han tenido las políticas del Estado dentro de la cafecultura.

Estos factores minimizaron las expectativas de inversión en los predios, lo que estancó e incluso redujo la producción de los pequeños cafecultores. Conjugando los factores anteriores, el resultado no es para sorprenderse, ya que México conserva uno de los

¹ En efecto, los primeros sacos de exportación se enviaron a la metrópoli, España, en 1803. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (Aserca). *"El café mexicano, calidad de exportación"*, op.cit, p. 3

² *Ibidem* p. 5

niveles de productividad más bajo³; es así, que el 90% de los cafecultores mexicanos, quienes poseen menos de 5 hectáreas de cafetal, normalmente cuentan con poco o ningún apoyo económico, técnico, ni inversión en sus campos, lo que se traduce en una reducción significativa de sus ingresos, y por ende, de los ingresos captados por el comercio del café en la economía nacional.

Cuadro 11. Inversión y costos de producción en México y Brasil en 1998 (USD por hectárea)

Conceptos	México	Brasil
Mano de Obra	486.5	919.6
Materiales e insumos	491.25	655.7
Administración	100	145.2
Total	1077.75	1720.5
Producción (sacos de 60Kg)	18	42
USD / saco de 60Kg	59.9	41.1

Fuente: FIRA con datos del CMC y del FNP de Brasil.

“Esta disminución en la captación de divisas y la falta de apoyos del gobierno también causaron que dos años después -en1991-, la deuda cafetalera ascendiera a casi 670 mil millones de pesos, correspondiéndole 170 mil millones a los productores del sector social y 500 mil millones a exportadores de café”⁴, por lo que, dentro de este contexto, algunas instituciones financieras pusieron en marcha nuevas estrategias para hacer frente a la crisis de la cafecultura.⁵

Así las cosas, aún cuando por muchos años la intervención estatal en la producción y comercialización (a través de lo que conocimos por Instituto Mexicano del Café –INMECAFE-, y el Consejo Mexicano del Café –CMC-) fue fundamental en la estabilidad de los ingresos recibidos por las ventas del café, se entró a una etapa en la cual se

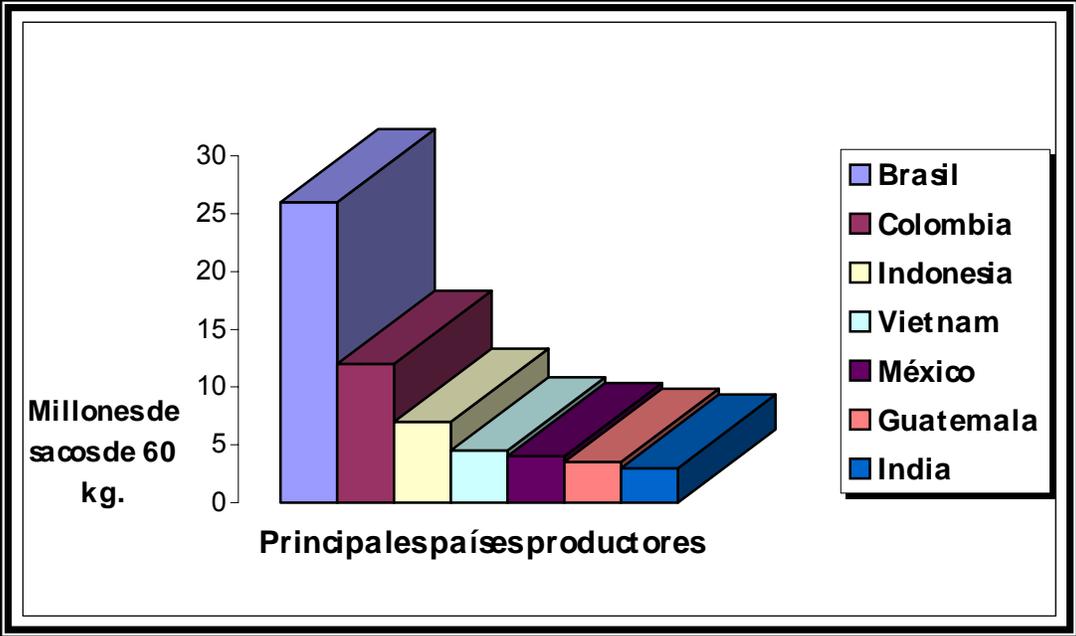
³ Una media de 9.6 quintales por hectárea 1996/97, en comparación con los 34 Quintales de Costa Rica, uno de los países con más alta productividad en el mundo. Además, los costos de producción en México son bastante altos, en cifras podemos observar que son 27.5 más altos que los brasileños y 22.6% mayores a los de El Salvador. Vinicio Santoyo Cortés, et al. “*El café en la perspectiva del Tratado de Libre Comercio.*” En la *Agricultura Mexicana frente al Tratado Trilateral de Libre Comercio.* Universidad Autónoma de Chapingo. México. 1992. p. 69

⁴ Ma. Del Carmen García Aguilar y José Luis Pontigo Sánchez. “*Las reformas económicas del Estado en la cafecultura nacional.*” En Villafuerte Solís, Daniel (coordinador). *El café en la frontera sur. La producción y los productores del Soconusco, Chiapas.* Gobierno del Estado de Chiapas. México. 1993. p. 50

⁵ Entre ellas, Banrural aplicó durante 1989 su “Nuevo Plan de Operación”, el cual incluyó diversas medidas para romper el ciclo de endeudamiento-corrupción característico de esta institución, e incluso, transfirió su cartera vencida -de 3.5 billones de pesos- al Pronasol y al Fideicomiso de Administración y Reestructuración de la Cartera Vencida de Banrural. *Ibidem.*

modificaron las estructuras agrícolas nacionales e internacionales en aras de mayor liberalización, privatización y desregulación, cuyo objetivo era crear sectores económicos más competitivos y globalizados, entre ellos el de la caficultura. A la par de esto, en el mercado internacional se desencadenó una sobreproducción de café que derivó en una estrepitosa caída de los precios internacionales del grano, lo que trajo consigo una cadena de acontecimientos que nos reflejan el grado de pobreza en que viven aquellos que antes se beneficiaban del cultivo del café y la necesidad de crear nuevas políticas y enfoques para detectar nuevos espacios de oportunidad para elevar estos precios.

Gráfico 25. Principales productores de café



Fuente: CMC 2002

Ante tales condiciones, el organismo cafetalero nacional –el CMC- y los organismos agrícolas federales se vieron obligados a redireccionar las estrategias de promoción y desarrollo de la caficultura mexicana. De acuerdo con Roberto Giesemann, presidente del Consejo Mexicano del Café, tanto en términos globales como en el mercado interno: *"éstos puntos de oportunidad se encuentran en la calidad y no en los volúmenes, ya que de acuerdo a estos parámetros México ocupa una segunda posición después de*

Colombia, a pesar de que Vietnam y Brasil tienen mayores extensiones de café⁶. Situación que analizaremos en los siguientes apartados.

4.1 Cultivo del café en México

La actividad cafetalera en nuestro país se remonta a 1796, año en el cual se introdujeron y plantaron en Córdoba, Veracruz, los primeros cafetos provenientes de Cuba por parte de Juan Antonio Gómez. No obstante, existen dos fechas más en que se introduce el grano al país, 1823 y 1847.⁷ En la primera, arribó al estado de Michoacán en donde se plantaron semillas provenientes de la región de Moka, Arabia; en la segunda, se introdujeron cafetos provenientes de Guatemala a la región de Tuxtla Chico, Chiapas, de donde se extendieron a todo el estado. Sin embargo, uno de los primeros visionarios del negocio del café como tal, fue Don Matías Romero, quien advirtió que algunos de los factores que podían hacer redituable el cultivo del café se encontraban en México: terreno y clima apropiados, cercanía con los centros de exportación a fin de no recargar los costos con fletes innecesarios y mano de obra barata en la época de cosecha.⁸

Así, desde mediados del siglo pasado y hasta 1950, predominó en México una variedad de la especie *coffea arábica*, conocida con los nombres de *Typica*, criolla, árabe o nacional. De la misma manera, se recibieron las primeras introducciones de variedades mejoradas como es el caso *Bourbón*, *Mundo Novo* y *Caturra*. Además, entre 1960 y 1970 se introdujeron nuevos cafetos, entre ellos los primeros *catimores* que son resistentes a la roya.⁹

Así, en los más de 200 años de cultivo del café, su beneficiado, comercialización e industrialización se esparcen en el territorio nacional hasta llegar a ocupar 690,000 hectáreas, con 300,000 productores agrupados en 16 organizaciones, mismas que están distribuidas en 12 de los estados de la República Mexicana, abarcando 382 municipios y

⁶ El Economista. "Hacia un consumo de calidad". Café de negocios. 13 de abril de 2004. En <http://www.economista.com.mx>, tomado de la Internet el día 15 de abril de 2004, a las 16.40 horas.

⁷ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (Aserca). "El café mexicano, calidad de exportación", *op.cit.*, p. 3

⁸ Don Matías Romero también impulsó fuertemente el desarrollo de la economía cafetalera en general, especialmente la inversión extranjera, así como la ampliación de la demanda de nuestro café en Estados Unidos. *Cfr.* Aurora C. Martínez Morales, El proceso cafetalero mexicano. *op. cit.*, p. 19

⁹ Consejo Mexicano del Café (CMC). México cafetalero. Estadísticas básicas. SAGAR-CMC. México. 1996. p.3

4,326 comunidades¹⁰ (de las cuales más del 50% corresponden a diversos grupos étnicos que hablan 21 diferentes lenguas) que comparten una cultura común, la del café.

Gracias a ellos, nuestro país produce café de excelente calidad, ya que su topografía, altura, diversidad de climas y suelos, le permiten cultivar y producir variedades clasificadas de entre las mejores calidades de café del mundo, un ejemplo de esto son las variedades Coatepec, Pluma Hidalgo, Jaltenango, Marago y Natural de Atoyac, por citar algunos. A este respecto, México es el primer productor mundial de café orgánico, y uno de los primeros en cafés "Gourmets" o "especiales"; tenemos entonces que el 97% de la producción está centrada en tres variedades de la especie arábica: la **Typica** –cultivada por el 33% de los productores-, seguida por la **Caturra** -con 26%- y la **Bourbon** -con 17%- (no obstante, aunque en menor cantidad, también se cosechan las variedades **Mundo Novo** -10%-, **Garnica** -6%-, **Catuai** y **Catimor** –con 3 y 2% respectivamente-) y el 3% restante en la producción de café robusta.¹¹

Cuadro 12. Estacionalidad de la producción de café en México..

México: Estacionalidad de la Producción de Café.												
	ENE	FEB	MA	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Temporada baja												
Temporada Alta												

Fuente: ASERCA. 2001

La cosecha de café en México se inicia en septiembre y finaliza en marzo, dentro de la cual la mayor producción se concentra en los meses de diciembre, enero y febrero, mientras que en los meses restantes la producción disminuye, hasta llegar a ser prácticamente nula en julio y agosto. El sistema bajo el cual se cultiva el café es bajo sombra en un 99% de los predios cafetaleros y más del 70% con sombra diversificada, condición privilegiada que le confiere una enorme importancia ambiental por ayudar a conservar la biodiversidad y ofrecer diversos servicios ambientales al país, entre ellos, la producción de grandes cantidades de oxígeno. En cuanto a la distribución del cultivo del café es muy amplia, ya que es posible encontrarlo desde los 100 hasta casi los 2000

¹⁰ Los datos presentados son los dados por el Consejo Mexicano del Café en el año 2002.

¹¹ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (Aserca). *op.cit.* p. 5

metros sobre el nivel del mar (msnm), sin embargo, la zona óptima para su desarrollo y producción se ubica entre los 700 a 1300 msnm¹², principalmente en zonas montañosas. De acuerdo con estudios realizados por la Universidad Autónoma de Chapingo¹³, desde el punto de vista biológico, las áreas cafetaleras coinciden con las regiones más ricas y diversas en flora y fauna. Los tres estados más importantes para la producción de café, Oaxaca, Veracruz y Chiapas, son sitios de altísimo valor para la conservación de la biodiversidad.

4.1.1 Tipo, calidad y beneficio del grano.

Hablemos ahora del tipo de grano que se obtiene de los cafetales mexicanos y del proceso de industrialización que se le otorga para alcanzar estándares de calidad satisfactorios para los mercados internacionales (especialmente para el norteamericano y el europeo). Si bien, aún falta desarrollar e introducir tecnología más innovadora a los cafetales mexicanos, hay diversos factores que le proporcionan las características necesarias para obtener un producto de gran calidad. El primer eslabón de este proceso de transformación de café cereza a café verde u oro, denominado por algunos especialistas *industria intermedia del café*¹⁴, implica la transformación primaria del café a través del beneficio seco o húmedo.

El beneficiado seco implica secar directamente al sol los frutos del cafeto por un periodo de entre 8 a 15 días, dependiendo de la intensidad y el periodo de insolación (obteniendo lo que se conoce como café bola o capulín), y el descascarado del grano (por medio del proceso de mortead) para posteriormente ser clasificado y comercializado.¹⁵

El beneficio húmedo, por su parte, implica la recepción y limpieza del café cereza, el despulpado (separación de la cáscara del grano de café), la remoción del mucílago (a través de la fermentación natural en tanques de agua por espacio de 24 a 36 horas,

¹² *Ibidem*.

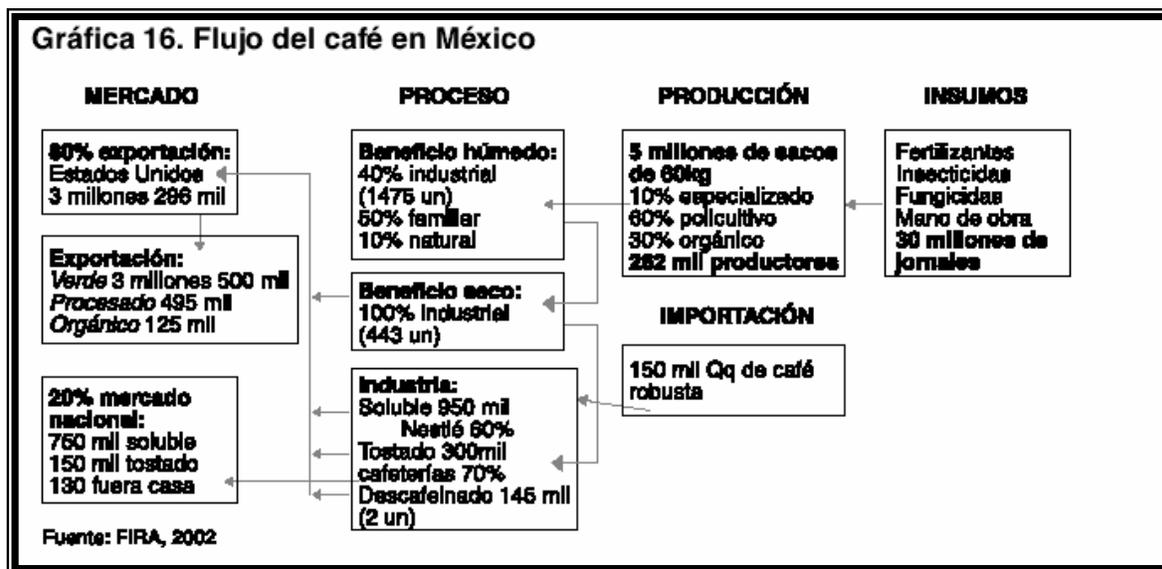
¹³ Cfr. Universidad Autónoma de Chapingo. Diagnostico del valor agregado del café. Trabajo de investigación realizado para la Secretaría de Economía. UACH. 2002. México.

¹⁴ ASERCA, "El café de México a doscientos años de su producción", *op. cit.* p. 11

¹⁵ De este proceso se obtienen cafés naturales, que se caracterizan por un sabor más astringente debido al tipo de fermentación que produjo. Igualmente se considera un producto de menor calidad debido a algunos factores entre los que podemos observar diversos grados de madurez de los granos y sobre fermentaciones en el tiempo de secado. Este tipo de proceso se realiza primordialmente con pequeñas cantidades de café cuyo destino generalmente es el autoconsumo (incluso solo para consumo nacional). *Ibidem*

generando internamente en los granos, las sustancias que producirán los aromas y sabores durante el tueste del grano), así como el lavado y secado del grano de café (que consiste en eliminar la humedad en tres pasos: escurrido, oreado y secado en máquinas especiales).

Gráfico 26. Flujo del café en México



Fuente: FIRA 2002

Una vez concluido el beneficio, inicia una etapa de beneficio seco, que es la etapa previa a la distribución y comercialización del grano, ya sea para exportación o consumo interno; éste proceso es realizado por la industria torrefactora y solubilizadora, misma que le da el mayor valor agregado al producto final. Durante esta etapa, se recibe el café pergamino para evaluación, misma que determinará la calidad del grano¹⁶ para posteriormente, una vez libre de impurezas, humedad y olores ajenos al grano, ser molido y obtener el café oro.

La importancia de esta primera etapa radica en dos elementos: en primer lugar en el ámbito técnico, ya que el buen uso y manejo del beneficio del café permite obtener un producto final de calidad para el consumidor (principalmente para el consumidor extranjero); en segundo, en el ámbito socioeconómico, representa el centro sobre el cual se fundamentan las relaciones comerciales del café en nuestro país, ya que entre mayor

¹⁶ Para la calidad del grano, y dependiendo del mercado de destino final, se debe clasificar el grano de acuerdo a la forma, el tamaño, peso, densidad. Cfr. FIRA, *op. cit.* p. 47

grado de procesamiento mayor es la ganancia del productor al momento de vender sus granos de café.¹⁷

Esto demuestra que dicha dinámica refuerza la actual situación de pobreza en la que viven numerosos cafecultores mexicanos, lo que junto con otros factores, les impide obtener mayores beneficios y por ende, la compra de la maquinaria y las herramientas que necesitan (dejando la mayor parte de las ganancias las grandes empresas que ofrecen el productor con el mayor valor agregado).

Por lo que corresponde a la infraestructura del beneficiado en México, observamos que se compone de casi 2 mil unidades en las que se efectúa el beneficio húmedo del café y más de 440 unidades en las que se realiza el beneficio seco. Los estados de Chiapas y Veracruz suman el 70 y 53 % del número de beneficios húmedos y secos, respectivamente; la capacidad de procesamiento de café cereza en Veracruz es del 44 % de la capacidad nacional, la cual sumada a la capacidad de proceso en Chiapas acumulan el 65 %. Los beneficios secos de Chiapas y Veracruz suman el 70 % de la capacidad nacional, correspondiendo el 51 % al primero y el 19 % al segundo.¹⁸

Ahora bien, el proceso de beneficiado permite hacer una primera clasificación del café, como podemos observar:

□ **Café lavado**

Que se obtiene sometiendo a la cereza de café al llamado beneficio húmedo, método aplicado con mayor frecuencia para obtener café de calidad de exportación. De este tipo de café se obtiene la mayor parte de la producción (ver tabla siguiente).

□ **Café natural**

Se obtiene mediante el llamado método o proceso seco o vía natural, realizado muchas veces por pequeños cafecultores que viven en lugares lejanos a los centros de beneficiado.

□ **Café semilavado**

Por lo general, éste tipo de café es inicialmente procesado por vía natural para posteriormente ser sometido a rehidratación. Tienen la característica muy particular de que de ellos se obtiene una mayor cantidad de cafeína, casi similar a la de los cafés naturales.

¹⁷ Así, el precio local al productor por kilo de café cereza puede variar entre \$1.50 y 3.00 pesos, mientras que el café verde u oro puede alcanzar un precio de \$14.00 pesos por kilo. Cifras de 1999. Francisco Aguirre Saharrea. Introducción al estudio del café. *op.cit.*

¹⁸ Datos del Consejo Mexicano del Café 2002.

Cuadro 13. Producción de café de acuerdo al tipo de beneficio. (miles de sacos de 60Kg)

PERIODO	SUPERFICIE COSECHADA (hectáreas)	TIPOS DE CAFÉ (MILES DE Qq.)			VOLUMEN PRODUCIDO	
		LAVADOS	NATURALES	ROBUSTA	MILES DE Qq.	MILES DE SACOS DE 60 KG.
1994-95	615,516	4,666.10	596.83	162.77	5,425.70	4,159.70
1995-96	683,166	5,876.09	829.56	207.39	6,913.04	5,300.00
1996-1997	690,077	5,720.86	731.73	199.58	6,652.17	5,100.00
1997-1998	700,087	5,385.35	688.83	187.86	6,262.04	4,800.90
1998-1999	713,095	5,328.26	681.52	185.87	6,195.65	4,750.00
1999-2000	713,095	6,946.89	807.77	323.13	8,077.79	6,192.97

Fuente: CMC 2001

Así también, podemos distinguir que algunos comercializadores nacionales ofrecen, con base en la calidad¹⁹, los siguientes cafés:

□ **Altura**

Cafés cultivados a una altura mínima de 1,000 metros sobre el nivel del mar. Su taza se caracteriza por una acidez marcada y un balance perfecto de aroma y cuerpo.

□ **Prima lavado Chiapas**

Cafés seleccionados de varias regiones chiapanecas. Cafés caracterizados por un intenso aroma, una excelente acidez y un cuerpo suave.

□ **Prima lavado Veracruz**

De las zonas productoras de Coatepec y Huatusco. Estos cafés son famosos por su cuerpo marcado, su fuerte acidez y un aroma discreto.

□ **Pluma Hidalgo Oaxaca**

Producidos en la renombrada región de Pluma en el estado de Oaxaca, dan una taza de cuerpo suave, remarcado aroma y acidez excelente.

□ **Pluma lavado Puebla**

¹⁹ Basados en la norma vigente **NORMA NMX-F-551** (que es la norma por la cual se establecen los requerimientos en materia de calidad para ingresar al producto a los mercados estadounidense y europeo), aunque no exactamente en lo que ésta establece. Cfr. FIRA, *op. cit.* p. 48

Producidos en las montañas de la Sierra Madre y de la región productora de Pahuatlán se obtienen cafés de excelente cuerpo con un buen balance de acidez y aroma.

□ **Maragogype**

Que es un grano gigante de la especie arábica cuyo aroma es tan delicado como su exótico tamaño. Posee un contenido menor de cafeína con un aroma notable, buena acidez y cuerpo ligero.

□ **Prima lavado nacional**

Cafés de diversas regiones del país con un mayor porcentaje de defectos que la calidad exportable, son excelentes para cualquier mezcla.

□ **Robusta**

Cafés apreciados por su alto rendimiento, aunque su sabor no es tan delicado como los arábicos se buscan mucho para obtener cafés de cuerpo pesado.²⁰

Muchas de estos cafés cumplen con las normas de calidad establecidas para la exportación del café, el resto de estos es el que frecuentemente se destina para la industria nacional, y por tanto es el café rechazado –por decirlo de alguna manera- el que consumimos día con día en nuestras mesas.

4.1.2 Producción y exportación del café mexicano

En el ámbito internacional, México ocupa el quinto lugar²¹ en el top ten de los países productores de café, después de Brasil, Vietnam Colombia e Indonesia, con la variedad "arábica", lo que lo clasifica en el grupo de "otros suaves". Hasta el año cafetero de 2002-2003, México había producido cerca de 4.4 millones de sacos de café de los cuales exportó 3.4 millones y mantenía una expectativa para el ciclo 2003/2004 de llegar a 4.7

²⁰ También podemos encontrar cafés de menor calidad como son: **Caracolillo**. Café seleccionado que se desarrolló como semilla única en el fruto tomando una forma redonda, además de que toma de la tierra y el medio ambiente sus buenas características. **Natural Atoyac**. Cafés de la Sierra guerrerense que concentran gran fuerza y sabor, son ideales para la mezcla cuando se busca una taza pesada, achocolatada y de carácter. **Desmanche**. Café resultante de la selección de granos; se usa para la elaboración de cafés con azúcar o como mezclas económicas que nos dan una taza ligera y de fuerza sutil. **Granza**. Café quebrado ideal para la preparación de café con azúcar. En esos términos se expresan la mayor parte de las empresas distribuidoras mayoristas de café; dan una idea de las diferencias de calidad por especie, altura y procesamiento, sobre todo en los cafés de buena calidad. *Ibidem*.

²¹ Anteriormente, México ocupaba el cuarto lugar como productor y exportador de café, no obstante con el repunte acelerado de la producción vietnamita pronto quedamos rezagados al lugar que hoy ocupa. Cfr. Servicios de Comercialización Agropecuaria. Mercado Internacional de Café. ASERCA-SAGARPA. Octubre- Noviembre. México. 2002. 21 pp.

millones de sacos de los cuales 3.7 serían exportados.²² Si bien las cifras nos muestran cierta recuperación, todavía estamos por debajo de las cifras de años anteriores, como podemos observar en la gráfica siguiente.

Cuadro 14. Participación de México en la Oferta Mundial de café (millones de sacos de 60 kg)

Ciclo	Producción mundial	Producción en México	%	Exportación Mundial	Exportación en México	%
1993-1994	89.8	4.1	4.6	72.3	3.1	4.3
1994-1995	95.3	4.2	4.4	65.3	3.3	5.0
1995-1996	85.6	5.3	6.2	75.0	4.5	5.9
1996-1997	102.6	5.1	5.0	82.0	4.4	5.3
1997-1998	96.0	4.8	5.0	78.1	3.9	5.0
1998-1999	104.3	4.8	4.6	89.8	4.3	4.8
1999-2000	106.1	6.2	5.8	79.3	5.1	6.5
Promedio	97.1	4.9	5.1	77.4	4.1	5.3

Fuente OIC 2001

Gráfico 27. Generación de divisas por exportación.



Fuente: Consejo Mexicano del Café. 2000.

²² Los datos presentados son tomados de ASERCA, que a su vez presentó los datos de USDA Tropical Products. World Markets and trade. 2003. En ASERCA. Mercado Internacional del Café. México. 2004. En <http://www.aserca.gob.mx>.

El volumen de las exportaciones es variable, por lo que debemos considerar que la mayoría de las compras de café que se hacen en el exterior ingresan a nuestro país para ser transformadas. Por lo tanto, los ingresos generados por estas exportaciones también son condicionados por los montos enviados al exterior y los precios del aromático a escala internacional.

En aras de incrementar los montos de exportación e ingresos, se han establecido normas Mexicanas en las que se obliga a clasificar a los cafés verdes mexicanos, para su comercialización, en once calidades que incluyen los aspectos de variedad, altitud, defectos, imperfecciones y procesos:

□ *Estrictamente altura*

Altura mayor a 900 msnm. Su aroma es rico; acidez completa; cuerpo completo; sabor completo o redondo.

□ *Altura*

Altura mayor a 900 msnm. Su aroma de completo a rico; acidez de pronunciada a completa; cuerpo de fuerte a completo; sabor de pronunciado a completo o redondo.

□ *Extra prima lavado*

Altura de 700 a 900 msnm. Su aroma de completo a rico; acidez de pronunciada a completa; cuerpo de bueno a fuerte o hasta completo; sabor de medio a pronunciado.

□ *Prima lavado*

Altura de 600 a 900 msnm. Su aroma de notorio a completo, sin llegar a rico; acidez de media a pronunciada, sin llegar a completa; cuerpo regular, bueno o hasta fuerte, sin llegar a ser completo; sabor medio.

□ *Buen lavado*

Altura de 600 a 900 msnm. Su aroma de débil o flojo a notorio, sin llegar a completo; acidez de débil a ligera; cuerpo de ligero a regular; sabor de débil a medio.

□ *Lavado*

Sin referencia sobre altitud. Su aroma de dañado hasta rico; acidez de ausente a completa; cuerpo de ligero a completo; sabor de impuro a completo.

□ *Desmanche*

Sin referencia sobre altitud. Su aroma de dañado hasta rico; acidez de ausente a completa; cuerpo de ligero a completo; sabor de impuro a completo.

□ *Natural tipo A*

Sin referencia sobre altitud. Su aroma de dañado hasta rico; sin referencia sobre acidez; cuerpo de ligero a completo; sabor de impuro a completo.

□ *Natural tipo B*

Sin referencia sobre altitud. Su aroma de dañado hasta rico; sin referencia sobre acidez; cuerpo de ligero a completo; sabor de impuro a completo.

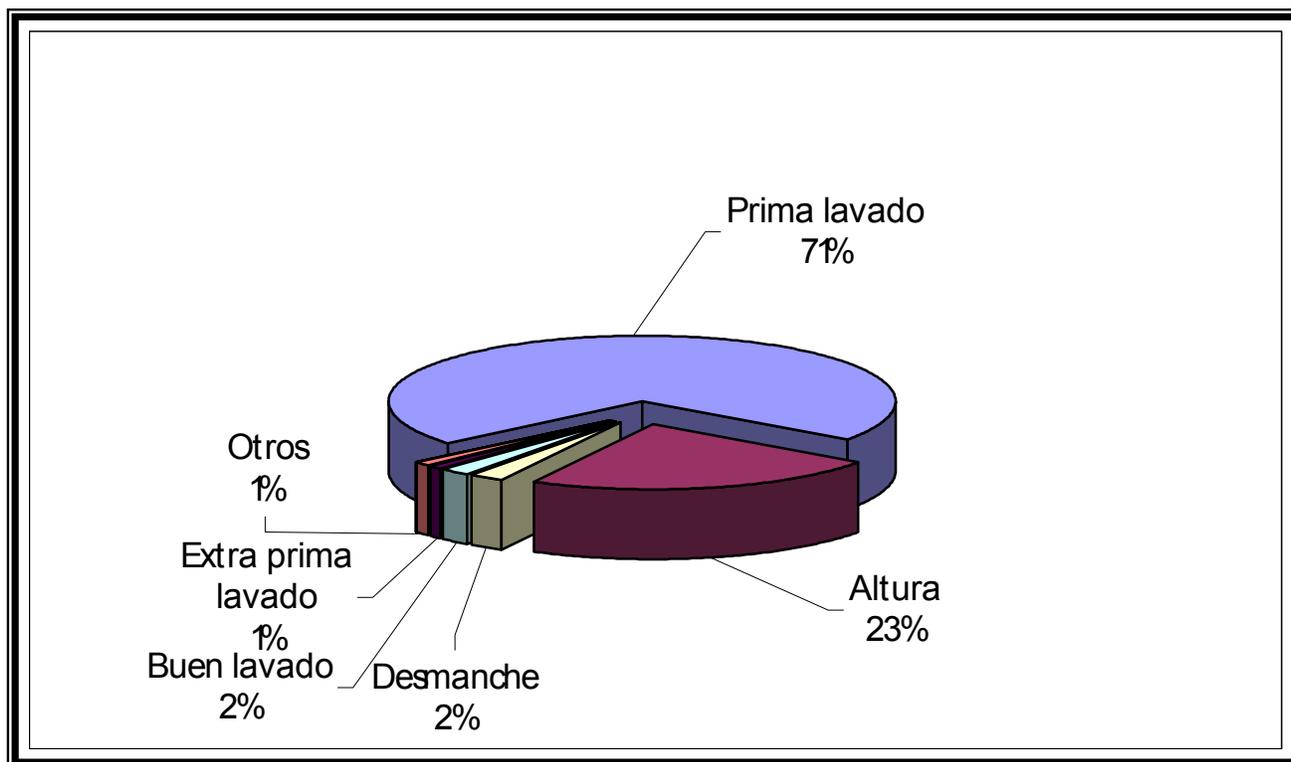
□ *Robusta lavado*

Sin referencia sobre altitud. Su aroma de dañado hasta rico; acidez de ausente a completa; cuerpo de ligero a completo; sabor de impuro a completo.

□ *Robusta natural*

Sin referencia sobre altitud. Su aroma de dañado hasta rico; acidez de ausente a completa; cuerpo de ligero a completo; sabor de impuro a completo.²³

Gráfico 28. Principales tipos de café verde exportados durante el periodo 1998/1999



Fuente. Elaborado por la SAGAR con datos del CMC

²³ Cfr. FIRA, *op. cit.* p.36

Así pues, para atender la demanda de café convencional está vigente la Norma **NMX-F-551**, que establece los requerimientos de calidad del mercado estadounidense y europeo; las principales diferencias entre los dos mercados es la mayor exigencia de los europeos, reflejada en la uniformidad del color del café, el tamaño del grano, el número de defectos que permiten para la preparación, las imperfecciones y los aspectos sensoriales como aroma, acidez, cuerpo y sabor (anexo E). No obstante, debemos señalar que el problema de cumplir o no con las normas de calidad que establecen los mercados internacionales se observa en los precios que fijan los compradores de otros países a nuestro café. En la mayoría de los casos, el café mexicano es castigado o premiado en su precio.²⁴

Cuadro 15. Exportaciones de café por tipo

Tipo de café	EXPORTACIONES* (Sacos de 60 Kgs.)
VERDE:	
Prima Lavado	2,741,461
Altura	875,624
Desmanche	81,177
Buen Lavado	70,788
Extra Prima Lavado	53,521
Natural	20,502
Lavado	6,807
Maragogype	4,781
Robusta	3,034
INDUSTRIALIZADOS:	
Soluble	217,115
Tostado	14,577
Extracto	2,072
OTROS (incluidos todos los tipos y calidades)	
Descafeinado	310,544
Orgánico	126,223
Fuente FIRA	* Ciclo 1998/1999

²⁴ Hasta mayo de 1999, el café mexicano era castigado con diferenciales de 23 puntos con respecto al precio de la Bolsa de Nueva York, lo que significa que si la cotización de los cafés “otros suaves” es de 123 dólares por quintal de café verde, en la práctica el café mexicano sería pagado sólo a 100 dólares por la misma cantidad. Al respecto, Fernando Celis, asesor de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOO) sostiene que dichos castigos son generados intencionalmente para que el precio de nuestro café sea menor para los compradores estadounidenses. Francisco Aguirre Saharrea, *op.cit.*

Recientemente, la oferta de café de calidad inferior, proveniente de la especie conocida como robusta, se incrementó como resultado de las estrategias comerciales y financieras de las empresas que dominan el mercado del café soluble -y que por los bajos costos de producción no repercuten en el precio al consumidor-, las cuales tienen recursos para reforzar vía publicidad el concepto de “comodidad” para incrementar los niveles de consumo de este sector. De esta manera, la calidad de los cafés se está incrementando a través de esta diferenciación como elemento determinante para mejorar los ingresos e impulsar su oferta. En ese sentido, también podemos observar dicha diferenciación de acuerdo al tipo de café exportado, como podemos verlo en el cuadro anterior.

Ahora bien, los principales puntos de embarque para la comercialización del café son Nuevo Laredo -por vía terrestre- y los puertos de Veracruz y Salina Cruz -por vía marítima- cuyos principales destinos son Estados Unidos, Europa y Japón.²⁵

**Cuadro 16. Destino de las Exportaciones de México
(miles de sacos de 60Kg.)**

País	Volumen 98/99	% 98/99	Volumen 99/00	% 99/00
Estados Unidos	3309.1	81.0	4012.0	78.1
Unión Europea	443.8	10.9	878.5	13.2
Alemania	92.6	2.3	128.8	2.4
Francia	70.9	1.7	114.9	2.2
Holanda	102.1	2.5	122.0	2.4
Japón	167	4.1	201.7	3.9
Otros	164.6	4.0	247.5	4.8
Total	4084.6	100	5137.9	100

Fuente: Banco de México, citado de CMC

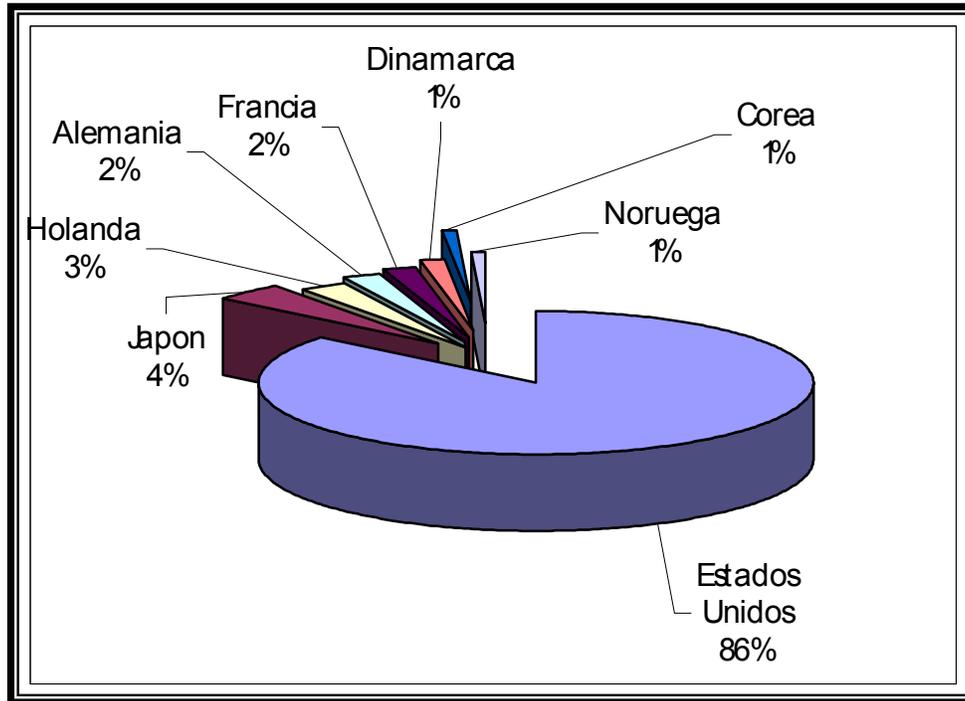
Tenemos pues que se exportan 4 de cada 5 sacos a Estados Unidos²⁶, 80% de la producción total, y el resto a países europeos (Alemania en primer lugar) y asiáticos (como Japón que ha incrementado su demanda de café desde hace algunos años). Es evidente la importancia que representa el mercado estadounidense para las exportaciones mexicanas de café al absorber el 82 % de la oferta exportable de nuestro

²⁵ Una vez que se superó la etapa de crisis de 1989, y hasta 1997, las exportaciones mexicanas de café oro se han ido dirigiendo cada vez más hacia los Estados Unidos, que en promedio recibieron el 80% del total, mientras los países de la Unión Europea consumía solo 17% en el mismo periodo. Cfr. Vinicio Santoyo Cortes et al; "El café en la perspectiva del Tratado de Libre Comercio" *op.cit.* p. 117.

²⁶ Cfr. Aurora Cristina Martínez Morales, *op.cit.* p. 64.

país. Sin embargo, ante esta situación, es imperativo diversificar los mercados para el café mexicano con el fin de aprovechar para beneficio del sector las oportunidades que ofrecen los convenios y tratados firmados por nuestro país con el resto del mundo.

Gráfico 29. Países consumidores de café



Fuente: ASERCA

La explicación a este fenómeno se encuentra en que los productores nacionales, al verse frente a un mercado europeo cada vez más competido y exigente, han optado por retirarse y reorientarse hacia el mercado de los Estados Unidos, más cercano y sobre todo menos exigente que el europeo. Además, el arancel de 4% que los países europeos aplican a nuestro café lo hace menos competitivo frente al grano de otros países como los integrantes del Pacto de Lomé.²⁷

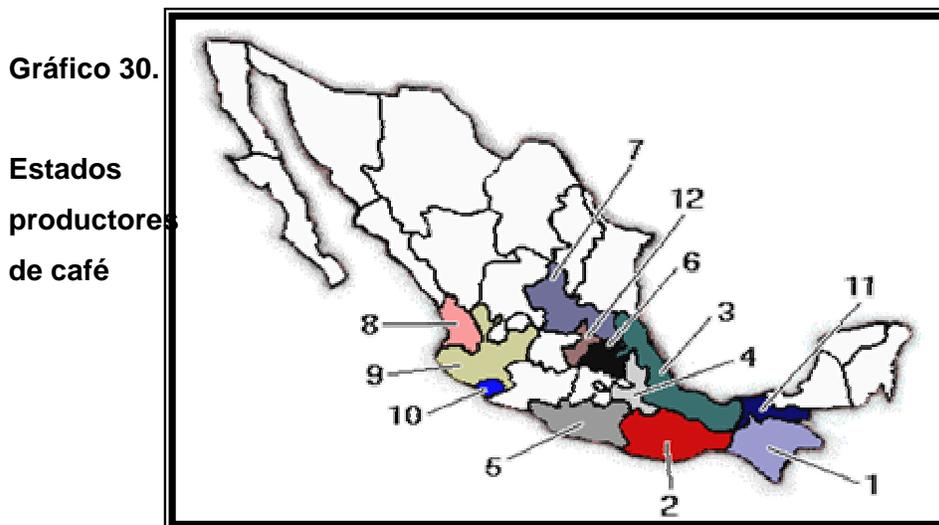
No obstante, el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUE), ofrece la posibilidad de aprovechar un mercado de más de 700 millones de consumidores, que aún

²⁷ Esto debió ser negociado por el gobierno Mexicano para lograr eliminar dicho arancel y dar mayores ventajas al grano nacional. Sin embargo, hasta mayo de 1999 las negociaciones México – Unión Europea no habían tocado dicho tema. *Cfr.* Francisco Aguirre Saharrea, *op.cit.*

cuando demandan productos que cumplan con los más altos estándares de fitosanidad, calidad e inocuidad alimentaria, representan una oportunidad de diversificación del mercado para el aromático mexicano.

4.1.2.1 Estados productores

El cultivo del café se extiende dentro de 12 estados de la República:



Fuente: Consejo Mexicano del Café

Cuadro 17. Hectáreas de cultivo de café por estado productor

Fuente: Consejo Mexicano del Café

1. Chiapas Productores: 73,742 Hectáreas: 228,254	2. Oaxaca Productores: 55,291 Hectáreas: 173,765	3.-Veracruz Productores: 67,227 Hectáreas: 152,457
4.-Puebla Productores: 30,973 Hectáreas: 62,649	5.- Guerrero Productores: 10,497 Hectáreas: 50,773	6. Hidalgo Productores: 25,630 Hectáreas: 42,403
7.- San Luis Potosí Productores: 12,920 Hectáreas: 23,702	8.- Nayarit Productores: 3,730 Hectáreas: 18,731	9.- Jalisco Productores: 597 Hectáreas: 3,060
10.- Colima Productores: 783 Hectáreas: 2,776	11.- Tabasco Productores: 955 Hectáreas: 2,236	12.- Querétaro Productores: 248 Hectáreas: 355

No obstante, de acuerdo con las regiones ecológicas y el régimen de lluvias en que se ubican los cafetos, podemos distinguir cuatro grandes zonas cafetaleras²⁸:

□ **Vertiente del Golfo de México.**

Esta zona comprende los estados de San Luis Potosí, Querétaro, Hidalgo, Puebla, Veracruz, Oriente de Oaxaca y Tabasco.

□ **Vertiente del Océano Pacífico.**

En esta, se localizan los estados de Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit y Poniente de Oaxaca.

□ **Región Soconusco.**

Esta conformada por la región del mismo nombre y que ocupa gran parte del sur oriente del estado de Chiapas. Aunque geográficamente esta ubicada en la Vertiente del Pacífico, difiere en clima de los demás estados, por lo que da origen a una zona diferente.

□ **Región Centro Norte de Chiapas.**

Cuyos cafetales se ubican desde los 300 a los 1200 m.s.n.m.

En estas zonas, en los últimos 6 años, la producción nacional de café ha crecido 1.49 veces, destacando el crecimiento de la producción del estado de Chiapas, que pasó de representar el 31.4% en el ciclo 1994/95, al 34.8% en el ciclo 1999/2000; también superaron el crecimiento medio nacional los estados de Hidalgo, San Luis Potosí y Jalisco, manteniendo este último su participación de 0.2% en la producción nacional.²⁹

Cabe destacar, que en los países productores podemos clasificar a los productores de café en tres grupos, de acuerdo a la superficie cultivada: los **minifundistas** son 259 mil con un promedio de 1.8 hectáreas y representan el 92 % de los más de 282 mil productores y trabajan el 63 % de las más de 761 mil hectáreas.³⁰ Los **productores intermedios** con superficies que van de 5 hasta 50 hectáreas, son poco más de 23 mil (8 %) y poseen el 30 % de la superficie (225 mil hectáreas); otro tipo de productores son los 425 que cultivan más de 50 hectáreas, quienes podrían denominarse **comerciales**, los cuales acumulan más de 58 mil hectáreas.

²⁸ Cfr. ASERCA. "El café en México: doscientos años de su producción". En Claridades Agropecuarias No. 103. Marzo. México. 2002. p. 3

²⁹ FIRA, *op. cit.* p. 18

³⁰ Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA). Boletín Informativo. Situación de la Red Café. Oportunidades de Desarrollo en México. *Op.cit.* p.37

Cuadro 18. Producción nacional por estados 1995-2000
(miles de sacos de 60Kg)

ESTADO	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-2000
	MILES DE SACOS DE 60 KGS.				
CHIAPAS	1,449.08	1,742.60	1,573.39	1,551.18	2,152.30
VERACRUZ	1,571.70	1,173.73	1,392.38	1,333.96	1,561.20
OAXACA	764.34	736.41	490.22	624.75	810.16
PUEBLA	905.69	809.93	820.25	758.40	920.68
GUERRERO	223.87	231.02	202.75	198.18	211.24
HIDALGO	170.98	190.21	154.85	119.65	279.87
SAN LUIS POTOSÍ	81.00	74.91	46.27	43.68	120.58
NAYARIT	100.34	109.53	90.87	92.29	99.84
JALISCO	8.47	9.38	7.67	6.76	14.91
TABASCO	7.28	7.22	6.59	5.85	6.01
COLIMA	15.52	13.59	14.05	14.37	15.24
QUERÉTARO	1.75	1.37	1.63	0.93	0.94
TOTAL	5,300.02	5,099.90	4,800.92	4,750.00	6,192.97

Fuente: Consejo Mexicano del Café. 2001

De la misma forma, de acuerdo con la participación de productores y superficies para cada uno de los tres tipos de tenencia que prevalecen en México, podemos observar a los **ejidatarios**, que son mayoría y tienen la mayor parte del área cafetalera en Chiapas y Guerrero. Los **propietarios** lo son en superficie en Veracruz y los **comuneros** en el área cafetalera oaxaqueña; el resto de los productores y superficies dedicados a la cafeticultura en cada estado son de los otros tipos de tenencia no anotados. Los tipos de tenencia marcan muchas de las acciones que los gobiernos, instituciones y los propios productores pueden emprender.³¹

Así las cosas, la producción se realiza en condiciones tecnológicas y financieras precarias para la mayoría de los productores ya que el manejo de la crisis económica ha comprendido políticas de restricción a las inversiones y subsidios gubernamentales a los productores con menos recursos. Sin embargo, eso no impide que el café mexicano sea uno de los más reconocidos a escala mundial, de hecho es uno de los productos que se

³¹ Cfr. Aurora Cristina Martínez Morales. *Café en taza*. En Los retos de la soberanía alimentaria en México. Tomo I. IIE-UNAM. Juan Pablo Editores. México. 1993. p. 362

ha visto influido por la modalidad de denominación de origen³², es decir, la calidad del café mexicano se ha dado a conocer de acuerdo con la zona donde fue producido entre ellas Coatepec, Pluma Hidalgo, Jaltenango, Marago y Natural de Atoyac.

Ahora bien, cada zona demanda una variedad diferente de la especie arábica, dependiendo de las características que presenten sus áreas de cultivo y de los rendimientos que esta variedad pudiese tener en ellas para obtener granos de calidad de exportación, situación que podemos observar en la siguiente tabla. Así la producción del grano mexicano está llena de diversidad, no sólo en el sentido de la variedad, sino de las formas, condiciones y tradiciones que envuelve su cultivo, lo que contribuye a establecer estas denominaciones de origen para el café mexicano y mayor aceptación en los mercados de exportación.

Sin embargo, todavía falta que hacer en el sentido de elevar la calidad, productividad y nivel de ingresos del sector cafetalero, esto a través del impulso a la producción, financiamiento, promoción y comercialización del mismo en México y el extranjero. Se requiere para ello la participación de productores privados y sociales, con el apoyo de dependencias estatales y federales, banca de desarrollo, comercial e institucional, instituciones educativas y de investigación para lograr verdaderos avances.

³² De acuerdo con la Norma Oficial Mexicana NOM-149-SCFI-2001, la denominación de origen establece las características, especificaciones y métodos de prueba que deben cumplir los usuarios autorizados para producir, beneficiar, industrializar y comercializar un tipo de café, como por ejemplo el denominado "Café Veracruz", que se produce dentro de la zona geográfica específica establecida en la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen. *Cfr.* Secretaría de Economía. Norma Oficial Mexicana NOM-149-SCFI-2001. Café Veracruz-Especificaciones y métodos de prueba. DOF. México. 2001.

De acuerdo al artículo 156 de la Ley de la Propiedad Industrial mexicana, una denominación de origen es el nombre de una región geográfica del país, que sirve para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste, los factores naturales y los humanos. Este tipo de signos distintivos son especiales porque a diferencia de una marca, la cual tiene como finalidad distinguir productos o servicios entre genéricos, las denominaciones de origen, otorgan protección a los genéricos mismos.

**Cuadro 19. Importancia de las variedades de café por zonas
en cada estado y tipo de productor**

Región	Variedades utilizadas por pequeños productores (hasta 5ha)	Variedades utilizadas por medianos y grandes productores (más 5ha)	Observaciones y/o tendencias
Xicotepec de Juárez, Puebla	Caturra Rojo Mundo Novo Garnica	Caturra Mundo Novo Garnica Catuaí Catimor Pacaramara	Los grandes productores promueven catuaí y garnica.
Cuetzalán, Puebla	Typica Caturra Mundo Novo Bourbon	Caturra Garnica Pacaramara Garnica enano	Difundir Pacamara entre los grandes productores a través de viveros.
Zona central de Veracruz	Typica Caturra Garnica Bourbon Mundo Novo	Typica Caturra Garnica Bourbon Mundo Novo	Durante la crisis los pequeños productores demandaron mas typica.
Selva Lacandona y Norte de Chiapas	Bourbon Mundo Novo Typica Caturra Garnica	Caturra Garnica Bourbon Mundo Novo Typica	Los grandes productores que se ubican en Yajalón comienzan a introducir caturra y ampliar garnica.
Soconusco, Chiapas	Bourbon Catuaí Caturra Mundo Novo Typica	Catuaí Caturra Bourbon Catimor	En zona lata Catuaí amarillo y catimor producen madurez irregular del grano.
Istmo, Oaxaca	Typica Bourbon Garnica	Caturra Mundo Novo Typica Bourbon	Los pequeños productores introducen typica sobre todo para producir café orgánico.
Pluma Hidalgo y Pochutla, Oaxaca	Typica Caturra Bourbon Mundo Novo	Pluma Hidalgo Caturra Catuaí Mundo Novo Garnica Pacas	Entre los grandes productores, mejorar Pluma Hidalgo en cuanto a marca y técnica de producción.
Atoyac de Alvarez, Guerrero.	Typica Garnica Bourbon Caturra	No se obtuvo información	Predominan los sistemas de cultivo rusticano y tradicional, la superficie de pequeños productores en algunos casos rebasa las 5ha.

Fuente: Santoyo, et. al. 1994, citado por UACH, 2002.

4.1.2.2 Consumo interno y nuevos nichos de mercado

A pesar de que México es el quinto país más importante en cuanto a producción mundial de café, el consumo del grano en nuestro país es sumamente bajo. El consumo interno, entendido como la cantidad de café que se vende en el mercado nacional, se puede apreciar en varios aspectos del consumo de café verde, por ejemplo por parte de la industria torrefactora, descafeinadora e inclusive, farmacéutica y refresquera; además de la demanda del consumidor final, es decir, el consumo de café por cada habitante (que es de aproximadamente entre 600 y 900 gr. *per cápita* anual).³³

Durante años el mercado nacional ha demandado cerca del 20% de la producción total, lo que representa uno de los niveles más bajos de consumo a escala internacional. El movimiento de alza y baja de los precios, de alguna manera ha impedido la posibilidad de expansión del consumo del grano, en la medida en que el volumen del comercio internacional de café mexicano está en función de los precios internacionales de éste, aumentando así la inestabilidad del volumen de las reservas del grano lo que, a su vez, con lleva a que no se haga promoción del mismo en México para aumentar su demanda interna, ya que en ocasiones se prefiere venderlo al exterior.

Así las cosas, el consumo tampoco ha registrado un crecimiento sustancial en el ámbito interno gracias a diversos factores que lo afectan de manera importante, por ejemplo, la baja calidad del grano y de las mezclas ofrecidas por los torrefactores aunado al elevado precio al consumidor directo, ya que en México, a diferencia del mercado mundial, el mayor consumo es de café soluble nacional -tradicionalmente fabricado con granos de inferior calidad- y de café tostado y molido -que proviene, en la mayor parte de los casos, de café “caracolillo” y “planchuela” granos que son rechazados de los mercados internacionales por su baja calidad.³⁴

En segundo lugar, otro de los factores que limitan el consumo interno es la competencia del café con otras bebidas, principalmente los refrescos -que se han convertido en su principal competidor, (lo que nos coloca en los primeros lugares del consumo de éstos, particularmente de Coca-cola)-, los jugos y el agua embotellada, dado que las empresas productoras de éstos, generalmente cuentan con una estrategia comercial y un marketing bien definido, acaparando con ello el mercado nacional.

³³ Aurora Cristina Martínez, *op. cit.* p. 56

³⁴ FIRA. *op. cit.* p. 22

Cuadro 20. Precios en casa de bebidas que compiten con el café en México

Productos	\$/240 ml
Café (tostado molido) convencional	0.69
Café (tostado y molido) orgánico	0.91
Aguas saborizadas galón 4 marcas	1.01
Agua Natural litro 2 marcas	1.32
Refrescos 2 litros (6 marcas)	1.39
Leche entera UHT 1 litro (7 marcas)	1.71
Agua Mineral litro (4 marcas)	2.34
Jugo / néctar litro (3 marcas)	2.40
Cerveza 6 pack (7 marcas)	4.07
Vino tinto 750 ml 8 marcas (8 marcas)	27.81

Fuente: FIRA con datos de tiendas de autoservicio y expendios de café 2002.

Otro factor, es la falta de promoción de este producto por parte de los empresarios y el gobierno mexicano para alentar a la población a tomarlo, además de que existe un rezago en cuanto a la mercadotecnia utilizada. Un factor más, el más trascendental, es que durante generaciones ha prevalecido en la cultura mexicana la idea de que el café es nocivo para la salud, lo que derivado en la publicación de numerosos estudios que demuestran lo contrario.³⁵

Ahora bien, además del consumidor individual de café, los granos mexicanos que no son exportados, se utilizan en la industria nacional productora de cafeína, de café soluble, tostado y molido. Esta planta industrial absorbe un promedio de 1.6 millones de sacos (de 60 Kg) de café verde al año, del que se destinó en la década pasada alrededor de 45% a la fabricación de cafés solubles; 18.3% a la torrefacción y 36.7% se convirtió en café tostado y molido mezclado con azúcar. Cabe señalar que en la mayoría de estas industrias no se cuida la calidad del grano, pues las exigencias del consumidor mexicano no se reflejan en la fabricación de cafés tostados, molidos y solubles de gran calidad.

³⁵ El café posee grandes propiedades y beneficios para el cuerpo humano, como lo ha señalado Darcy R Lima, profesor el instituto Federal de Neurología de la Universidad de Río de Janeiro, quien estipula que el café no sólo es cafeína, sino que tiene mas de 1 000 componentes vitamínicos, aminoácidos, azúcares, lípidos y minerales que lo hacen ser considerado por la FDA como medicina para los pacientes alcohólicos y para prevenir el cáncer, ya que posee vitaminas C y E. Así también, la asociación medica de EUA dice que el consumo de cafeína moderada puede ayudara a prevenir la enfermedad de Parkinson. Yania Garcia Talavera. Perspectivas de expansión del mercad de café verde mexicano en Canadá. *Op.cit.* pp.35-37

Además, la normatividad legal no establece exigencia alguna, por el contrario, permite la inclusión de adulterantes en la producción³⁶.

En lo referente a los hábitos de consumo, tenemos que el consumo de café en México está segmentado en dos tipos de café, café soluble (75 %) y tostado y molido (25 %); aún cuando el consumo per cápita es bajo, el 73% del consumo en casa es de café soluble y solamente el 14% del consumo en casa es bajo la presentación de café tostado y molido, lo que se traduce en un promedio de apenas 1 taza cada 2 días –0.49³⁷ tazas por año por persona.- Estos datos, conjuntados con los relativos a los beneficios que los compuestos del café proporcionan para la salud, son relevantes para ser utilizados en la promoción para incrementar el consumo interno del café.

En cuanto a los nuevos nichos de consumo tenemos al café orgánico, al gourmet o de especialidad y a los cafés de sabores. El **café orgánico** se caracteriza por que es cultivado bajo las formas tradicionales, es decir, libre de compuestos y productos químicos. Los cafés de especialidad son un segmento de mercado en crecimiento que - por ejemplo en Estados Unidos ya representa el 35% de las ventas sin incrementar el consumo per cápita- han generado negocios en el ramo de las franquicias.³⁸

El término de “**café especial**” o “**café de especialidad**” tuvo su origen en Estados Unidos; se aplicó al principio a la gama de productos vendidos en tiendas dedicadas exclusivamente al café para diferenciar estos cafés del café generalmente disponible en supermercados y otras tiendas al por menor. El término “gourmet” se utiliza también, pero ahora se aplica a tantos productos que ya no despierta interés, por lo que puede decirse que la expresión “cafés especiales” se ha convertido en una nueva etiqueta genérica que abarca una gama de cafés diferentes, lo que consiguen una prima superior a los demás cafés, o bien, son considerados por los consumidores diferentes de las marcas de café disponibles normalmente.

Los cafés especiales se refieren hoy en día a las ventas de café en grano y a las bebidas de café servidas en barras de café y *coffee shops* (denominada así por oposición a restaurantes y otros establecimientos de comidas), en concordancia con lo cual se ha

³⁶ Entre otras, remolacha, higos secos, cebada, garbanzo, haba, maíz, centeno, trigo, soya y bagazo de la cebada y de la caña de azúcar. Cfr. Aurora C. Martínez Morales. El proceso cafetalero Mexicano. *op. cit.* p. 59.

³⁷ FIRA. *op.cit.* p.28

³⁸ En México existen empresas que ya participan como Cafés La Selva -con 19 locales especializados en café orgánico en el DF, tres estados y en España-, así como *Coffee Station*, Cafés Etrusca, Finca Santa Veracruz y otras. *Ibidem*.

derivado una nueva tendencia de consumo de “cafés perfumados”³⁹ en los países industrializados; en México no es la excepción, ya que se están incrementando los cafés y barras de especialidad en donde se ofrecen las preparaciones más conocidas basándose en el café espresso: latte, capuccino, frapuccino, en presentaciones frías, calientes y saborizadas (cajeta, rompopo, amareto, moka, chocolate, etc).

Así pues, la necesidad de implementar este tipo de negocios surgió como una alternativa de crear beneficios para microempresarios y productores y, con ello, el debido aumento del consumo de café en nuestro país y el fortalecimiento del mercado interno. “De esta manera, resultó imperativo conjuntar tres elementos en el nuevo sector, a decir, el cuidado de la calidad del café en taza; el ambiente socio-histórico de las cafeterías (intelectual y lúdico, centro de vida e interacción social); y, la incorporación del ingenio a través de nuevas propuestas pero siguiendo el concepto de las barras de café.”⁴⁰

Este *boom* de las cafeterías o *coffe shops*, muchas de ellas franquicias de origen extranjero, representó el 23% del total de empresas franquiciarias durante el 2002, es decir, que durante este periodo 127 franquicias fueron abiertas⁴¹, entre las que podemos mencionar *Coffee Station*, *The Italian Coffee*, *Coffee House*, *Starbucks*, *Giornale Café*, *Finca Veracruz*, *La Selva Café*, entre otros. No obstante, me gustaría contrastar la situación que particularizan a dos de ellos: *Starbucks* y *La Selva Café*, siendo que el primero responde a los intereses económicos de grandes corporaciones transnacionales (y que siguen la lógica de la globalización), mientras que el segundo responde a los intereses comunales (que buscan incrementar el bienestar de los cafeticultores).

Así las cosas, *Starbucks* pertenece a un consorcio norteamericano, *Starbucks Coffee Company*, que introduce su marca gracias a la empresa Alsea.⁴² Dicha compañía

³⁹ Surgieron entre los años 1984 y 1986, se denominan así porque se le adicionan sabores de vainilla, chocolate, almendra y frutas, lo que les da un aroma más dulce al momento de prepararse, semejante a un perfume. Lourdes Muñoz Comonfort. Café orgánico mexicano en el mercado holandés: un caso, la UCIRI de Oaxaca. (tesina). *Op.cit.*. p.9

⁴⁰ Jaime Coello. “La exportación ya no es negocio: barras de café, moda, tendencia u oportunidad.”. Revista El mundo del Café. No. 12. México. 2001. p.34

⁴¹ De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias, AMF, que solo proporciona cifras del sector alimentos y restaurantes. Las franquicias, oficialmente definidas en México desde 1991, con inclusión del artículo 142 en la Ley de Propiedad Industrial, son licencias de uso de marca que proporcionan asistencia técnica o el famoso *know how*. Según datos de la AMF, optar por esta opción es un negocio seguro ya que el 90% de ellos llegan al quinto año de vida y recuperan su capital. Su fuerza está en la marca y en el famoso saber hacer. Sarayd Luna. “*Barras de café, tendencia contagiosa*”. En Aroma. Especial de café. Reforma. México. Agosto. 2003.

⁴² Empresa que en México ha introducido a *Domino's Pizza* y a *Burger King*. Su estrategia para entrar a los diferentes mercados, en este caso el del café, es a través de la modalidad de *joint ventures*, es decir, el establecimiento de alianzas

visualizó al mercado latinoamericano como uno de los más propicios para la venta de café, dado que es una de las regiones donde se concentran algunos de los productores de grano más importantes. Su primer tienda en América Latina fue inaugurada en nuestro país, ya que en palabras de Howard Schultz, presidente del Consejo de Administración y Director de Estrategia Global de *Starbucks*: "México, que representa un mercado importante en América Latina, fungiría como trampolín para la expansión estratégica de *Starbucks* en el resto de la región".⁴³

Así, en septiembre de 2002 se abrió la primera cafetería de esta cadena, con miras a establecer más de 10 cafeterías en menos de tres meses, situación que no fue muy alejada de la realidad. En este sentido, los representantes de la empresa exaltaron la idea de que no tendrían competencia en nuestro país, dado que "*Starbucks* vende más de 100 tipos de café y tienen un diseño de tiendas que busca la satisfacción del cliente como ninguna otra cafetería en el mundo."⁴⁴

En contraste tenemos a La Selva Café, que es una iniciativa creada en 1995 por una asociación de cafeticultores, la Unión de Ejidos de la Selva, la cual generó una propuesta alternativa de fomento empresarial, que tiene muy pocos precedentes en México, ya que vinculan en una sociedad empresarial a organizaciones campesinas con particulares, desarrollando con ello una cultura empresarial amigable con el medio ambiente y las tradiciones comunitarias, gracias a la cual, "se consolidó una organización social de productores en una región de alta marginación, como es la región selva del estado de Chiapas, que integra 1,200 productores con 2,400 hectáreas de café orgánico"⁴⁵.

con consorcios locales que tengan valores en común (entre ellos, cultura corporativa, enfoque en el consumidor, calidad en productos y servicios, solidez financiera e integración de los recursos humanos). Cfr. Hiroshi Takahashi. "*Starbucks, trae cafeterías.. y opositores*." El Universal. Lunes 19 de agosto de 2002. Finanzas, p. 8

⁴³ Hiroshi Takahashi. *Op.cit.*

⁴⁴ No obstante, su llegada no fue acogida con beneplácito por el sector social, ya que el día previsto para su inauguración Ronnie Cummins, director de la *Organic Consumers Association* (OCA, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos, había preparado un complot en contra de esta compañía, argumentado que "era otra corporación americana, que pretendía ser socialmente responsable y reconocida como un ejemplo de cultura orgánica, pero sin ser coherente con sus acciones." Asimismo, aún cuando representantes de *Starbucks* aseveraban que mantenían alianzas con los agricultores oaxaqueños y chiapanecos, en aras de ofrecerles un precio más alto por sus productos y que el café cuya marca registrada es *Shade Grown México*, era cultivado bajo estrictas normas ambientales y comprado a productores chiapanecos por precios arriba del normal, Chris Treter, miembro de OCA y uno de los enviados a investigar la crisis de los cafetaleros a Chiapas el año pasado, explicó que era falso que *Starbucks* pagase precios justos, incluso menos de 1% del café que comercializa la empresa podía entrar a esta categoría del comercio justo. *Ibidem*.

⁴⁵ David Velasco. "*Café La Selva: una experiencia de desarrollo indígena empresarial*". En Aqua y desarrollo sustentable. Agosto 2003. Año 1. No. 6

Esta iniciativa es la culminación de las estrategias para colocar su producto en condiciones de mayor competitividad y precio, por lo que la oferta de un café de alta calidad y la venta directa del grano por parte de los pueblos indígenas⁴⁶, socios y principales beneficiarios del negocio, le dan al Café La Selva -y a sus cafés orgánicos certificados- un perfil propio. Así también, este sistema permite a la Unión la venta directa de su café en taza, a través de la instalación de las cafeterías La Selva, las cuales venden 166 toneladas anuales de café orgánico, que representan el 10% del café orgánico producido por la Unión.⁴⁷ Dado que estas cafeterías responden al concepto de cafeterías de alta calidad, tanto en el sentido de los productos como del servicio, se han establecido alrededor de 19 en territorio nacional, además de que, de manera directa, la Unión ha colocado en el mercado 2 sucursales más, en Estados Unidos (en Atlanta, Georgia) y Europa (en Barcelona España)⁴⁸, consolidando con ello la marca La Selva.

De la misma manera, “establecieron procesos productivos orgánicos, sustentables, que permiten ofertar 29,000 quintales de café de calidad orgánica, reconocida y certificada por *Naturland*, implantando además una agroindustria con una capacidad de transformación de 50,000 quintales anuales, así como una torrefactora que permite el tostado homogéneo, controlado y libre de contaminación del café producido por la Unión y de otras organizaciones”⁴⁹; con ello, lograron la integración vertical del proceso productivo, desde la producción de café, la transformación, el envasado, la comercialización y la venta directa en taza, lo que dio como resultado un café de mayor valor agregado, que al ser vendido en el mercado, obtenía un precio más alto, mismo que se ve retribuido directamente en los bolsillos de los cafeticultores.

Asimismo, dado que el café es vendido sin intermediarios, la distribución directa permite que los productores obtengan precios más altos por sus granos; por tanto, la generación de proyectos para la venta directa de café en taza, ha permitido a la Unión encontrar un

⁴⁶ Que son cerca de 1368 familias campesinas, muchas de ellas pertenecientes a etnias, como los *tojolabales* y *tzeltales*. Datos tomados del sitio en Internet de La Selva Café. www.laselvacafé.com.

⁴⁷ Centro de información para México, Cuba y República Dominicana. “*Café La Selva*.” Boletín ONU. No. 02/145. ONU. México. 24 de octubre de 2002.

⁴⁸ David Velasco. *Op.cit.*

⁴⁹ Centro de información para México, Cuba y República Dominicana. *Op.cit.*

canal comercial único, colocando en el mercado un volumen aproximado a tres toneladas mensuales, al mejor precio posible.⁵⁰

Así las cosas, mientras que sigan estableciéndose franquicias como *Starbucks*, es decir, empresas desligadas de los intereses de los productores y que no respetan los esquemas de comercio justo y certificado, la situación de los cafeticultores nacionales no mejorará. Asimismo, aún cuando podría pensarse que con este *boom* de barras y *coffee shops*, el consumo interno se incrementaría, la verdad es que el tomar café se convierte en un negocio cada día más elitista, ya que es menor el número de consumidores dispuestos a pagar una marca, como la de *Starbucks*, *Second Cup*, *The Italian Coffee*, etcétera, que asegura servir cafés de calidad sustentable, cuando compran un mínimo porcentaje de esta categoría. Lo mismo pasa cuando afirman comprar granos mexicanos, siendo que gran parte de sus *stocks* son importados de países africanos o centroamericanos, que lo venden a menor precio.

De esta manera, aún cuando Café La Selva también ha logrado consolidarse como una marca reconocida a escala mundial, las actividades que realiza nos demuestran que si bien no es el paradigma perfecto de la venta justa del café, por lo menos ha contribuido a abrirle las puertas a los mercados internacionales a los productores y etnias organizados⁵¹, de manera que obtengan más beneficios, y por supuesto varios pesos más, por el esfuerzo realizado al cultivar su café.

⁵⁰ La contribución en este proceso ha sido de gran valor para la Unión ya que ha permitido a sus agremiados recibir el pago directo de su café a precio preferencial, en un momento en que el precio del café está en su nivel más crítico. A la vez se mantiene un proceso constante de conservación del medio, mediante procesos productivos amigables con el ambiente.

La experiencia de esta organización ha sido reconocida como una de las experiencias de desarrollo social más importantes de los últimos años, al recibir el Premio Iniciativa del Ecuador otorgado durante la Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable en Johannesburgo y el Premio *New Ventures* 2002. A pesar de ello se trata de una experiencia en maduración, con logros en múltiples dimensiones, pero también con retos y dificultades. David Velasco. *Op. cit.*

⁵¹ Así por ejemplo, a finales de la década de los noventa, otras organizaciones lograron obtener también la certificación de sus cafés, lo que les permite vender directamente al mercado europeo y estadounidense. Así podemos mencionar a la Unión *Majomut*, la UCIRI, que aún cuando no han llegado a consolidar empresas o cafeterías con una marca propia de café, han logrado que sus cafetales cumplan con las normas internacionales de producción de café orgánico, con mayor valor agregado, que recibe mayores montos por su venta. De la misma manera, se han ido consolidando consorcios cafetaleros mexicanos que compiten en el mercado de las barras y *coffee shops*, como la Finca Santa Veracruz, pero vendiendo granos mexicanos de alta calidad en cada taza.

4.1.3. Políticas de comercialización

Hablemos ahora de la cadena de comercialización de café y las políticas aplicadas a ésta. Es importante mencionar que las normas y políticas de comercialización responden en muchos casos a las exigencias del consumidor final, por lo que es importante conocer los mercados a los que se está dirigiendo nuestro producto. Así también, es necesario reconocer el hecho de que el comercio de café está lleno de intermediarios, lo que determina el bajo nivel de ingresos de los productores.

De esta manera, la pésima comercialización interna del café verde ha llevado a los pequeños productores del grano a enfrentar rezagos asimétricos con respecto a los grandes productores, situación que se deriva de la cadena de comercialización que existe en nuestro país y a escala internacional; así también, podemos mencionar el papel de las corporaciones transnacionales, quienes representan a los capitales fuertes o *brokers*, mismos que obtienen mayores beneficios económicos de la compra-venta del café.

Ahora bien, la comercialización interna del café depende en mucho de la tenencia o posesión de tierras, por ejemplo la comercialización de los productores con tierras de menos de 5 hectáreas (ha), se realiza en dos formas: venden café cereza inmediatamente después de ser cortado a los comerciantes prestamistas o centros de acopio, para que posteriormente sean llevados al beneficio donde se le prepara para el mercado interno o de exportación, o bien, los mismos campesinos realizan el beneficio seco del café para venderlo a los grandes centros de acopio, quienes destinarán el producto a las empresas nacionales de comercialización.

Por su parte, el productor que posee entre 5 y 20 ha, puede realizar este proceso de la siguiente manera: realiza el beneficio por medio de beneficios colectivos o a través de grandes beneficios acopiadores, quienes comercializan el grano directamente con las empresas nacionales, quienes posteriormente entregan el producto a los *brokers*, o bien, realizan la exportación de café verde directamente a clientes potenciales, que en su mayoría son grandes consorcios transnacionales.

El mediano productor, que posee entre 20 y 50 ha, vende su café por dos vías, la primera es a los centros de acopio o a los beneficios quienes llevan el grano de manos de las empresas comercializadoras de café para ser vendido a los *brokers*, quienes finalmente son los que ofrecen los granos a las compañías transnacionales. La otra forma es vender

directamente el producto a empresas trasnacionales, quienes se harán cargo de darle la transformación industrial final y lo podrán a la mano del consumidor final.

Finalmente, los grandes productores, que poseen mas de 51 ha y que generalmente son dueños de grandes beneficios, quienes realizan la transformación del grano para ofrecerlo en varias presentaciones, verde, tostado o molido y soluble, satisfaciendo con ello gran parte del mercado nacional y del internacional mediante las compañías comercializadoras internacionales.⁵²

No obstante, comparten una característica común, dado que a la hora de vender el producto se tienen que apegar a las normas nacionales e internacionales que regulan el comercio del café; en ellas se establece las formas, características y requisitos de etiquetado, embalaje y calidad que deben de presentar para su venta en el mercado nacional o extranjero. Estas normas son expedidas por organismos gubernamentales en conjunto con los organismos y asociaciones del ramo.⁵³

Así pues la Secretaría de Economía –a través de la Dirección General de Normas- en conjunto con el Consejo Mexicano del Café, las Asociaciones y Cooperativas de Cafecultores, las empresas torrefactoras, solubilizadoras, etc., son finalmente las que establecen las políticas nacionales que deben cumplir al momento de comercializar el café en territorio nacional. Por su parte, es la Organización Mundial del Comercio, la Organización Internacional del Café, los organismos representantes de los países productores y consumidores, quienes determinan las políticas a seguir a escala internacional.

Prácticamente, los requerimientos pueden condensarse en las normas de certificación y los certificados expedidos por los organismos nacionales (en el caso de los productos orgánicos, por los sellos de comercio justo) que representan por sí mismos que el producto que se está ofreciendo al consumidor es un producto que cumple con los estándares de calidad demandados por cada tipo de mercado.

⁵² Aurora Cristina Martínez Morales, El proceso cafetalero mexicano. *Op.cit.* p. 22-26

⁵³ Por ejemplo, entre las normas nacionales que se deben cumplir tenemos las normas **NOM-037-FITO-1995 y NMX-F-013-SCFI-2000**. En la primera, se establecen las especificaciones del proceso de producción y procesamiento de productos agrícolas orgánicos -fue publicada en el **Diario Oficial de la Federación** el 23 de abril de 1997-; la segunda, se refiere a las especificaciones y métodos de prueba del Café puro tostado, en grano o molido sin descafeinar o descafeinado-fue publicada en el **Diario Oficial de la Federación** el 28 de agosto de 2000-. Cfr. Secretaría de Economía, *op.cit.*

4.1.3.1 Normas de certificación

Dado que los consumidores han ido adquiriendo hábitos más exigentes al momento de comprar un producto, los participantes del comercio nacional e internacional han tenido que redirigir sus estrategias y políticas en el sentido de complacer al interesado. Por ello, surgió la certificación de productos, que no es otra cosa que la comprobación de que el café adquirido cumple con las especificaciones que se establecen en las normas internacionales de calidad. Así pues, las normas de certificación son aquellas en las que se establecen los requerimientos de calidad del café, tanto en lo referente al grano que se comercializa, como en lo referente a la presentación. Tenemos por ejemplo, la norma **NMX-F-551**, que establece los requerimientos de calidad del mercado estadounidense y europeo (anexo D).

Para nuestro país, la certificación del café permite que el aromático mexicano cuente con un valor agregado, reconocido en los mercados internacionales (además de convertirse en una herramienta para negociar mejores cotizaciones). Así las cosas, estas constancias de calidad son expedidas por los organismos nacionales y reconocidos por la autoridad cafetalera internacional, una vez que realizaron la prueba de calidad al aromático. En ellos, se incluyen datos como:

- a) Nombre y/o marca comercial;
- b) La clasificación y el tipo de café;
- c) Número de unidades y su peso neto, expresado en kg;
- d) Número del lote;
- e) Año de cosecha;
- f) Nombre o razón social del productor o comercializador;
- g) Nombres y firmas de los responsables de la caracterización física, del representante del panel de expertos y del representante del organismo acreditado y aprobado.⁵⁴

⁵⁴ *Ibidem.*

Estos certificados, utilizados también como **certificados de origen**, son constancias expedidas con el objeto de facilitar la recopilación de estadísticas del comercio cafetero internacional y conocer con exactitud las cantidades de café que fueron exportadas por cada uno de los países exportadores.⁵⁵ Éstos, serán emitidos de conformidad con las normas que el Consejo establezca, por un organismo competente que será escogido por el Miembro de que se trate y aprobado por la Organización.

En el caso mexicano, es el Consejo Mexicano del Café y los Consejos Estatales respectivos quienes emiten este documento -en virtud de lo establecido en el artículo 30 del Convenio Internacional del Café 2001- Sin embargo, existe una propuesta por parte de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Recursos Naturales, Pesca y Alimentación (SAGARPA), encaminada a incrementar la calidad en la industria del café.

Dicha propuesta, incluye la diferenciación del aromático a través de un sello de calidad, mismo que permitirá garantizarle al consumidor que esta comprando un producto con características superiores en cuestiones fitosanitarias, de calidad e inocuidad alimentaria entre otras características exigidas por los mercados de consumo, situación que representa una oportunidad para desarrollar y consolidar la imagen de los buenos productos nacionales ante el consumidor final.

Al mismo tiempo, con esta estrategia, se ofrece la oportunidad no sólo de mejorar la organización de los productores, sino también de desarrollar esquemas de planeación estratégica y desarrollo tecnológico, generar mayor valor agregado para el producto, además de cimentar y fomentar una cultura de calidad en materia de inocuidad y calidad alimentaria, todo esto respaldado con el desarrollo de esquemas de promoción comercial para el café mexicano en el mercado interno o extranjero.

Así pues, junto con el Banco Nacional de Comercio Exterior –Bancomext- y la Secretaría de Economía⁵⁶, desarrolló un esquema de “Marcas Oficiales”⁵⁷ dentro de su estrategia de certificación del café, el cual se sustenta en los siguientes elementos:

⁵⁵ Organización Internacional del Café. Convenio Internacional de Café. OIC. Londres. 2001. p.23

⁵⁶ En este sentido, se enfatiza además las tareas que realizan en este proyecto, así como la participación de organismos auxiliares, como son: gobiernos estatales, como encargados de la vigilancia del cumplimiento de especificaciones del pliego de condiciones y de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM's) relacionadas con las cuestiones Fitosanitarias y de Información Comercial; la SAGARPA, cuya función es la de registrar la Licencia de Marca, la vigilancia y verificación de las NOM's etc.; Bancomext, quien vigila el registro de Licencia de la Marca, así como la constitución y administración del Fideicomiso de Difusión de Marcas Oficiales; La Secretaría de Economía, quien es la que realiza registro de la marca ante el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual (IMPI), y realiza la modificación del acuerdo de NOM's, así como su verificación; la Secretaría de Hacienda, quien realiza la verificación en aduana del producto de exportación; el IMPI,

1. Pliegos de Condiciones. Es el documento en el que se definen las características que debe cumplir el producto para poder acceder al uso de la marca oficial. A través de un pliego de condiciones para el café, se permite establecer los parámetros de calidad, fitosanidad e inocuidad requeridos por el mercado internacional, mismos que son diferenciados por el uso de un sello de calidad, en este caso el de “Calidad Selecta de México”, sustentado en el esquema de Marcas Oficiales de Certificación.

En él se define, entre otras cosas, los siguientes aspectos:

- ❑ Zona de producción o transformación.
- ❑ Condiciones de Producción.
- ❑ Procedimiento de transformación.
- ❑ Características físico-químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización.
- ❑ Modalidades y periodicidad de controles de calidad.
- ❑ Régimen de sanciones.
- ❑ Reglas para el uso de la marca.

2. Marca Oficial de Certificación. Son signos distintivos que pertenecen al Gobierno Federal y cuyo objetivo es evidenciar que determinado producto cumple con especificaciones de calidad, las cuales han sido certificadas.⁵⁸

3. Sellos de Calidad. Los principales beneficios del uso de estos sellos son:

- La diferenciación de productos de calidad superior, sin restringir exportaciones.
- Crea y explota poder de mercado en exportación, con base en la lógica del mercado.
- Es un esquema adaptable a las necesidades de diferentes productos.
- Facilita el reconocimiento del producto por parte del consumidor.
- Posiciona la imagen de un país como el mejor proveedor de un producto.
- Da valor agregado al producto.
- Herramienta para la promoción comercial de los productos agroalimentarios.
- Garantiza la calidad del producto.
- Permite la captación de recursos.⁵⁹

encargado de la vigilancia y sanción de conductas violatorias de la marca oficial; y, finalmente, la Profeco, que se encarga de la vigilancia de los productos en el mercado nacional. Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Agricultura Ganadería, Recursos Naturales, Pesca y Alimentación (SAGARPA). Estrategia para el desarrollo comercial de la industria del café. SAGARPA. México. 2002. p. 22

⁵⁷ Cfr. *Ibidem*. p.18

⁵⁸ Es importante señalar que el esquema de “Marcas Oficiales” es voluntario, aunque una vez que un productor utiliza la marca, se obliga a respetar las reglas para su uso. Cfr. *Ibidem*. p.20

4.1.3.2 Principales competidores

Aún cuando México se encuentra entre los cinco primeros productores y exportadores de café, no quiere decir que haya sido fácil posesionarse de este lugar; el esfuerzo de los productores y demás participantes es el que ha contribuido a que nuestro café ocupe esa posición. No obstante, existe muchos cafés de calidad que compiten con el nuestro por ganar mercados, particularmente el estadounidense, europeo y japonés.

Comencemos pues por conocer a nuestros competidores directos, es decir, los que se encuentran en América Latina, con quienes compartimos un pasado colonial similar, que permitió la entrada del café a tierras latinoamericanas desde siglos pasados. Tenemos dos competidores importantes, no sólo en cuestiones como la calidad que presentan sus granos, sino los montos de producción y exportación que realizan año con año; presentemos pues a Brasil y Colombia.

Siendo el sector cafetalero parte integrante de su economía y de sus ingresos desde la era colonialista, tanto Brasil como Colombia son considerados dos de las economías más fuertes existentes en el mundo, además de que tienen las políticas cafetaleras más consolidadas, las cuales son consideradas una tradición. El primero produce las dos especies de café, Arábica (85%) y robusta (15%), en sus diversas presentaciones (verde, tostado y soluble) a través de las dos vías de benéfico; su producción ascendió, en 2001, a 32.353.000 sacos, de los cuales se dirigieron al mercado de exportación, 18.003.516.

Colombia por su parte, produce -al igual que México- solamente la especie Arábica en sus tres presentaciones (verde, tostado y soluble) utilizando para ello el beneficio húmedo. Su producción total en 2001 fue de 9.336.000 sacos, de los cuales se exportaron 9.175.448. Con estas dos potencias cafetaleras competimos en cuanto a la calidad sobre la cantidad, es decir, que aún cuando su producción nos indica volúmenes muy altos, éstos son de granos de calidad.

Ahora bien, si echamos un vistazo al continente asiático podemos ubicar a Indonesia y a Vietnam. El primero, produce dos especies de café, robusta (90%) y arábica (10%), en las

⁵⁹ Además, existen elementos que refuerzan este esquema, como son: un Mecanismo de certificación por parte de un tercero independiente. El organismo de certificación deberá otorgar el derecho al uso de la marca oficial, a cualquier interesado cuyo producto obtenga la certificación correspondiente, previo el pago de los derechos que rigen su uso; Control aduanero documental (no físico), de la certificación del producto que ostente una marca oficial, y control aduanero del etiquetado y veracidad de la información del producto que no ostente una marca oficial. *Ibidem*.

presentaciones ya mencionadas, a través de las dos vías de beneficio, lo que permite que su producción ascienda a 6.014.000 bolsas de las cuales se exportan, 5.215.027 bolsas. Vietnam, por su parte, produce las siguientes variedades: robusta, arábica y excelsa, en dos presentaciones verde y tostado, principalmente bajo el método húmedo pero no descarta el beneficio seco. Su producción se ha incrementado vertiginosamente, situación por la cual se argumenta que es parte de la abrupta caída de los precios y cotizaciones del aromático. En 2001 su producción alcanzó los 11.264.000 sacos de los cuales exportó 11.177.885.⁶⁰

Podemos afirmar que con estos productores, la competencia se da en el sentido de la cantidad, más que de la calidad, ya que siendo principalmente la especie robusta la que producen y cosechan, son más requeridos por las empresas que dominan el sector de los soluble, pues esta variedad es de mayores rendimientos, menores costos y menor cotización. Así también, la competitividad en la producción de café se mide por los precios pagados a los productores de café arábica en México, Colombia y Brasil y para los productores de robusta de Brasil, Indonesia y Vietnam, hecho que podemos apreciar en la siguiente gráfica, donde se resaltan la diferencia de precios que reciben los productores mexicanos por el café arábica y los vietnamitas por el café robusta, la cual promedia el 84 %.

Dentro de los cafés arábigos, los productores mexicanos recibieron pagos superiores a todos los demás en 7 de los 10 años que se analizan, solamente superado por Brasil en tres años. “Otro elemento de competitividad es que la cotización en Bolsa para los cafés “otros suaves” es menor a los cafés colombianos, pero mejores que los brasileños y los robustas; si a esto aunamos los “castigos” hasta por 35 dólares, cuando los precios eran buenos, que en los últimos años aplican los importadores al café mexicano, pues la actividad resulta menos competitiva en México.”⁶¹

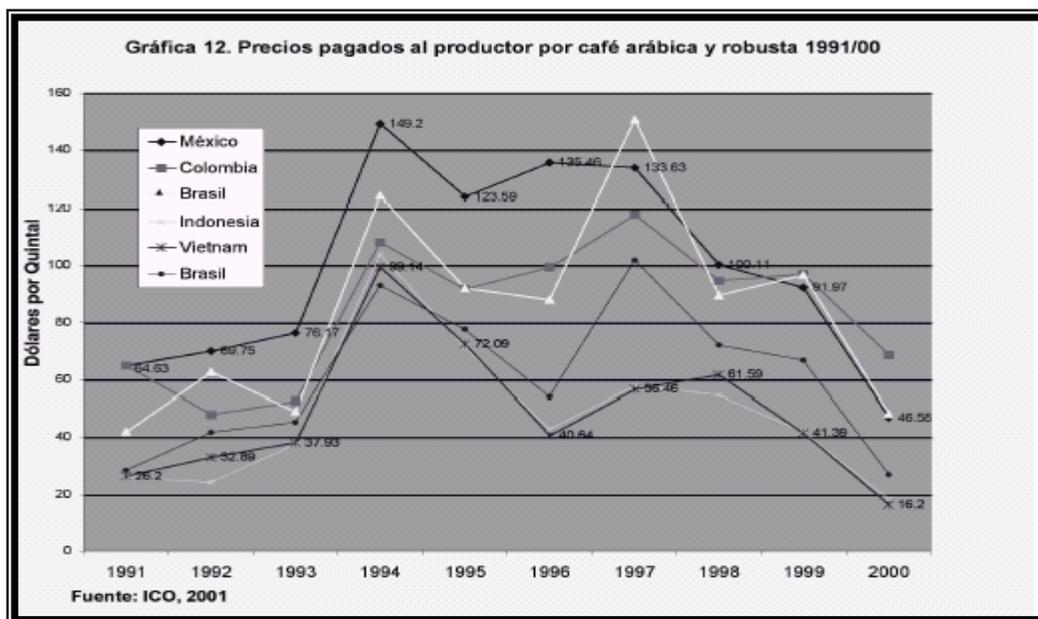
De la misma manera, la competencia por los mercados parte de la especie que comercializan, los cafés colombianos, brasileños y mexicanos son más aceptados por su sabor, aroma, cuerpo y consistencia, elementos que pueden percibirse en la presentación tostada y molida; los cafés vietnamita e indonesio son requeridos por sus bajos costos y mayores rendimientos, particularmente para la industria solubilizadora. Por tanto, la tarea

⁶⁰ Los datos aquí presentados los obtuve de Café dulce, café amargo. *BBC Mundo*. Miércoles 16 de mayo de 2001. Tomado de la Internet el día 21 de junio de 2002 a las 10:20 hrs.

⁶¹ FIRA. *Op.cit.* p. 54

de los organismos mexicanos y de los productores es exaltar cada día más la calidad de nuestro café, dirigirlo más a los cafés de especialidad para satisfacer así el gusto, cada vez más exigente, de los consumidores.

Gráfico 31. Precios pagados al productor por café arábica y robusta 1991-2000.



Fuente: ICO. 2001.

4.2 Participantes en el comercio del café mexicano

Así como a escala internacional el juego del aromático es realizado por numerosos actores, con fines y estrategias similares, al interior de nuestro país se repite este esquema, en donde encontramos a los productores, que son quienes realizan el primer movimiento, el cultivo y la cosecha (y en algunos casos beneficio) del grano, las intermediarios, entre los que podemos ubicar tanto a organismos estatales que regulan el comercio del grano, pequeñas, medianas y grandes empresas que son las encargadas de transformar al grano en el producto final que llega al consumidor y, finalmente, organizaciones civiles que velan porque el aspecto social y de equidad no se quede fuera de esta aromática cadena productiva.

Todos en conjunto son los que dan forma al comercio del café mexicano, lo promueven, lo dinamizan y lo llevan a nuestras mesas, no obstante, como pasa en el ámbito

internacional, también caen en diversas tergiversaciones que vulneran el mercado del café.

4.2.1 Organismos reguladores

La regulación es parte del aspecto político de la cafecultura, misma que está relacionada principalmente con las acciones que el gobierno ha realizado durante la segunda mitad del siglo XX y que influyen de diversas maneras, tanto en la actividad misma como sobre quienes la desarrollan. En este sentido, hemos podido observar que han sido numerosos los cambios en las políticas del gobierno, en sus instituciones y en la reglamentación de la producción y comercialización del grano⁶², mismas que son influenciadas por momentos de coyuntura o de cambios estructurales en el ámbito nacional e internacional.

La primera acción directa del sector público en las zonas cafetaleras ocurrió durante la Segunda Guerra Mundial, debido a que existía una fuerte inversión de capital alemán en las zonas cafetaleras de Chiapas, por ende casi la totalidad de la cosecha exportada por ellos se destinaba a Alemania. La declaración de guerra contra Alemania forzó la primera intervención directa del sector público en las zonas cafetaleras, ya que por decreto presidencial, en junio de 1942, 77 fincas de Chiapas, 3 de Oaxaca y uno de los más importantes beneficios de Orizaba, pasaron a manos del Estado.⁶³

Otra de las acciones gubernamentales relevantes en esta área fue durante el periodo Cardenista, con la expropiación de propiedades cafetaleras para fines de reparto agrario, misma que sentó las bases materiales para la cafecultura del sector social; así, para 1940, aproximadamente la mitad de las propiedades cafetaleras se habían convertido en poco más de 100 ejidos.

Otro ejemplo se da durante el sexenio del presidente Miguel Alemán, en el que el gobierno apoyó todas las fuentes agrícolas de divisas, creando un organismo del sector público para mejorar la industria. De esta manera, en octubre de 1949 se formó la **Comisión Nacional del Café**, la cual tenía, por decreto, los siguientes objetivos: lograr que las plantaciones mejorasen aplicando los sistemas de producción más modernos, organizar servicios de investigación en laboratorios y campos experimentales de

⁶² Cfr. Margarita Nolasco. *Café y Sociedad en México*. Centro de Ecodesarrollo. México. 1985. pp. 177-178

⁶³ Sin embargo, tal intervención fue temporal y después de la guerra, la mayoría de las tierras fueron devueltas a sus anteriores propietarios. *Ibidem*.

enseñanza y demostración, y hacer gestiones para que las instituciones bancarias consideraran líneas de crédito a favor de los cafeticultores.

Posteriormente, a partir de 1956, y hasta 1989, el **Instituto Mexicano del Café** fue la instancia gubernamental encargada de atender al sector cafetalero y desde 1993 hasta la fecha esa función la tiene el **Consejo Mexicano del Café**. A continuación daremos un breve resumen de las actividades de cada una de estas instancias.

4.2.1.1 El Instituto Mexicano del Café

Los antecedentes del Instituto Mexicano del Café se encuentran en la Comisión Nacional del Café, a través de la cual el gobierno mexicano empezó a participar en la cafecultura nacional; así también, la firma del *Convenio de México* de 1957, cuyo fin era estabilizar el precio del grano en el mercado mundial, se convirtió en un antecedente directo de regulación interna, puesto que como miembro del convenio, nuestro país se obligaba a controlar ciertos asuntos internos de la industria cafetalera. Dado lo anterior, México acordó los siguientes objetivos:

- ❖ Promover el consumo interno del café
- ❖ Reducir la superficie de plantación
- ❖ Incrementar la productividad en las zonas cafetaleras.

“Este compromiso requería que el gobierno federal estrechara sus vínculos con los productores de café, por lo tanto, el gobierno combinó la acción de tres instituciones públicas que forzosamente tenían que estar ligadas: la Secretaría de Hacienda y Crédito Público encargadas de los permisos de exportación de café y otros asuntos fiscales, la antigua Comisión Nacional del Café y un organismo denominado Beneficios Mexicanos del Café (Bemex). Estas tres instituciones se fusionaron en diciembre de 1958, gracias a un decreto presidencial expedido por Adolfo López Mateos, para formar el nuevo Instituto Mexicano del Café (Inmecafé).”⁶⁴

Así las cosas, el Inmecafé, desde fines de los años sesenta, desempeñó un triple papel, que cayó en la ambigüedad, de representante y mediador de los productores chicos y grandes hacia el exterior, de asesor técnico financiero de los mismos y de intermediario

⁶⁴ *Ibidem*; pp. 182-184.

comprador de la producción.⁶⁵ Se le confirieron diversas funciones, entre las que podemos mencionar: el control de los precios y de los permisos de exportación, el desarrollo de tecnologías para que el productor incrementara sus rendimientos, la protección del suelo, control de enfermedades, combate de plagas y fertilización; todas ellas encaminados a ampliar la economía cafetalera y de impulsar el desarrollo de la estructura de comercialización interna.

Como podemos observar, el Instituto fue considerado el organismo responsable del desarrollo integral del cultivo que, hasta 1972, también alentó políticas que intentaron estabilizar la oferta y demanda del grano, propósito que no pudo lograr en ese momento debido a su baja influencia en el mercado. Sin embargo, a partir de 1973 incrementó y amplió la cobertura geográfica y social de sus programas, como estrategia organizativa que permitió la integración de los cafeticultores del sector social a la institución. Además de que, como parte de las políticas de Echeverría en apoyo de los pequeños productores, modificó las relaciones entre los productores y los comerciantes del grano

En regiones como el Soconusco, la actuación del Inmecafé en apoyo a los productores del sector social se dio básicamente a través de asistencia técnica; fijación de un precio mínimo al grano; y los programas de organización de productores, anticipo a cuenta de cosecha y recepción de café.⁶⁶ Ello se logró a través de la conformación de un esquema organizativo básico para financiar a los pequeños cafeticultores; en ese mismo año, el Inmecafé puso en marcha una fuerte campaña para agrupar a los pequeños productores en Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC), las cuales recibían los anticipos a cuenta de cosecha y otros apoyos que ofrecía el Inmecafé, y que se recuperaban con pagos en especie (es decir, con el mismo grano que se había ayudado a producir).

Bajo este esquema, los productores miembros de las UEPC recibían los anticipos bajo un compromiso solidario, situación que explica los altos niveles de recuperación, cercanos al 90%, que mantuvo el Inmecafé en los ciclos en que operó bajo este esquema. Durante este periodo de amplia participación estatal en el sector, los pequeños cafeticultores fueron los grupos a los que el Instituto destinó todos sus apoyos en insumos,

⁶⁵ Cfr. Odile Hoffmann. Renovación de los actores sociales en el campo: un ejemplo en el sector cafetalero de Veracruz. En Estudios Sociológicos. Vol. X, núm. 30. Septiembre-diciembre. El Colegio de México. México. 1992. p. 527

⁶⁶ Ma. del Carmen García Aguilar y José Luis Pontigo Sánchez. *op. cit.* pp. 122-123

financiamiento (anticipos a cuenta de cosecha), material de propagación, acopio, beneficiado y comercialización del café.⁶⁷

Por otra parte, ya para 1977, el Inmecafé controlaba al 75.7% de los productores, pero únicamente el 35% de la superficie cafetalera, lo cual muestra cómo la penetración de éste era más importante en el ámbito social y político, que en la competencia real y efectiva en el campo económico, con el sector privado. Tal penetración provocó serias críticas por parte del sector privado. Algunos consideraron que el Inmecafé se había excedido en su propósito original de operar marginalmente en el mercado nacional, para estabilizar la oferta y la demanda. “Los acaparadores y caciques, poseedores del capital financiero, que basaban su poder político en la compra-venta de café, vieron en estas acciones una intromisión gubernamental que venía a convertirse en un competidor directo.”⁶⁸

Junto a lo anterior, durante los años 80, en un contexto de crisis económicas en todo el país (debido a la deuda externa y la caída en los precios internacionales del petróleo), el Estado empezó a disminuir su participación en la economía y a privatizar importantes instituciones públicas, lo que pocos años le pasaría al Instituto. De esta manera, también se emprendieron nuevas políticas para impulsar la reorganización y consolidación de las organizaciones campesinas; para crear formas de asociación entre los productores directos y empresarios, y para otorgar nuevos incentivos a las inversiones de capital privado, nacional y extranjero en el sector, lo cual se dio en el contexto de una liberación cada vez mayor y bajo el supuesto de que estas inversiones coadyuvarían a capitalizar el campo.⁶⁹

Lo anterior refleja un cambio en la relación de las fuerzas políticas en el campo, en la que los productores pequeños y medianos vieron debilitada su influencia y descartados sus intereses y posiciones, dentro del proceso de establecimiento de los términos en que se ha llevado adelante la apertura comercial de productos agrícolas. De esta manera, a partir de 1982, el Inmecafé empezó a reducir su nivel de participación en las actividades

⁶⁷ Vinicio H. Santoyo Cortés et al. *op. cit.* p. 29

⁶⁸ Margarita Nolasco. *op. cit.* p.195

⁶⁹ Estas políticas de impulso a nuevas formas de organización se concretaron de manera formal con las modificaciones a la legislación sobre la propiedad y usufructo de la tierra, en los requisitos que el capital extranjero debe cubrir para ser invertido en actividades agropecuarias y forestales, y en la disminución sustancial de las actividades gubernamentales en el financiamiento a la producción y comercialización de productos agrícolas. SAHR. Programa de modernización del campo 1990-1994 citado en Aurora C. Martínez Morales. *op. cit.* pp. 62-63

cafetaleras en la región, disminuyendo principalmente sus compras de café y sus créditos a los pequeños cafeticultores. Aún cuando la disminución en el acopio del café fue muy marcada, el Instituto todavía conservó por algunos años las funciones de representación ante la OIC, el control de las exportaciones y de las divisas obtenidas por ello y la aplicación de la normatividad correspondiente.

Sin embargo, para el año 1989-1990 se decretó la disolución del Instituto, lo que trajo como uno de los principales problemas el traspaso de las instalaciones del Inmecafé al sector social cafetalero, hecho que contrastó con el bajo nivel organizativo de los cafeticultores, en parte, debido a la dependencia y subordinación que el mismo Instituto promovió por años y con el prácticamente nulo acceso al crédito (fuera de los canales del mismo Instituto) por parte de las organizaciones.⁷⁰ A su vez, las acciones de financiamiento del Inmecafé fueron sustituidas en cierta proporción por el Programa Nacional de Solidaridad (Pronasol), no obstante, dado el monto de los recursos destinados, solamente se resolvieron las necesidades primarias del productor (lo que no incluía mejoras en los cultivos).

Así, el mercado libre de café operó casi desde el inicio de la cosecha 1989/90, momento en el que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) eliminó el permiso previo para la exportación; la Secretaría de Hacienda desreguló los trámites aduanales y el Comité Técnico del Inmecafé eliminó el precio mínimo al campo, los recuentos de existencia y la obligación del abasto interno industrial.⁷¹ Ya para 1993, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto que abrogó la ley que había creado al Instituto Mexicano del Café, mismo que fue sustituido por el Consejo Mexicano del Café; con el retiro y posterior desaparición del Instituto, la mayoría de los pequeños productores, por dificultades organizativas, quedaron a merced de los intermediarios en plena crisis del grano. Las excepciones fueron los grupos que producían o que en ese tiempo se incorporaron a la producción de café orgánico.⁷²

⁷⁰ Ma. del Carmen García Aguilar y José Luis Pontigo Sánchez. *op. cit.* p. 47

⁷¹ Periodo que coincide con la ruptura de las cláusulas de regulación de los Convenios Internacionales de Café y de los cambios generados en el ámbito internacional tras el derrumbe del muro de Berlín.

⁷² Vinicio H. Santoyo Cortés et al. *op. cit.* p. 104

4.2.1.2 El Consejo Mexicano del Café

El Consejo Mexicano del Café surge en un contexto complicado, ya que, por un lado, la actuación del gobierno en el ámbito de la cafecultura nacional está referida a la eliminación de sus funciones de regulación económica y a proporcionar las bases normativas y jurídicas que permitan establecer los límites de la participación gubernamental, además de que los criterios formales para el establecimiento de un nuevo marco de relaciones entre los agentes económicos involucrados en el complejo económico del café, no se encontraba del todo definido; por otro lado, el mercado del café experimentaba una de las crisis contemporáneas más crudas, de la que difícilmente se está recuperando.

Así pues, de acuerdo con la nueva política, las perspectivas de desarrollo para la mayoría de los productores del sector social estarían, por una parte, en función de los programas de apoyo que se implementarían con los recursos del Sistema Solidaridad y, por otra, a partir del establecimiento de nuevas formas asociativas que se derivaban de la nueva Ley Agraria y que permitirían la formación de unidades de producción de alta capacidad técnica y económica.⁷³ Sin embargo, el futuro del sector social cafetalero todavía era incierto y dependería en gran medida del interés que el capital privado -nacional o extranjero- tuviese para invertir en el cultivo del café y, también, de los grados de certidumbre que el inversionista asumiera con respecto a las disposiciones legales para asociarse con los pequeños productores ejidatarios cultivadores del grano.

Es precisamente, la política cafetalera aplicada al inicio de la crisis de 1989 la que permitió la asociación de tierras campesinas con capitales privados fuertes, a fin de que se pudiera alcanzar, a largo plazo, la ansiada modernización de la producción cafetalera mexicana, sin embargo, la persistencia de la crisis desaceleró el proceso de inversiones y provocó que el gobierno retomara parte de su relación con los productores, a fin de reactivar las medidas de transformación de la producción campesina y sus relaciones con el capital cafetalero privado (modernización del beneficiado, uso racional del agua, difusión de información, etcétera).⁷⁴

⁷³ Francisco Aguirre Saharrea, *op.cit.*

⁷⁴ En este contexto, cobra especial importancia la aprobación de las reformas al artículo 27 Constitucional, cuyas modificaciones de sus fracciones IV y VII dan estatuto legal a la creación de sociedades mercantiles, liberan las tierras ejidales a la dinámica del mercado y legalizan la asociación productiva de los ejidatarios entre sí, con el Estado y con la iniciativa privada. *Cfr.* Ma. Del Carmen García Aguilar y José Luis Pontigo Sánchez. *op. cit.* p.46

Asimismo, los cambios en la regulación estatal modificaron profundamente las instituciones de apoyo a los sectores agropecuario y forestal, sobre todo las enfocadas al sector campesino, las cuales se reorganizaron o desaparecieron, lo que ha planteado graves problemas de financiamiento a la cafecultura de medianos y pequeños productores, que operan tanto con la banca comercial como con la de desarrollo.

En este contexto, el capital extranjero canalizó recursos nuevos hacia algunos sectores cafetaleros, aliviándoles la presión originada por su nivel de endeudamiento y por el aumento desmesurado en las tasas de interés, coadyuvando con ello a mantener los niveles de producción y exportación de café mexicano. “La inversión extranjera directa aumentó en forma acelerada: en 1989 fue de 28.9 millones de dólares (mdd), para 1990 alcanzó 90 mdd y en 1994 llegó a 209.8 mdd, lo cual representa un aumento siete veces mayor.”⁷⁵No obstante, la persistencia de la tendencia depresiva de los precios internacionales del café neutralizó, de alguna manera, los efectos positivos que se esperaban de estos programas de apoyo financiero implementados durante los ciclos que van de 1989 a 1991.

Por lo tanto, partir del ciclo 1990/91 se ubican como fuentes prioritarias de financiamiento en la cafecultura a organismos como Banrural, Instituto Nacional Indigenista y al Fideicomiso Instituidos en Relación a la Agricultura (FIRA). El total de recursos aportados por estas fuentes tuvo un incremento nominal de más del 100%, del ciclo 1989/90 al 1992/93, pasando de 160.50 millones a 323.90 millones de pesos, pero en términos reales sólo representó un incremento de 12.5%.⁷⁶

Bajo estas condiciones el nuevo el órgano gubernamental relacionado con la cafecultura nacional, el Consejo Mexicano del Café (CMC), siguió políticas, estrategias, acciones y

⁷⁵ En este sentido, debemos resaltar que dichas inversiones excluyeron a los cafecultores del sector social y a los que se encuentran dentro de las zonas marginales, quienes fueron obligados a incorporarse al sistema de créditos gubernamentales. Entre ellos, el Instituto Nacional Indigenista (INI) instrumentó el Programa de Apoyo a los Productores de Café a principios de 1990, con recursos de Pronasol. Con él, se intenta cubrir el vacío dejado por el Inmecafé, beneficiando a los cafecultores marginales del sector social. El apoyo consiste en un crédito para fertilización y limpia de cafetales y otro para el corte de café. Los montos totales fueron de 210 mil y 98 mil pesos respectivamente y el máximo a financiar fue de 2 hectáreas por productor. Aurora C. Martínez Morales. *op. cit.* p. 66

⁷⁶ Después del surgimiento del movimiento armado en Chiapas, el primero de enero de 1994, atribuible en parte a la crisis del café, el gobierno hace un pronunciamiento para articular una política de apoyo al sector. Un elemento fundamental de esta política es un Programa Nacional de Apoyo a Productores de Café, que para el ciclo 1994/95 comprendió dos subprogramas: apoyos directos a productores con predios menores a diez hectáreas cultivadas de café, con atención hasta 4 hectáreas y, el segundo, apoyos directos a productores con predios mayores a diez hectáreas cultivadas de café. *Ibidem.* p. 30

programas coherentes con las nuevas reglas que el gobierno había establecido, desregulación y menor injerencia en compras directas y subsidios –privatización-, situación que le dejaba un limitado campo de acción en lo referente a la participación directa en los procesos de producción, beneficiado y exportación.⁷⁷

Dado lo anterior, el CMC se convirtió en un organismo constituido formalmente el 28 de junio de 1993; sus miembros pertenecen a diferentes instituciones y organismos gubernamentales, entre los que encontramos a:

- ❖ Los Secretarios de Agricultura, Ganadería, Recursos Naturales, Pesca y Alimentación, Hacienda y Crédito Público y Economía.
- ❖ Los Gobernadores de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla, Nayarit, Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Colima, Jalisco, Tabasco y Querétaro (es decir, de los estados productores)
- ❖ Los titulares del Banco Nacional de Comercio Exterior, Fideicomisos Instituidos con Relación a la Agricultura; Confederación Nacional Campesina, Congreso Agrario Permanente, Unión Nacional de Productores de Café de la C.N.C., Confederación Nacional de Propietarios Rurales, Unión Nacional de Productores de Café de la C.N.P.R., Confederación Mexicana de Productores de Café, Asociación Mexicana de Exportadores de Café, A.C., Asociación Nacional de la Industria del Café, A.C., y Sección XX de Tostadores y Molinos de Café, de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.

Los objetivos y las principales funciones de este nuevo órgano cafetalero son:

- ❖ Diseñar políticas que permitan promover y fomentar la productividad en el sector cafetalero.

⁷⁷ De hecho, las acciones que desarrollaba el Inmecafé directamente con los productores no son atendidas en la actualidad por el Consejo, mas bien fueron desarticuladas, por ejemplo, la investigación se transfiere al Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), que había tenido poca actividad dentro del sector; la asesoría técnica oficial desaparece, quedando un gran vacío que nadie ha llenado, y el financiamiento a los pequeños productores queda en manos del Pronasol. *Cfr.* Vinicio H. Santoyo Cortes et al. *op. cit.* p.97

- ❖ Promover "alianzas estratégicas entre los agentes productivos, para lo cual promueve y coordina la colaboración de los sectores público, social y privado en la materia.
- ❖ Lograr una ubicación adecuada de nuestro café en el mercado internacional, para lo cual expide certificados de origen válidos
- ❖ Representar los intereses de México en los foros internacionales, para lo cual celebra los actos, convenios y contratos que resulten necesarios.
- ❖ Propiciar que las acciones gubernamentales hacia el sector, ejecutadas por diversas dependencias, fueran llevadas a cabo en forma coordinada, sirviéndose de estudios, encuestas, evaluaciones y actividades en general conducentes al cumplimiento de su objeto.
- ❖ Impulsar la modernización tecnológica, a través del desarrollo y ejecución de programas nacionales y regionales de producción, beneficio, industrialización, comercialización y exportación del café mexicano, para hacerlo competitivo en los mercados nacional e internacional.⁷⁸

Como podemos observar, las actividades del nuevo Consejo, no obstante, su importancia, se vuelven vulnerables cuando se trata de apoyar a los pequeños cafecultores. Esta situación se agrava al observar la composición del Consejo, donde la mayor parte de sus integrantes representan al gobierno federal, a organizaciones con posiciones oficialistas y a los sectores más influyentes dentro de la cafecultura. Esto implica que las decisiones del Consejo obedecen más a los intereses gubernamentales y de las grandes empresas y no al de la mayoría de los productores, situación que mantendrá, y probablemente agudizará la situación de pobreza de las regiones marginales cafetaleras, con sus consiguientes efectos económicos y sociales.

4.2.2 Cooperativas de caficultores

Los pequeños y medianos productores de café han sufrido una alta marginación económica y social desde que el cultivo comenzó a comercializarse para satisfacer la demanda de las metrópolis del viejo continente. Desde entonces y hasta nuestros días,

⁷⁸ Consejo Mexicano del Café. Folleto Organización y funciones. CMC. 1998.

los pequeños productores tienen una baja capitalización respecto a su actividad productiva, carecen de créditos individuales, cuentan con poco o nulo acceso a la infraestructura necesaria para agregar valor a su producto, etc., entre muchas otras desventajas. Si a la situación anterior, agregamos las circunstancias que presenta el contexto nacional e internacional, podemos observar que se ha agudizado la situación de pobreza en la que viven estos cafecultores y sus familias, lo que provoca que estos últimos busquen alternativas que les permitan sobrevivir.

Así pues, una solución viable fue, en primer instancia, la conformación de grupos de productores que buscaron organizarse con el objetivo de empezar a transformar y comercializar su café de manera conjunta. “De esta manera, estas organizaciones han podido añadir valor a su producto y venderlo en condiciones más favorables (o menos desventajosas) al mismo tiempo que han adquirido, también colectivamente, muchos de los artículos que consumen cotidianamente.”⁷⁹

Así las cosas, uno de los antecedentes para la formación de auténticos movimientos autogestivos⁸⁰ lo encontramos en la Confederación Nacional Campesina (CNC), que manejaba la representación campesina en los recuentos para obtener permisos de exportación y el acceso a las líneas de crédito. Muchos de sus integrantes estaban constituidos en Asociaciones Rurales de Interés Colectivo (ARIC), las que contaban con diversas líneas crediticias, beneficios, y canales de comercialización, de manera que operaban como empresas campesinas; a su vez, éstas llegaron a constituirse en asociaciones de carácter regional, logrando elevar el nivel de organización y participación de algunos sectores de campesinos, lo cual dio pie a la etapa de formación de organizaciones autónomas.

⁷⁹ Oxfam Internacional. Bitter Coffee. How the Poor are paying for the slump in coffee prices?. *Op.cit.* p. 3. traducción libre. De la misma manera, existieron vinculaciones de diferentes tipos, asociación entre campesinos (empresas sociales) o entre empresarios y campesinos (agro-asociaciones); mismas que podían ser autogestionarias o creadas por grupos de diversa naturaleza, como partidos políticos, organizaciones no gubernamentales e incluso agencias internacionales.

⁸⁰ Aquí haría una diferenciación entre lo que entendemos por *participación campesina* (el proceso mediante el cual los campesinos reconocen, analizan y discuten sus problemas, así como realizan propuestas de solución a esos problemas por los propios campesinos) y la *autogestión campesina*, que es la actividad que les permite a los campesinos tomar en sus manos, **sin** intermediarios de ninguna especie, todos los problemas que se presentan en las comunidades rurales y gestionar por parte de las comunidades las tareas que les corresponda desarrollar para beneficio de la comunidad. Cfr. Bernardino Mata García. “*La modernización en el campo y las empresas sociales.*” En Paas, Dieter et al (Compiladores.). La empresa social y sus problemas de organización. Fundación Friedrich Naumann/PRAXIS. México. 1992. p. 62-63.

Aunado a ello, las políticas gubernamentales de los años setenta, periodo en el que el movimiento campesino se dinamizó, estuvieron encaminadas a establecer medidas para paliar los efectos de la crisis ocasionada por los precios pagados en el campo a los productores agrícolas, de tal manera que la idea de promover proyectos productivos en el campo, derivados de la asociación entre productores del sector social y empresarios privados, fue justificada por el gobierno por la necesidad de apoyar a los productores del sector social para que aprovecharan libremente todo su potencial productivo.⁸¹

En lo que respecta específicamente al sector cafetalero, encontramos que sus antecedentes organizativos se remontan a los años treinta, cuando en México surgen las primeras asociaciones regionales de cafeticultores; en 1937, dentro de un contexto de guerra, se constituyó la Comisión Permanente de Cafeticultores de la República Mexicana, que agrupó principalmente a las asociaciones de Chiapas, Veracruz y Oaxaca.⁸² En este punto sólo cabe añadir que ésta y otras organizaciones -como la Asociación Mexicana de Exportadores de Café y la Confederación Mexicana de Productores de Café-, fueron formadas por industriales importantes del sector, donde estaban excluidos los pequeños cafeticultores.

Ahora bien, muchos de los cafetaleros minifundistas, en 1973, fueron organizados por el gobierno en Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC's),⁸³ que sin tener una figura legalmente reconocida, representaron el mecanismo operativo mediante el cual el Inmecafé desarrolló su política hacia el cultivo y la comercialización del grano. Estas unidades agrupaban a los cafetaleros de cada localidad y a ellas el Instituto destinaba los recursos para financiar la producción, brindar asesoría técnica y acopiar el café en forma de pergamino; así también, se convirtieron en el mecanismo mediante el cual se promovió un paquete tecnológico basado en el monocultivo y en el uso de insumos químicos para el control de malezas, plagas y enfermedades y para la

⁸¹ Manuel Lapiedra Barrón. "Las formas de asociación entre el sector social y el privado en proyectos productivos". En Félix Cadena et al (Compilador.). La empresa social y sus problemas de organización. Fundación Friedrich Naumann/PRAXIS. México. 1992. p. 239

⁸² El objetivo era presionar al gobierno federal para obtener medidas fiscales más leves y negociaciones más activas dentro de los foros internacionales que perseguían en ordenamiento del movimiento internacional del grano. Aurora Cristina Martínez Morales. *op. cit.* p. 99

⁸³ Víctor Pérez-Grovas G. La producción y comercialización de café en México. ¿Opción viable para los pequeños productores?. *op. cit.*

fertilización del suelo.⁸⁴ La premisa de la institución era que se podía contar con áreas de alta producción para ser destinada al mercado de exportación, pero bajo el marco del control estatal de las tareas de acopio, beneficiado y comercialización.

Con todo, dichas unidades no desarrollaron prácticamente ninguna otra acción en común, por lo que su aporte real en materia de organización fue limitado; inclusive, no existió promoción de parte del Instituto para realizar esquemas de coordinación regional, ni mucho menos de participación autogestiva, con el objetivo de que estos grupos se integrasen al beneficiado y comercialización del grano. Esta situación erigió una alta dependencia de éstos hacia el Instituto y cuando éste desapareció, las unidades lo hicieron poco después.

Así pues, aunque los cambios en la política cafetalera del gobierno dejaron a los pequeños cafetaleros nuevamente sin apoyo público, las nuevas condiciones sociales creadas con la desaparición del Instituto permitieron el surgimiento de diversas organizaciones cafetaleras, yendo de las organizaciones oficialistas a las independientes.⁸⁵ Es dentro de este contexto de desorganización histórica entre pequeños cafeticultores y de crisis en los precios internacionales del café verde, que una vez desaparecida la principal instancia gubernamental encargada de apoyar al sector cafetalero, se crea, dentro del Primer Congreso Nacional de Organizaciones Cafetaleras⁸⁶, la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOO), que surge como una organización nacional independiente (y por ello separada de las instituciones del Estado, partidos políticos y grupos religiosos).

La Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras es una red que agrupa a organizaciones regionales autónomas de pequeños productores de café con un promedio de 2 hectáreas. Hasta octubre de 1997, participaban en ella 75 mil pequeños productores de 125 organizaciones regionales de los estados de Chiapas, Guerrero, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí y Veracruz⁸⁷.

⁸⁴ *Ibidem*

⁸⁵ Francisco Aguirre Saharrea. Organizaciones sociales cafetaleras de México. Investigación realizada por el autor en 1999. En <http://www.vinculando.org/comerciojusto/productores.htm>. Tomado de la Internet el día 30 de noviembre de 2003, a las 15.45 hrs.

⁸⁶ Realizada en la comunidad de Lachivizá (Oaxaca) en julio de 1989, y con el apoyo de 25 organizaciones locales o regionales provenientes de los cinco estados productores más importantes del país. *Ibidem*.

⁸⁷ Hasta 1999, La producción global de los grupos de CNOO era de 800 mil quintales al año, cultivado en 140 mil hectáreas con una exportación global de 120 mil quintales. La CNOO exportaba su café a través de su empresa comercializadora: Promotora Comercial de Cafés Suaves Mexicanos S.A. de C.V. cuya oficina de enlace y servicios comerciales en Estados

Cerca del 80% de los socios de esta Coordinadora pertenecen a distintos pueblos indígenas: tzotziles, tzeltales, tojolabales, choles, huastecos, nahuas, totonacos, tlapanecos, mazatecos, zapotecos, mixtecos, chinantecos, triquis, entre otros; así también, aproximadamente el 30% de sus socios son productores de café orgánico, que inclusive participa en la Federación Internacional de Agricultura Orgánica (IFOAM).⁸⁸ La CNOC fomenta también procesos de convergencia regionales, nacionales e internacionales, ejemplo de ello es su participación en la Unión de Pequeños y Medianos Productores de Café de Centroamérica, México y el Caribe (UPROCAFE) y en la Sociedad Cooperativa de Pequeños Productores (SCPP), donde intervienen como productores de América Latina y África.

Paralelamente a la formación de la Coordinadora, las estrategias generales desarrolladas en orden de importancia por las organizaciones durante la crisis del café fueron básicamente las siguientes:

- la negociación de adeudos y búsqueda de apoyos
- integración al beneficiado y comercialización del café,
- generación de marcas de café y/o producción de café orgánico y
- diversificación de la producción⁸⁹

Ahora bien, si analizamos a las organizaciones de la industria del café de acuerdo con el estado en el que se encuentran, podemos observar que en Chiapas y Oaxaca, existe una parte importante de productores que se encuentran agrupados, gracias a lo cual tienen la posibilidad de hacer la venta de su producto en conjunto, concentrar y beneficiar el café, hecho que les proporciona mayores beneficios económicos, ya que no están sujetos a los bajos precios ofrecidos por los acopiadores locales que manejan pequeñas cantidades de producto. En contraste, en los estados de Veracruz o Puebla, la gran mayoría de los productores no están organizados, por lo que no tienen injerencia alguna en el mercado,

Unidos cuenta con una marca propia para la venta de café tostado y molido: Aztec Harvests. *Cfr.* Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras. Sin título. Cafés de México. Octubre de 1997.

⁸⁸ De hecho, 24 organizaciones de CNOC formaron Ecomex campesinos e indígenas ecológicos de México, con el objetivo de impulsar y promover el desarrollo de la Agricultura Orgánica en todas las fases productivas y ámbitos a fin de garantizar alta calidad en los productos y la preservación del medio ambiente, los recursos naturales y la biodiversidad. *Ibidem*.

⁸⁹ Vinicio H. Santoyo Cortes, et al. *op. cit.* pp. 112-113

lo cual nos refleja que dichos productores son más vulnerables a los riesgos inherentes al ir y venir de los precios.

En este sentido, la meta de las organizaciones locales parece ser el control sobre el proceso de producción del café, lo que representa una tarea muy difícil de cumplir. En primer lugar, debido a que las organizaciones locales necesitan una considerable cantidad de dinero para comprar el café de sus miembros durante la época de la cosecha. En segundo lugar, necesitan una planta procesadora de café y bodegas, lo que implica altos costos. En tercer lugar, la organización local también tiene que negociar con el sector público para que se le autorice la exportación del café. Y en cuarto lugar, las organizaciones locales deben construir sus propios vínculos con firmas internacionales para vender su café.⁹⁰

Sin embargo, algunas de estas organizaciones han vencido este reto, entre ellas tenemos las siguientes: Unión de Ejidos de la Selva (Chiapas), Unión de Ejidos y Comunidades de Cafeticultores del Beneficio Majomut (Chiapas), Sociedad de Solidaridad Social ISMAM (Chiapas); Unión de Ejidos Nahua Otomí y Tepehua (Veracruz); Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske (SCARTT de Puebla); Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO); Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI de Oaxaca), entre otras.⁹¹

Un factor importante, es la diferencia sustancial entre organizaciones en cuanto a la variación en el precio que cada una paga a sus miembros. Aún contando con el mismo tamaño en sus cafetales y la misma producción, cada organización y sus miembros reciben una remuneración diferente por su café, dependiendo de que procesen su propio café, de que lo comercialicen colectivamente y de que lo exporten. En este contexto, una organización social capitalizada puede ayudar a elevar los precios pagados por el aromático al jugar el rol de "competidor", donde los únicos criterios para que el productor venda su café son el precio en sí mismo y el tiempo para recibir su pago.

“En lo que toca al papel de las organizaciones nacionales, este deberá orientarse a los esfuerzos de coordinación y de interlocución con el gobierno, así como a la ejecución de las acciones que, por razones de jerarquía, no puedan realizar las organizaciones

⁹⁰ *Ibidem.* p. 111

⁹¹ Francisco Aguirre Saharrea. Organizaciones sociales cafetaleras de México. *op. cit.*

regionales, tales como elaboración de diagnósticos de mercado, capacitación, promoción comercial, etc.”⁹²

Ante lo antes expuesto, podemos concluir que frente a las condiciones de vida de los cafeticultores, en gran parte causadas por las condiciones estructurales de producción y comercialización del café en nuestro país, encontramos que las organizaciones sociales son una de las pocas alternativas con las que los cafetaleros mexicanos cuentan para empezar a revertir esas tendencias.

4.2.3 Empresas comercializadoras y tostadoras

Al igual que en el ámbito internacional, en México encontramos diversas empresas que realizan la transformación final del café (la de mayor valor agregado y mayor retribución a la hora de su venta), es decir, de café soluble, tostado y molido. Su participación en este mercado se da en diferentes momentos de la cadena agroindustrial, ya que son ellas quienes finalizan el proceso de industrialización del grano, lo comercializan, distribuyen, etc.⁹³ Varias de estas comercializadoras son grandes productores que poseen fincas y haciendas de más de 100 ha, pero concentran sus operaciones cafetaleras en la fase de la comercialización externa, comprando café cereza y capulín que se procesa en sus plantas y beneficios. Algunas más, con capitales más amplios, están integradas desde los cafetales hasta el sistema de distribución para atender el mercado nacional y de exportación.

En el sector social existen empresas que producen, benefician y exportan café oro orgánico o convencional y tuestan, muelen, envasan y distribuyen a mercado nacional: ejemplos de ello los tenemos en todos los estados cafetaleros, incluso algunas realizan lo mencionado y además tienen cafeterías (Museo Café, Biocafé, Directo, Café de Nuestra Tierra) u operan como franquiciatario como el caso de La Selva. En ese sentido, podemos otorgarle el rol protagónico (por decirlo de alguna manera) a las siguientes empresas exportadoras mexicanas, como son:

⁹² Vinicio H. Santoyo Cortes et al. *op. cit.* p. 149

⁹³ Incluso se especula que influyen en las cotizaciones del grano mexicano, particularmente en los castigos al precio del café mexicano –como pasó en el 2000 que se le dio un castigo de 38 usd-, los cuales se aplican a la producción mexicana en el mercado internacional y provocan que la cotización del grano sea de casi la mitad de los costos de producción, situación favorable para estas empresas y corporaciones, puesto que lo adquieren a un precio casi risorio. *Cfr.* Angélica Enciso. Castigo al precio del café mexicano en la bolsa de NY. Jornada. Economía. México. 21 de Marzo de 2000.

- Tecnología Industrial Agropecuaria, S.A. (TIASA, antes Omnicafé)
- Cafés de trópico, Beneficiadora y Exportadora de cafés Finos (Becafisa)
- Exportadora de Café California
- Aroma Coffee
- Cafetaleros de Fortín
- Beneficios de café San Bernardo
- Café descafeinado de Chiapas
- Descafeinadora de Córdoba
- Somexport
- Cafés Industrializados de Veracruz⁹⁴

Dichas empresas, a las que denominaría *the Mexican Export Coffee Team*, en muchas ocasiones han seguido -o han estado obligadas a- las tendencias del contexto internacional, en el sentido de formar asociaciones donde el capital sea tanto extranjero como nacional, lo que ha permitido que muchas de ellas se fusionen con corporaciones transnacionales, convirtiéndole por consiguiente en filiales. En otros casos, podemos observar empresas que operan por conducto de *brokers*, que funcionan como agentes compradores del grano, apoyándose en la estructura de comercialización interna ya existente.

Cuadro 21. Marcas de café más comunes en el mercado mexicano

Tipo	Marca	Fabricante
Tostado y molido	Legal	Cafés de Veracruz, S.A.
	Internacional	Café Internacional
	Marino	Café Marino, S.A.
	Mexicano	INMECAFE
Soluble	Teka	Café Teka Industrial. S.A.
	Nescafé	Nestlé S.A.
	Oro	General Foods de México
Soluble Descafeinado	Diplomat	Nestlé S.A.
	Decaf	Nestlé S.A.

Fuente. Aurora Cristina Martínez Morales. *Café en Taza*. P. 398

⁹⁴ Aurora Martínez Morales, *op.cit.*

Analicemos entonces el rol antagónico que he otorgado a estas empresas transnacionales. Una de sus principales características es que la mayoría de las empresas importadoras de café mexicano realizan diversas mezclas del café, lo que les permite crear nuevos tipos de café para el mercado internacional y ofrecer, al mismo tiempo, una variedad y sabor diferentes a los consumidores finales alrededor del mundo. Así también, se han apoderado de los diferentes segmentos del mercado de café.

Así, por ejemplo, el mercado del café soluble se encuentra dominado por la empresa Nestlé, que en la zona del Valle de México domina cerca del 84% del mercado; su producto principal es el *Nescafé*, que representa más del 42% de este mercado. En segundo lugar está General Foods; después de ésta, ninguna empresa tiene una participación significativa.

En el mercado del café tostado, la empresa Cafés de Veracruz con su café mezclado *Legal* ocupa 72.2% del mercado del Valle de México; los otros tostadores se encuentran lejos, pues el café fino *Mexicano* y el extrafino *Internacional* ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente con 7.1% y 6.9%.⁹⁵ El resto de los tostadores participan con menos de 3.5% en este mercado.

Entre las empresas extranjeras que comercializan grandes y medianos volúmenes de café verde en México, encontramos empresas importadoras que son, en su mayoría, firmas transnacionales (ver anexo E), entre las cuales podemos mencionar a:

- Atlantic CoffeeCargill Coffee Corporation
- Bernhard Rothfos Intercafe
- Deschis USA Corporation
- Merco Coffee Corporation
- Globus Coffee
- Coffe America Corporation
- Starbucks
- International Coffe Corporation
- Nestlé
- Cofina LTD
- Decotrade AG

⁹⁵ Vinicio H. Santoyo Cortes et al *op. cit.* pp. 136-137

- Mitsui and Company LTD
- Mitsibishi
- Procter & Gamble
- Sara Lee

Así, tales empresas establecen sus centros de acopio en Estados Unidos y Europa, algunas de ellas en las ciudades de Nuevo Laredo y Nueva Orleans, hasta donde los exportadores hacen llegar el grano a través de la red interna de movimientos de café. “El grano, una vez que cruza la frontera de la estructura de comercialización interna, se concentra en los puntos de distribución controlados por las grandes firmas transnacionales.”⁹⁶

Con el ánimo de mantener su parte del mercado y su competitividad, empresas como Nestlé, Sabormex, Café Internacional de Córdoba, etc., realizan periódicamente importaciones de café de muy baja calidad para elaborar algunos de sus productos. Esta situación obedece principalmente al hecho de que el café importado (de Indonesia y Brasil principalmente) es de menor calidad y por ello más barato que el mexicano, lo que tiene como dos de sus principales consecuencias el posible ingreso de nuevas plagas al país, además de que puede provocarse la depresión en los precios pagados al productor mexicano.⁹⁷

De la misma manera, la reciente apertura al comercio internacional del café podría ser aprovechada para elevar las exportaciones del aromático *industrializado* y de su cafeína, aunque también es igualmente posible que ingrese al país café producido en el extranjero, que en muchas ocasiones es de baja calidad. Aunado a lo cual, encontramos el hecho de que a partir del año 2003, se liberalizaron totalmente las barreras arancelarias para todo tipo de importación de café, con el consiguiente efecto en la economía de los cafetaleros mexicanos, en caso de que no se modifique la cultura exportadora.⁹⁸

⁹⁶ Aurora Cristina Martínez Morales. *op.cit.* p. 131

⁹⁷ Así, aunque ese tipo de acciones disminuye los costos de las grandes empresas, se está poniendo en riesgo al campo cafetalero mexicano, que normalmente tiene excedentes de producción, además de estar libre de numerosas plagas que existen en otras latitudes. *Cfr.* Economía. “Rechazan cafeticultores la importación de 150 mil sacos.” En El Financiero, 11 de junio de 1997. p. 32 y a Lourdes Edith Rudiño. “La producción de café, la más baja de los últimos 20 años debido a la sequía”. En El Financiero, 10 de junio de 1998. p. 16

⁹⁸ Aurora Cristina Martínez Morales. *op.cit.* p. 58

4.3 Desventajas comparativas del café mexicano.

Como se ha podido ver, los problemas que enfrenta el campo cafetalero mexicano son múltiples, además de estar íntimamente relacionados entre sí, situación que presenta sus efectos combinados prácticamente en cada pequeña parcela del país y los coloca en desventaja ante los productores de otros países. Teniendo pues un panorama general poco alentador para los campos cafetaleros mexicanos, podemos observar que hay factores internos y externos en los que se debe trabajar para convertir –poco a poco claro- a nuestros cafetales en zonas de producción altamente productivas y de calidad, que les permitan a los productores obtener ingresos más altos y un nivel de vida mejor.

No obstante, existen numerosos retos a vencer por parte del Sector Cafetalero Nacional, para lograr este objetivo, entre los cuales podemos distinguir los siguientes:

- Falta de una cultura cafetalera, tanto en el consumidor, como en la calidad ofrecida por el productor.
- Polarización de los productores (90% del padrón nacional de cafecultores cuentan con propiedades menores de 5 ha).
- Es necesario mejorar los esquemas de organización de los productores, situación que les permitan acceder a créditos a la exportación, además de presentar una oferta de café unificada, así como un bloque negociador del precio en el mercado nacional e internacional (como sucede en Brasil y Colombia)
- Seguir trabajando en el **desarrollo tecnológico** en infraestructura y equipo.
- Mejorar los programas de capacitación a técnicos y productores, y hacerlos de manera permanente.
- Necesidad de contar con mayor tecnología encaminada al **control de plagas** libre de químicos.
- Es importante seguir apoyando en el desarrollo de sistemas de comercialización.
- Descuentos a lo largo de la cadena de comercialización y castigos debido a la calidad del producto en el mercado internacional.
- Otro reto importante es desarrollar y fomentar acciones que promuevan la integración del proceso productivo.

- La calidad del café mexicano necesita ser reconocida en el mercado internacional, por lo tanto, se requiere contar con un estudio de mercado, que defina el tamaño del mismo y las necesidades de promoción.
- Finalmente, también es indispensable contar con mayores fuentes de financiamiento.⁹⁹

4.3.1 Internas

Dada la situación anterior, conviene presentar una breve explicación de algunos de los inconvenientes que más afectan al campo cafetalero, lo que nos permitirá entender mejor cuáles son las circunstancias o factores que colocan en desventaja a la cafecultura nacional en el ámbito internacional.

Mencionaré pues algunos de los problemas que se viven en los cafetales, no obstante, me centraré en dos que en mi parecer de resolverse, darían una solución paliativa de la crisis del café mexicano -aunque sin acabar con ésta por completo-. Así pues, podemos observar problemas tanto de índole social, como es la paulatina aculturación¹⁰⁰, como problemas de índole económica, como son la situación crediticia de los pequeños cafecultores, la diferencia entre los precios pagados al productor y cobrados al consumidor y la emigración, ésta última como uno de los efectos de los anteriores y que, no obstante, se ha vuelto en sí otro problema importante.¹⁰¹

Estos procesos vuelven especialmente vulnerables a las regiones tradicionales de los cafecultores, ya que ante lo anterior les es difícil absorber diversos cambios negativos; un ejemplo lo encontramos en las bajas importantes en el precio del café, las cuales causan una depresión económica significativa en estas regiones que es casi imposible de asimilar (por lo que se representan graves crisis cuya principal consecuencia es mayor emigración y podrían ser la base potencial de estallidos sociales), a lo que le aunamos las

⁹⁹ SAGARPA. Estrategia para el desarrollo comercial de la industria del café. p. 11

¹⁰⁰ El primer problema se presenta a partir de que el café fue introducido en zonas indígenas y campesinas tradicionales, lo que permitió que llegaran a esas regiones diversas innovaciones agrícolas (fertilizantes, asesoría técnica, etc.), que a partir de la década anterior, han provocado un constante proceso de *aculturación* donde los pequeños productores han visto incrementada la cantidad de dinero de que disponen. De tal manera que su economía ha tendido a *monetizarse* y a dar preeminencia al café como fuente de esta *monetización* en detrimento de sus cultivos tradicionales, mismos que, por otro lado, cada día se deprecian, además de que con el dinero ganado en la cafecultura les es posible conseguirlos a precios menores que los que a ellos les costaría producirlos. *Ibidem*.

¹⁰¹ Margarita Nolasco. *op. cit.* pp. 364-365

diferencias significativas que existen entre el precio internacional y el precio pagado directamente al productor.¹⁰²

Esta brecha podría representar una diferencia negativa de entre 25% y 50% de los precios internacionales, lo que reduce aun más las ganancias que reciben los pequeños productores. “Un análisis detallado en la repartición típica del ingreso generado en la cadena comercial internacional del café, indica que cerca del 70% del precio pagado por el consumidor se queda entre los torrefactores, negociantes y detallistas ubicados en los países desarrollados.”¹⁰³

Finalmente, los problemas aquí expuestos, junto a otros de orden climático como las sequías, han propiciado la *emigración* de la población residente en zonas rurales; sin embargo, esta migración no es selectiva ni se da por familias completas, por lo que causa problemas sociales y envejecimiento de la población que permanece en su lugar de origen, debido a que un cultivo comercial como el café no logra retener todo el año a la población local, existiendo dos factores que refuerzan esta situación:

a) el minifundismo de buena parte de los productores (84%), que implica una agricultura en muy pequeña escala y, en consecuencia, incapacitada para absorber a más mano de obra; y

b) las condiciones de comercialización del grano en algunas zonas dependen del crédito privado y oficial, lo que obliga a la venta del grano al prestamista; pero también acarrea el control caciquil de la población, lo que crea un medio económicamente cerrado y políticamente opresor, obstruyendo el desarrollo de condiciones para un aceptable desenvolvimiento social.¹⁰⁴

Además, del rezago tecnológico que presenta las técnicas aplicadas al beneficio del café y del control de plagas, factores de los que hablaré a continuación.

¹⁰² Gonzalo Piñón Jiménez. Understanding rural development: a case study of grassroots coffee organizations in the Isthmus region of Oaxaca, Mexico. UMI Dissertation Services Michigan. 1995. p. 80. *traducción libre*.

¹⁰³ Vinicio H. Santoyo Cortés et al. *op. cit.* p. 127

¹⁰⁴ A esta situación muchos productores ya le han encontrado una salida práctica en dicha migración. En efecto, desde 1989 en varias comunidades los campesinos han empezado a dejar sus tierras para dirigirse hacia la Ciudad de México, a las entidades del norte del país y a los Estados Unidos. En otros casos, se observa ya la sustitución del café por el cultivo del maíz y la introducción de pastizales, fenómeno que se ha visto reforzado con los pocos créditos otorgados por el Pronasol. Ma. del Carmen García Aguilar y José Luis Pontigo Sánchez, *op. cit.* p. 46

4.3.1.1 Tecnología y cultivo de café

Actualmente no sólo es el sector cafetalero el que se encuentra en crisis, sino en general nuestro campo mexicano. Uno de los problemas por el cual el campo mexicano no ha podido avanzar es la falta de tecnología agrícola, la cual se considera desde el uso de las semillas, la forma de sembrar y en especial la falta de maquinaria y el uso adecuado de ésta.

De lo anterior cabe señalar que “la tecnología es necesaria en el campo no solo para producir, sino para distribuir, vender y exportar los productos agropecuarios y por consiguiente contar con una competitividad tanto en el ámbito nacional e internacional.”¹⁰⁵

Así las cosas, aún cuando en el artículo 27 constitucional, fracción XX, explícitamente establece que es el Estado el encargado de promover las condiciones de desarrollo rural a través de obras de infraestructura, insumos, créditos, servicios de capacitación y asistencia técnica, así como de leyes y reglamentos dirigidos a planear y organizar la producción agropecuaria, su industrialización y comercialización,¹⁰⁶ podemos observar que existe una clara falta de políticas agrícolas encaminadas a la generación de infraestructura agrícola y de adquisición de maquinaria, y que decir de capital.

Diferencia sustancial con lo acontecido en países desarrollados, cuyos gobiernos han establecidos políticas claras de apoyo y subsidio al sector agrícola, además de defender exhaustivamente a sus campesinos en los foros internacionales; así pues, son ellos quienes poseen tecnología de punta en las técnicas aplicadas a sus campos, en la maquinaria, e inclusive, en los medios de transporte que los distribuyen situación que los hace más competitivos en cualquier nivel de comercialización.

La falta de tecnología en la maquinaria se debe a los precios excesivos y la insuficiencia de los mecanismos de financiamiento público y privado. Los agricultores no cuentan con los recursos necesarios para adquirirlas, además el Estado no se preocupa por este

¹⁰⁵ FAO. La ingeniería agrícola en el desarrollo: la selección de insumos de mecanización. Boletín Servicios Agrícolas de la FAO No. 84. Roma. 1991.

¹⁰⁶ El Estado promoverá las condiciones para el desarrollo rural integral, con el propósito de generar empleo y garantizar a la población campesina el bienestar y su participación e incorporación en el desarrollo nacional, y fomentará la actividad agropecuaria y forestal para el óptimo uso de la tierra, con obras de infraestructura, insumos, créditos, servicios de capacitación y asistencia técnica. Así mismo expedirá la legislación reglamentaria para planear y organizar la producción agropecuaria, su industrialización y comercialización, considerándolas de interés público. Congreso de la Unión. Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. Porrúa Editores. México. 2003. p. 26

sector por razones presupuestales o políticas, por lo que son pocos los apoyos económicos que les ofrece a los agricultores.¹⁰⁷

Traducido al sector cafetalero, aún cuando utiliza intensivamente el elemento humano, esta situación se hace palpable en el momento del beneficiado, ya que sólo los grandes productores y las empresas transnacionales cuentan con la capacidad de mantener un centro de beneficiado, del cual dependen muchos de nuestros productores si desean darle mayor valor agregado a su producto. De la misma manera, podemos aplicarlo en el tratamiento que se les da a las plagas, que en su mayoría en a través de químicos que además de terminar con ésta, daña el cultivo y los suelos en los que se encuentra el cafeto.

Ahora bien, también podemos observar que existen tecnologías modernas como la radio, la televisión, el material impreso, etcétera, que han introducido mejoras sustanciales en los procesos de cultivo y comercialización, ya que permite a los agricultores estar informados de las maquinarias que están en el mercado y que les pueden ser útiles al implementarlas en sus siembras –lo que incrementaría su productividad-.

Otros instrumentos importantes en este ámbito son las computadoras y las redes informáticas, así como la publicidad que también juega un papel importante ya que permite conocer la maquinaria que se encuentra en el mercado y puedan ser adquiridas por el agricultor. En este sentido, es importante reconocer que para cada sub-área del sector agrícola podemos encontrar material especializado que intenta difundir los avances y retrocesos que hay en cada área.

Así también, y considerando que es un tema muy discutido en este momento, es el uso de la biotecnología en aras de mejorar los granos, ya sea en características como su rendimiento o su resistencia a las plagas, en el caso del café. Así pues en este campo tenemos adelantos importantes, por ejemplo, se ha aumentado la producción de plantas de altos rendimientos por medio de la clonación, en el caso de nuestro país, se practica con una variedad conocida como Oro Azteca.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Existen programas como PROCAMPO el cual tiene como finalidad apoyar al campo y otorgarles subsidios a los agricultores, pero este subsidio no es suficiente para poder adquirir esta tecnología y aplicarla al campo. Teresa Rojas Rabiolo. La agricultura en tierras mexicanas desde sus orígenes hasta nuestros días. Grijalbo. México 1993. p. 124

¹⁰⁸ Francisco Aguirre Saharrea, *op. cit.*

También se han reducido los costos y espacios necesarios para el crecimiento de las plantas por medio del sistema de cultivo *copper block*, que consiste en cambiar las bolsitas individuales con tierra por moldes sintéticos que pueden contener entre 40 y 60 plantas cada uno, reduciendo así tanto el peso como el espacio ocupado por las mismas. No obstante, falta todavía apoyo y recursos –e interés por parte de las autoridades gubernamentales– para continuar la investigación en este campo

4.3.1.2 Enfermedades y plagas.

Comenzare este apartado haciendo una mención especial sobre la roya del cafeto, que ingresó al país en 1981 y que es producida por el hongo *hemileia vastratix*, que ataca a todas las plantas de un cultivo, ya que es una de las plagas más dañinas para el cafeto y, por lo tanto, para la producción. La roya del cafeto se manifiesta por manchas de coloración naranja; mismas que después de su aparición, se cubren con un polvo color amarillo.

El daño de la enfermedad va conforme al aumento de la incidencia, resultando en la caída de hojas y bajando el grado de producción del cafeto. Los ataques se producen en épocas de lluvias ligeras y corto periodo de buen tiempo. La espora de este hongo es muy resistente y puede transportarse por corrientes de aire o adherida a cualquier objeto, teniendo una germinación, en condiciones ideales, de sólo tres horas.

Por otra parte, tenemos también a la broca del grano, que es un diminuto escarabajo negro que penetra la cereza del cafeto y se aloja dentro de la semilla, dejándola inservible y con un aspecto negruzco. Esta plaga entró a Chiapas en 1979, y al igual que la roya, proviene de Centroamérica. Estas enfermedades constituyen los problemas fitosanitarios más importantes de la cafecultura nacional y mundial.¹⁰⁹

La tendencia en la extensión de la roya y la broca indican que éstas seguirán formando parte de los problemas centrales a resolver en el campo cafetalero mexicano. A pesar de que el aporte de recursos oficiales para el control de la broca y la roya, los montos son insuficientes, por lo que deben incrementarse con mayor participación de los productores en la toma de decisiones y ejecución de los programas. De acuerdo con una encuesta

¹⁰⁹ Margarita Nolasco. *op. cit.* pp. 438-439

realizada por la revista “Cafés de México”, se considera que para 1998 se tuvo un daño de entre 35 a 40% de la producción, y el daño de las plantas en 10%.¹¹⁰

Aunque existen dos maneras principales (química y biológica) para controlar a estas y otras plagas, los costos por hectárea son demasiado elevados como para que se combatan efectivamente por parte de los pequeños cafecultores, además de que dichas plagas tienden a afectar con mayor frecuencia y fuerza a las plantaciones viejas o con bajos niveles de nutrición que, nuevamente, son las poseídas por productores marginales. Conviene exaltar el hecho de que el uso de productos químicos en los controles fitosanitarios rompe el equilibrio biológico del medio ambiente. Existen microorganismos e insectos benéficos que contribuyen al control natural, procurando hacer un uso mínimo de productos químicos. No obstante, hasta el momento la forma de combatir estas enfermedades se basa en el control químico, efectuando a través de aspersiones con productos que tienen como base oxiclورو de cobre 50%, la cual se realizan de tres a cinco aplicaciones a partir de la entrada de lluvias, con intervalos de 30 días. También se usan los fungicidas basados en óxido cuproso o por medio de aplicaciones (al suelo) de productos cúpricos más orgánicos.

Ahora bien, existe una nueva alternativa de producir nuevas variedades de café gracias a la biotecnología, las cuales serían todavía más resistentes a la roya y heladas y así se evitaría la pérdida total de la cosecha de café. Cabe resaltar que los científicos del Departamento de Entomología Tropical del Colegio de la Frontera Sur, propusieron un método biológico para terminar con el daño de la broca del café, esto a través de la aplicación de un bio-fertilizante que tiene como base al hongo *Beauveria bassiana*, que enferma al insecto y disminuye por ende, su población.¹¹¹ Su aplicación impulsa el crecimiento del café sin la utilización de químicos y, al mismo tiempo, imposibilita el acercamiento de la plaga al cultivo.

Así pues, cuando los controles biológicos y químicos ya no son suficientes para las plagas y enfermedades, el mejoramiento genético puede volverse el mejor aliado del productor (de hecho Brasil ya ha aplicado esta tecnología), con el inconveniente mismo de los costos.

¹¹⁰ Editorial. Cafés de México. No. 127. México. Junio de 1998. p. 3

¹¹¹ Cfr. Víctor Pérez-Grovas, *op. cit.*

4.3.2. Externas

Los factores externos que colocan en desventaja al café mexicano están prácticamente relacionados con los precios que se pagan y la calidad que demandan los mercados donde se consume, así como por las tendencias económicas actuales que buscan solo la relación costo-beneficio, particularmente manejadas por las empresas transnacionales.

Así pues, dichas tendencias pareciesen indicar que todo producto debe ser lo que popularmente se conoce como bueno, bonito y barato, es decir, que debe tener un estándar de calidad que satisfaga al consumidor, sea atractivo a la vista de éste y su costo tanto en el momento de ser producido como cuando llega a manos del consumidor final, debe ser bajo (claro que debo enfatizar que las ganancias para estas empresas deben ser provechosas).

Un factor más, siguiendo la línea de proliferación de tratados multilaterales y bilaterales, se encuentra en la evidente exclusión del café de estos tratados comerciales¹¹². Podemos observar, por ejemplo, que dados los tiempos de apertura negociados en el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN oNAFTA por sus siglas en inglés), el 2003 fue el periodo establecido para la eliminación total de las barreras arancelarias, para todo tipo de importación de café, incluido el industrializado -cuando inició con el 20% de arancel a desgravarse en 10 años-, con el consiguiente efecto en la economía de los cafetaleros mexicanos.

Otro elemento a considerar en cuanto al comercio del café dentro del TLCAN, se da en el sentido de que la demanda de café dentro de este tratado representa retos significativos, ya que “la apertura puede servir como una forma de triangular café procedente de otros países, esto en aras de satisfacer la demanda interna de las empresas nacionales y transnacionales instaladas en territorio nacional y dispuestas a reducir costos de producción,”¹¹³ lo que provocaría que la cafecultura mexicana se viese obligada a competir desventajosamente por este rubro de costos de producción.

De esta manera, uno de los puntos que los movimientos campesinos han señalado como tema de renegociación en el tratado, es el de la reintroducción de restricciones cuantitativas a las importaciones de los productos de las cadenas agropecuarias, clasificadas en la Ley de Desarrollo Rural Sustentable como básicas y estratégicas para la

¹¹² FIRA, *op. cit.* p. 85

¹¹³ *Cfr. Aurora Cristina Martínez Morales, op.cit. p. 64.*

seguridad y soberanía alimentarias (situación que beneficiaría, no sólo a los productores de café, sino a los productores de maíz, frijol, caña de azúcar, trigo, sorgo, leche, huevo y carne de bovinos, porcinos, aves y pescado).¹¹⁴

Cabe añadir, que México da prioridad a la relación existente con EE.UU., ya que siendo su principal socio comercial y, por ende, el principal mercado de venta del café, ha tomado decisiones encaminadas a evitar tensiones y distanciamientos entre ambos, entre ellas podemos mencionar, su negativa a participar en la Asociación de Países Productores de Café (argumentando que no estaba de acuerdo en formar un “cartel” de productores, similar a la OPEP, pues esto violaría los principios del GATT) , así como la negociación de una cláusula en el TLCAN, que compromete a México a no tomar medidas que restrinjan sus exportaciones de café a Estados Unidos.¹¹⁵

En el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUE), sorprendentemente, se dejó fuera, no obstante que el arancel de 4% que los países europeos aplican a nuestro café lo hace menos competitivo frente al grano de otros países como los integrantes del Pacto de Lomé. Cabe señalar que las repercusiones del TLCAN en la comercialización del café no son ni serán trascendentales con respecto a las exportaciones, ya que nuestro principal comprador no aplica arancel alguno a las importaciones mexicanas de este producto, que generalmente es exportado en bruto.

Asimismo, la no muy reciente apertura al comercio internacional del café ha sido aprovechada para elevar las exportaciones del aromático industrializado y de su cafeína, aunque también es igualmente posible que ingrese al país café fabricado en el extranjero, que muchas veces es el resultado de granos de baja calidad provenientes de Indonesia, Brasil y Vietnam. De la misma manera, encontramos otros factores como el decrecimiento del consumo en los mercados a los cuales se vende, debido a que los inventarios en ellos disminuyen poco a poco y, por lo tanto, no hay nuevas compras a los países productores, lo que nos evidencia que la regla de la oferta y la demanda no es del todo satisfactoria en el comercio

¹¹⁴ Se propone el establecimiento de volúmenes máximos de importación diferenciados por producto y cadena agropecuaria mediante aranceles-cupo; dichos toques de importación sin arancel no deben de rebasar rangos entre 5 y 20% del consumo nacional en función del nivel vigente de importaciones y el potencial productivo nacional. Las importaciones que rebasen dichos toques, deberán pagar aranceles en rangos variables a determinar por caso. *Cfr.* Víctor Suárez Carrera. *¿Qué renegociar en el capítulo agrícola del tratado?*. En *La Jornada*. Política. 29 de enero de 2003.

¹¹⁵ Francisco Aguirre Saharrea, *op.cit.*

4.3.2.1 Precio *versus* calidad: la competencia vietnamita

El caso de Vietnam, como ya lo he abordado en otro apartado, es importante de considerar como competencia para nuestro café. En primer lugar porque es Vietnam, quien desbancó a México del cuarto lugar en el *top ten* de los productores de café, para súbitamente posesionarse del segundo lugar, en el cual figuraba Colombia, con una producción que en tan sólo 20 años ha pasado de producir 5,000 a 800, 000 toneladas de café.

En segundo lugar, siendo Vietnam productor de café robusta de baja calidad, cuyas ventajas se encuentran en que esta variedad tiene como características una alta resistencia a las plagas y la preferencia de las empresas transnacionales por este tipo de café, ya que con éste se produce el café soluble, consigue acaparar el mercado de este tipo de café.

En tercer lugar, siendo que la variedad arábica consigue mejor cotización en las Bolsas y por ende, precio más altos, Vietnam puede vender su café robusta al mundo a los precios más bajos, lo que pone en desventaja a nuestros productores puesto que vender más barato es incluso vender por debajo de los costos de producción, lo que genera pérdidas en lugar de ganancias (situación que de por sí es delicada puesto que los precios internacionales no están absorbiendo los costos de producir café y en nuestro país éstos costos son altos).

Antes los más ricos del pueblo eran los cafetaleros, actualmente son los más pobres.

Ing. Guillermo Funes

A diferencia de la mayoría de las compañías, quienes buscan un máximo de ganancias para sus accionistas, nuestra meta es un máximo de ganancias para los cafeticultores.

Equal Exchange

El modelo de TransFair/Max Havelaar no explota el sentido de culpabilidad, sino el sentido de pedir lo justo por un producto de calidad.

Comercio Justo A.C.

Capítulo Cinco.

Un futuro con aroma.

Si bien la crisis del café ya ha perdurado poco más de una década, no significa que el futuro del aromático todavía no se vea claro, ya que siendo uno de los aspectos positivos de la globalización la participación cada vez más evidente de la sociedad civil, se han abierto nuevos halos de esperanza para quienes viven de cosechar el café.

De esta manera, y conjuntamente con los adelantos tecnológicos, en los últimos años los consumidores tienen mayor conciencia al momento de comprar y han sofisticado aún más sus preferencias. En este sentido, existe una marcada tendencia a “diferenciar” el café, ya sea por calidad (cafés de especialidad o gourmet); por su origen (región, finca); por sus beneficios al medio ambiente o productores (sustentables, amigables con los pájaros, sombra, orgánico, justo) o por su forma de preparación en cafeterías o en casa (espresso, latte, capuchino, frapuchino, fríos, calientes, saborizados).

Gracias a esta tendencia y la organización de la sociedad civil se abrieron dos posibilidades de aminorara los efectos de la crisis del aromático, mismas que si bien han encontrado obstáculos para darse a conocer, parecen ser las únicas formas en que los productores pueden aumentar sus ingresos y, por ende, sus niveles de vida. Así pues, existen dos alternativas fácilmente combinables, el café orgánico y el comercio justo, de las cuales hablare a continuación.

5.1 Propuestas y soluciones

En el negocio del café en México, actualmente solamente obtienen utilidades los comercializadores de café convencional y los productores y empresas que han diferenciado su café mediante la certificación como orgánico, o bien, porque participan en el comercio justo. Aunque para muchos la agricultura orgánica y el comercio justo son formas de protestar ante la crisis, para muchos otros –incluyéndome- se han convertido en una crítica al sistema actual que no sólo plantea sino que propone y actúa, generando resultados más tangibles que los estipulados por los gobiernos en los Convenios Internacionales sobre este tipo de productos.

Comencemos pues por la nueva tendencia en el cultivo, la agricultura orgánica, a la que podemos definir como “la aplicación de sistemas de gestión de la producción holísticos que promueven y mejoran la salud del agro-ecosistema, incluida la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo.”¹ Así pues, los sistemas de producción orgánicos, se basan en normas específicas y precisas de producción, elaboración y manejo, cuyo objetivo es conseguir agro-ecosistemas óptimos, es decir, que reúnen características sostenibles social, ecológica y económicamente.

Los defensores de la agricultura orgánica creen que la agricultura convencional, con su utilización de insumos químicos, no es sostenible a largo plazo, debido a que causa la degradación del suelo, la contaminación del medio ambiente y plantea riesgos para la salud de consumidores y productores. Por ello la agricultura orgánica sustituye los insumos fabricados (como son fertilizantes, plaguicidas, herbicidas, etc.) con composta natural y vermicultura,² lo que representa un rescate de varios elementos de la tecnología agrícola tradicional, la cual permite que con los insumos disponibles de la propia parcela y el uso de prácticas de conservación de suelos y aguas, se lleve a cabo el cultivo sin necesidad de usar insumos químicos.

Así pues, hacia principios del año 2001 se cultivaban bajo esta técnica de producción alrededor de 15.8 millones de hectáreas en el mundo, de las cuales Australia aporta prácticamente el 50% del total, con una superficie de 7.6 millones de hectáreas, siguiéndole, en orden de importancia, Argentina, con un área de aproximadamente 3 millones de hectáreas, Italia y Estados Unidos, con 985,687 y 900,000 hectáreas, respectivamente.³

México registró también, uno de los mayores crecimientos en el área destinada a esta actividad durante la década pasada. A pesar del crecimiento importante que se ha dado en la producción orgánica de alimentos, el porcentaje de tierras cultivadas para estos productos aún representa niveles muy inferiores respecto al total de tierra destinada a la

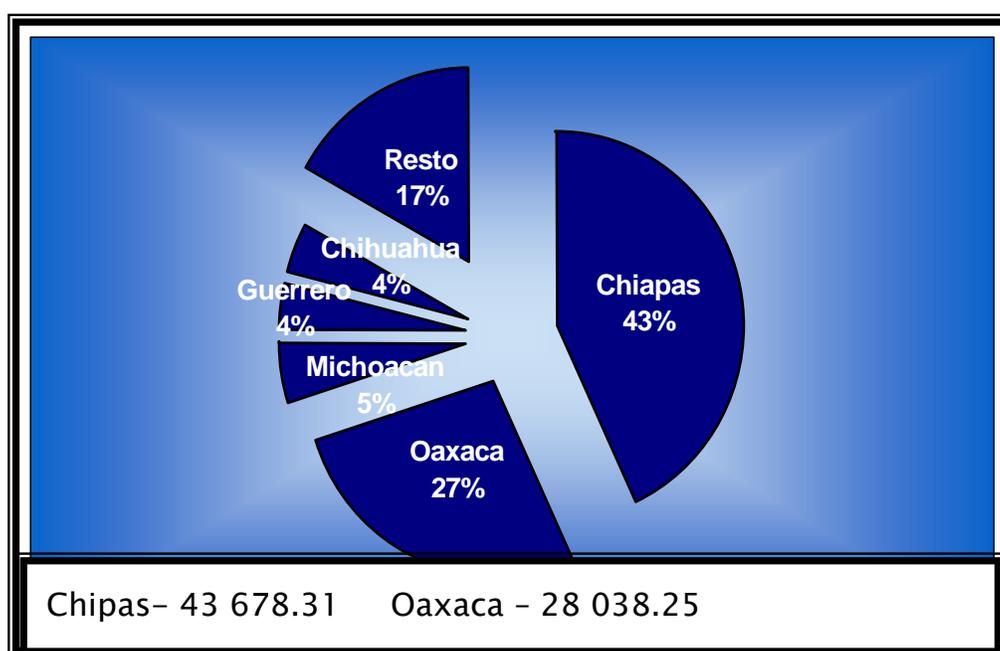
¹ El término Holístico significa tratar u ocuparse de una entidad o actividad en su totalidad o integridad en lugar de hacer hincapié en sus partes o en sus aspectos diversos. Centro de Comercio Internacional-UNCTAD-OMC. Café guía del exportador 2002. *op.cit.* p. 73

² La vermicultura (o lombricultura) es la cría de lombrices de tierra para airear el suelo, producir vermicast (lombricompost) o ambas cosas. Vermicast es el producto secundario de las lombrices, rico en nutrientes, utilizado como acondicionador del suelo. *Ibidem*.

³ Cfr. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. Análisis agropecuario: productos orgánicos. En <http://www.siap.sagarpa.gob.mx/InfOMer/analisis/orgánico.html>, tomado de la Internet el día 5 de enero de 2003 a las 15.46 hrs.

agricultura, por ejemplo, en el año 2000 se registró un total de 102,802 hectáreas de cultivos dedicados a la producción orgánica, que eran utilizadas por un total de 47,987 productores dedicados la gran mayoría -casi el 60%- al cultivo del café. Los estados de Chiapas y Oaxaca son por mucho los estados que cuentan con la mayor superficie de este cultivo, aportando el 43% y 27%, respectivamente (70% del total nacional en conjunto).⁴ Asimismo, ambos estados aportaron la mayor parte del crecimiento observado en el área de cultivo de orgánicos de los últimos años.

Grafico 32. México: superficie de cultivos orgánicos por Estado (hectáreas). 2000.



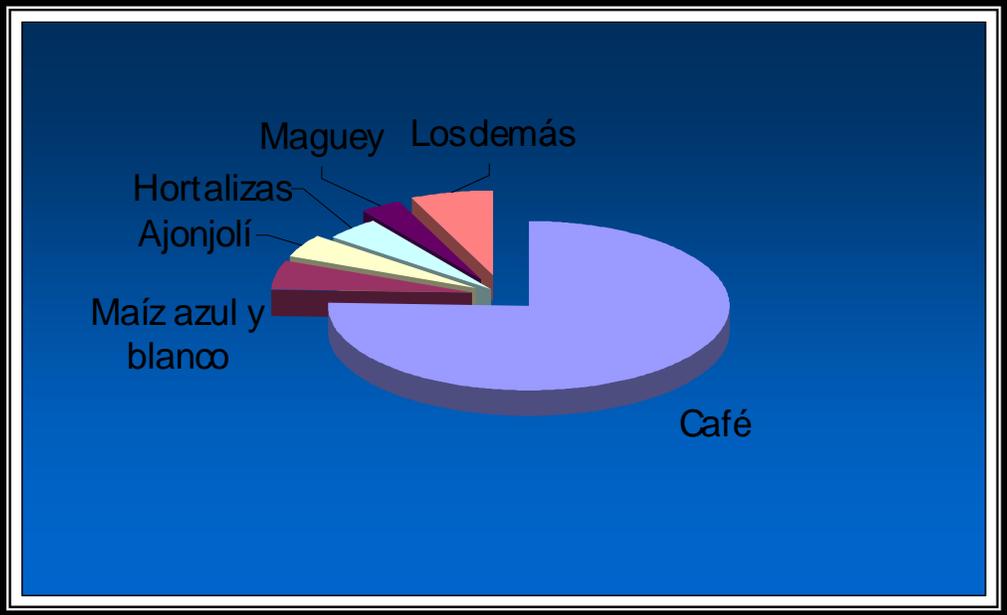
Fuente: Agricultura Orgánica en México. SIAP. Universidad Autónoma de Chapingo/ SAGARPA.

Así las cosas, podemos observar que se producen una gran variedad de alimentos de origen orgánico, entre los que se encuentran: Aguacate, Ajonjolí, Cacao, Café, Caña, Erizo, Frijol, Hierbas, Hortalizas, Jamaica, Jengibre, Leche de Vaca, Litchi, Maguey, Maíz Azul y Blanco, Mandarina, Mango, Manzana, Naranja, Nueces, Palma Africana, Papaya, Piña, Plátano, Rambután, Sábila, Soya, Toronja, Vainilla y Zarcamora, entre otros. Cabe resaltar, que el café es por mucho el principal producto orgánico que se cultiva en nuestro país, absorbiendo el 68% de las hectáreas de cultivo, siguiéndole en un lejano quinto lugar el maíz.

⁴ *Ibidem.*

En cuanto a la comercialización de este tipo de alimentos, en 1999 representó alrededor del 2% del comercio mundial de alimentos, no obstante, comenzó a atraer la atención de gobiernos, productores, operadores del mercado, y sobre todo de los consumidores, por tanto, la demanda de este tipo de productos creció más rápido que la oferta, especialmente en los países desarrollados de Europa Occidental, Estados Unidos y la zona oriental del continente asiático, Japón, China y Filipinas, siendo el mercado estadounidense el de mayor demanda de estos productos.⁵ Esto responde también, a la desconfianza cada vez mayor que existe sobre las técnicas de cultivo, manejo y procesamiento de alimentos producidos convencionalmente, así como a la creciente preocupación por el medio ambiente y salud, de manera que hay una fuerte convicción en el sentido de que los alimentos orgánicos pueden tener mejores características, una de ellas referente al sabor.

Gráfico 33. México: proporción de producto cultivados en tierras orgánicas. 2000



Fuente: Agricultura Orgánica en México. SIAP. Universidad Autónoma de Chapingo/ SAGARPA

⁵ En lo que se refiere al consumo per cápita, Dinamarca registra el mayor nivel de gasto de todo el mundo, con un promedio de \$US 113.59 al año en el 2000; le siguió en orden de importancia Suiza con un promedio de \$US 95.32 per cápita anual durante el mismo año. No obstante, las naciones que registraron el mayor aumento porcentual en lo que se refiere al gasto per cápita de alimentos orgánicos en el período 1997 - 2000 fueron Nueva Zelanda y Suecia, con 388% y 262% cada uno, ubicándose en \$US 15.36 al año por persona el primero, y en \$US 44.98 el segundo. *Ibidem*.

Asimismo, alrededor del 85 por ciento de los productos orgánicos producidos en México tienen como destino los mercados del exterior. De hecho, la mayoría de los sistemas de producción implementados en nuestro país están de acuerdo con las normas de los países de destino de los productos orgánicos, dado que estos imponen su normatividad y forma de certificación, no obstante, existe una gran discrepancia entre las diferentes normatividades de producción orgánica (europeas y americana) que certifican el proceso, lo que dificulta en ocasiones la comercialización de este tipo de productos.⁶

Así pues, aparece entonces la segunda alternativa que se ha encontrado a la crisis del café, ya que muchos de estos productos orgánicos se comenzaron a comercializar bajo el sistema internacional de comercio justo. Fue precisamente en 1989 cuando comenzó a funcionar dicho sistema, con el objetivo de encontrar una relación más directa entre las organizaciones de pequeños productores y los consumidores finales. A través de este esquema de intercambio comercial (en donde el café fue el producto con el que se inició y el más vendido), se parte de la necesidad de fijar un precio mínimo con el cual el productor y su familia puedan tener una vida más digna.

En este sentido, podemos ver grandes logros para nuestros productores, ya que el primer cultivo de café orgánico se registró en la Finca Irlanda de Chiapas y el primer café orgánico importado a Europa resultó procedente de una cooperativa de pequeños agricultores -UCIRI de Oaxaca-. “La cooperativa convirtió y comercializó su café con ayuda de una empresa mixta formada por un tostador comercial de los Países Bajos, *Simon Lévelt/Haarlem* y de la *GEPA (Gesellschaft für Partnerschaft mit der Dritten Welt)* una organización no gubernamental alemana especializada en el comercio justo.”⁷ Así pues, nuestro país es pionero en producción de café orgánico, ocupando el primer lugar en su producción, y en materia de comercio justo, lo que me permite enfatizar el hecho de que ambas propuestas no se contraponen, sino más bien se complementan. Comencemos pues a conocer ambas alternativas.

5.1.1 Café orgánico

⁶ Es importante señalar en este punto que nuestro país también cuenta con una Norma Oficial Mexicana para las especificaciones del proceso de producción y procesamiento de productos agrícolas orgánicos. En México se encuentran registradas 15 Agencias de Certificación, de las cuales 3 son de origen mexicano (CERTIMEX, CUCEPRO y CADS) y una agencia internacional (OCIA) división México. *Ibidem*.

⁷ Centro de Comercio Internacional. Café: guía del Exportador *op.cit.* p. 75

Una variante del café que ha logrado establecer su propio mercado -gracias a la paulatina modificación de los gustos del consumidor- es el café orgánico, el cual se cultiva como parte de un sistema de agricultura orgánica, bajo el principio de que debe devolverse al suelo un valor correspondiente al valor cosechado. A este tipo de café se le incorporan labores culturales con un mayor sentido ecológico, lo que ha permitido a diversos productores enfrentar con mejores posibilidades un mercado en crisis. Así las cosas, desde 1986 se ha venido impulsando con buenos resultados la producción de café, en su variedad arábica, bajo este sistema; actualmente, cerca de 8,000 pequeños productores de Chiapas y cerca de 20,000 en todo México se encuentran produciendo café orgánico y llevando a la práctica las labores orgánicas hacia otros cultivos como el maíz y las hortalizas.⁸

Entre los beneficios que genera este sistema de cultivo orgánico, se pueden considerar los de carácter económico, pues los insumos necesarios para la producción se obtienen de la misma parcela y no se tienen que comprar en el exterior de la comunidad -lográndose con ello una mayor independencia-; por otro lado, se avanza en la consolidación de la autosuficiencia alimentaria, ya que en el proceso de certificación orgánica se pide que existan trabajos en la producción de alimentos básicos usando el mismo sistema. En términos sociales, el cultivo de café orgánico contribuye a reducir la vulnerabilidad de los grupos marginados, dado que ayuda, entre otras situaciones, a reducir la dependencia de los grupos a las actividades de producción tradicionales además de las de carácter temporales; permite también, incrementar el empleo extra finca, eficientar el sistema agrícola e implementar otro de carácter no agrícola, además ayuda a reducir la exposición de los productos agrícolas a la erosión del suelo, sequías, fallas en la temporada de lluvias, etcétera y a incrementar la demanda de productos provenientes de regiones rurales pobres del país.⁹

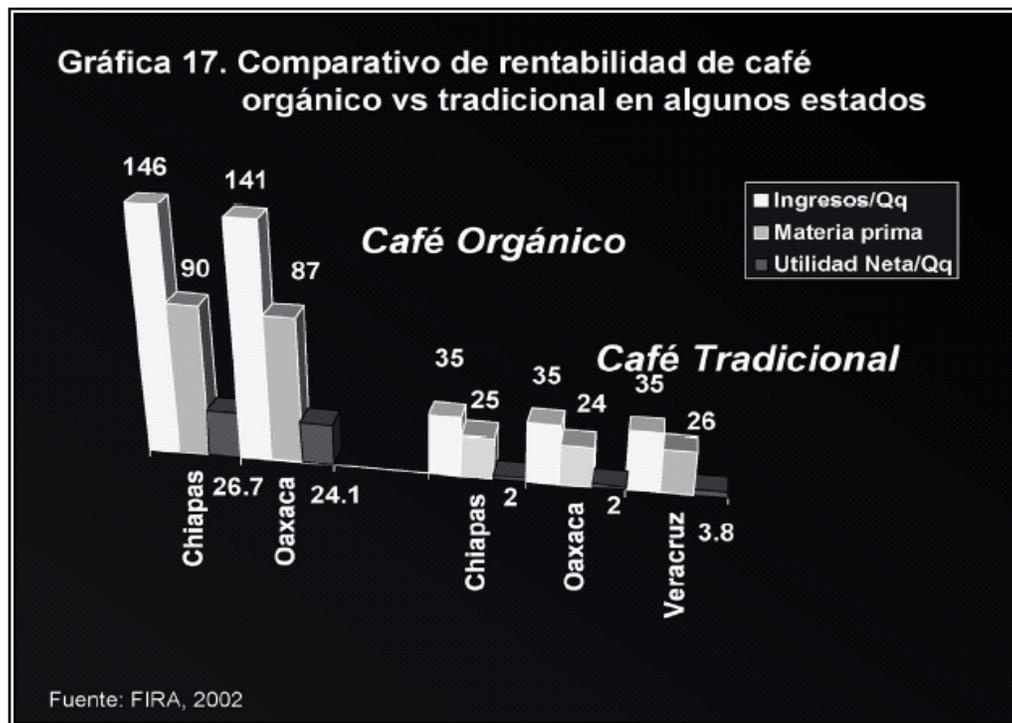
En cuanto a los ingresos obtenidos, podemos apreciar en la gráfica siguiente que el café convencional requiere de apoyos externos para mantenerse en la actividad, lo que contrasta con el café orgánico, que se ha convertido en una buena opción económica para los productores; sin embargo, la posibilidad de generalizar este esquema requiere de tiempo y perseverancia (pues solamente el proceso de certificación se lleva cuando menos tres años). Así por ejemplo, el café orgánico en Chiapas genera utilidad superior al

⁸ Víctor Pérez-Grovas, *op. cit.*

⁹ David Velasco, *op.cit.*

18 % respecto al precio de venta y, en Oaxaca, el 17 %; en tanto, el café tradicional se procesa y vende para mantener la operación de los beneficios y la planta laboral en espera de que los precios mejoren, ya que la utilidad neta no llega al 6 % del precio de venta en los casos de Chiapas o Oaxaca, y apenas supera el 10 % en el caso de Veracruz.¹⁰

Gráfico. 34. Comparativo de rentabilidad de café orgánico versus tradicional en algunos estados.



Fuente: FIRA. 2002

Si la comparación se realiza con base en los costos de producción, podemos observar que los productores de café convencional, que aplican tecnología de alto rendimiento, tienen costos de producción que oscilan cerca de los 60 dólares por quintal¹¹, en tanto que los demás, por su baja producción, no generan economías de escala e incurren en costos adicionales hasta acumular 70 dólares por quintal. Los productores de café orgánico, por otra parte, tienen rendimientos similares o un poco menores que los convencionales extensivos, no obstante que efectúan erogaciones adicionales en mano de obra

¹⁰ FIRA, *op.cit.* p. 64

¹¹ 100 libras equivalen a un quintal de café oro de 46 kilogramos.

(preparación y aplicación de composta, etc.) o para la certificación, sumando casi 75 dólares por quintal, lo que pareciese menos redituable a corto plazo.

Sin embargo, el resultado en cuanto los rendimientos es más tangible, ya que los productores se han percatado de que sí antes una hectárea solía dar aproximadamente cinco sacos de café, ahora, con el cultivo de café orgánico, el rendimiento por hectárea asciende incluso hasta a doce sacos, obteniendo rendimientos de 15 quintales por hectárea en promedio, aunado a lo cual los productos no sólo obtienen una plusvalía social, sino también ecológica, dado que mantienen la biodiversidad y los recursos naturales; podría decirse que los productos, además de ser conservar sus cualidades aromáticas y de sabor, son productos elaborados con responsabilidad.

Cabe señalar, que los principales factores que influyen en el consumo de café orgánicos están relacionados con: la **salud**, es decir, que existe la creencia de que siendo cultivado fuera de químicos, se está consumiendo un producto menos riesgoso; la **demanda de cafés especiales**, dado que el gusto del consumidor es más exigente y varía de acuerdo a los estilos de vida y moda, lo que obliga a cultivar cafés arábicas orgánicos de alta calidad, mismos que deben ostentar un sello de certificación que distinga su calidad de orgánico; las **preocupaciones ambientales**, pues tanto los productores como los consumidores, desean asegurar un futuro social y cultural más rentable.¹²

Así también, el café orgánico, se presenta como estrategia de diferenciación que le posibilita al productor o a las organizaciones de estos, acceder a los nuevos esquemas de comercialización, mismos que a las nuevas exigencias en los gustos y preferencias de los consumidores, así como a la mayor conciencia que ahora se tiene de la necesidad de proteger el medio ambiente y apoyar la permanencia de los productores en el área rural.

De esta manera, en 112 países se obtienen ya productos orgánicos en cantidades comerciales y las ventas ascienden a 17 mil 500 millones de dólares en los 18 principales países que se ha desarrollado la agricultura orgánica; actualmente los principales mercados de consumo de café orgánico son Estados Unidos y Europa, donde Alemania ocupa el primer lugar¹³. Cuando el producto es certificado internacionalmente se puede vender con sobreprecio, con lo que se logra además mantener un mejor nivel de vida de la familia campesina.

¹² Centro de Comercio Internacional. *Café: guía del Exportador op.cit.* p75

¹³ FIRA, *op.cit.* p.35

Cuadro 22. Consumo estimado de café orgánico en los principales países consumidores durante el periodo 2002-2003.

País	Sacos	Parte del mercado correspondiente al café orgánico %
Estados Unidos	200 000	1.1
Canadá	27 000	1.1
Japón	33 000	0.5
Alemania	110 000	1.2
Francia	49 000	0.9
Italia	48 000	0.9
Reino Unido	23 000	1.0
Dinamarca	22 000	2.8
España	22 000	0.7
Suiza	18 000	2.3
Austria	15 000	2.0
Países Bajos	15 000	0.8
Suecia	12 000	1.0
Finlandia	9 000	0.8
Bélgica/Luxemburgo	7.000	0.9
Noruega	7 000	0.9
Otros Europa*	33 000	0.4
No especificados	20 000	-
Brasil	30 000	0.2
Total	700 000	-

Fuente: Distintas estimaciones comerciales

* Incluida Europa Oriental

En México, por ejemplo, existen organizaciones que desde hace 30 años están trabajando sus cafetales con la tecnología de la agricultura orgánica, particularmente, en el cuadro siguiente, se muestran las 14 organizaciones de productores -entre los que destacan Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) en Oaxaca y la organización de Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) en Chiapas- que se han convertido en pioneras del café orgánico y del comercio justo.

Cuadro 23. Organizaciones de México en el comercio justo del café.

Organización	Países en que vende
UCIRI	8
ISMAM	6
CEPCO	2
UE La Selva	2
UE San Fernando	2

UE Majomut	3
Mut-Vitz	1
SC Tlemenionia	3
SC Tzeltal-Tzotzil	1
Cirsa	2
Ucoaac	1
Fiech	1
Comercializadora Máscafé	1
Pluma Hidalgo	1

Fuente: Gómez 2002

5.1.2. Formas de cultivo

La relevancia de la producción de café orgánico radica en recuperar la sabiduría ancestral de los pueblos, además de que sigue la lógica del mantenimiento de la biodiversidad y la conservación de los suelos en las zonas cafetaleras, evitando en la mayor medida posible, la contaminación con residuos del procesamiento del café y protegiendo las costumbres de quienes cultivan el grano, que en gran parte del mundo son etnias con escasos recursos.¹⁴ Así, aun cuando la forma de cultivo de este tipo de café, en general, presenta numerosas similitudes con la forma tradicional, la principal diferencia radica en el cuidado que se tiene para evitar el uso de fertilizantes, insecticidas y funguicidas químicos (pues éstos dejan residuos que el cafeto no puede desechar y se conservan en la semilla, por lo que pueden llegar a ser nocivos para la salud).

No obstante, y para sorpresa de muchos, no es solamente evitar el uso de químicos lo que le da a un café el carácter de orgánico.¹⁵ Precisamente, para conseguir una **producción sostenible** es necesario seguir el principio de la agricultura sostenible, es decir, que se debe devolver al suelo un valor correspondiente al valor cosechado, lo que implica utilizar activamente varias técnicas agrícolas orgánicas, incluida la formación de composta con material orgánico, la cobertura del suelo debajo de los árboles con material orgánico, el recurso del control biológico de las plagas y la inversión en regulación mediante la sombra.

¹⁴ Francisco Aguirre Saharrea. *Introducción al estudio del café*, op.cit.

¹⁵ Si fuera solo encontrarse libre de químicos muchos cafés de tipo natural entrarían a esta categoría, e implicaría que la industria lo considerase como una *producción no sostenible*, esto se debe a que, a largo plazo, el suelo quedaría agotado por la producción natural, que también se denomina "cultivo pasivo" o cultivo "orgánico por defecto". Cfr. Centro de Comercio Internacional. *Café: guía del exportador 2002*. op. cit.

Siguiendo esta línea, y de acuerdo con las reglamentaciones de la Unión Europea, para considerar un cultivo de café como orgánico debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ❑ De ser un cultivo de verduras, abonos verdes o plantas de raíces profundas, en un programa adecuado de rotación plurianual.
- ❑ Debe incorporarse al suelo materiales orgánicos, como estiércol de ganado y vermicompost.
- ❑ Debe existir un control de plagas, enfermedades, malezas y malas hierbas mediante la utilización de variedades adecuadas, programas de rotación, control biológico de plagas, prácticas mecánicas y escarda con llama.
- ❑ Debe haber una producción orgánica de semillas y materiales de propagación.
- ❑ Y, finalmente, debe haber un uso limitado de fertilizantes, plaguicidas y métodos biológicos de control de plagas no orgánicos.¹⁶

Por su parte, el organismo de certificación orgánica en México, CERTIMEX, ha formulado asimismo normas específicas para el cultivo de café, como son:

- ❑ La garantía de conservación de la biodiversidad; por ello el cultivo debe hacerse bajo sombra diversificada.
- ❑ Las variedades deben estar adaptadas al clima local, por lo que deben ser resistentes a las plagas y enfermedades locales.
- ❑ Los viveros deben ser orgánicos y, las semillas, proceder de plantaciones de café orgánico.
- ❑ Los arbustos de café no deben plantarse demasiado juntos.
- ❑ La erosión debe controlarse cubriendo el suelo y cultivando plantas de cubierta vegetal; la plantación debe seguir las curvas de nivel o los bancales, así como debe haber árboles de sombra con mucho follaje; también deben construirse barreras.
- ❑ Deben usarse las siguientes técnicas para aumentar el contenido orgánico del suelo: cultivo de leguminosas, incorporación de fertilizantes orgánicos y otro material orgánico como hojas y ramas de los árboles de sombra.
- ❑ Se permite la corrección del pH con aportaciones permitidas, por ejemplo, la cal.
- ❑ La pulpa del café debe reciclarse (incluso puede servir como fertilizante natural).

¹⁶ Unión Europea. Normas mínimas extraídas y adaptadas del documento CEE nº 2092/91. En <http://www.europa.eu.int> la Internet el día 30 de mayo de 2003.

- El beneficio se realiza enteramente con medios mecánicos y físicos; hay que prestar atención a la reducción del consumo de energía y a la limpieza del agua utilizada para lavar el café.¹⁷

Así pues para certificar un cultivo con la característica de orgánico se realizan inspecciones durante tres años, periodo al que se le denomina **de transición**, lo que incluye no solamente al cultivo del café en sí, sino todas las etapas siguientes de la cadena de producción (beneficiado en la finca, almacenamiento, transporte, elaboración para la exportación, envío, exportación, importación, tueste, envasado, distribución y venta al por menor: todo tiene que estar certificado orgánicamente)

5.2. Comercio justo para el café

En lo que se refiere al Comercio Justo, es un movimiento social integrado por productores, comerciantes y consumidores que trabajan por un modelo más equitativo de intercambio comercial, que posibilite el acceso de los productores más desfavorecidos al mercado y promueva el desarrollo sostenible. Aunque no existe una sola definición de este término, en el ámbito internacional se entiende que el comercio justo, desde la perspectiva de la empresa, es una sociedad comercial entre organizaciones de pequeños productores y la iniciativa privada que busca contribuir al desarrollo sustentable de los productores excluidos y con desventajas, al mejorar las condiciones de compra-venta con dichos productores y al incrementar la conciencia en el consumidor y a través de campañas de promoción.¹⁸ Es pues, el primer intento real para que se reconozcan los costos de producción, tanto sociales como ambientales, en el precio pagado a los productores.

En los últimos 15 años este movimiento del Comercio Justo ha dirigido sus actividades de estandarización y coordinación a través de las acciones siguientes:

¹⁷ CERTIMEX. Normas para la producción de café orgánico/01.2001. En <http://www.comerciojusto.org>, tomado de la Internet el día 29 de abril de 2003

¹⁸ Francisco Aguirre Saharrea. "Comercio justo para empresas mexicanas". En El mundo del café no. 19. México. 2003.

- Garantiza un precio mínimo para sus productos, al cual se le añade un premio del Comercio Justo para apoyar el desarrollo social y la preservación del medio ambiente,
- Promueve y verifica que se establezcan relaciones comerciales de largo plazo entre productores y compradores.
- Influir en las decisiones de compra de los consumidores, a través del contacto directo entre ellos y los productores.¹⁹

Los orígenes del comercio justo se remontan a la década de los ochenta, cuando algunos países europeos con una fuerte tradición de consumo del aromático, emprendieron un movimiento que buscaba apoyar a las organizaciones de cafeticultores a través de estrategias encaminadas a obtener una mayor remuneración por su trabajo, además de que intentaba mejorar sus condiciones de vida a través del trabajo y no de la caridad. Así, siendo un mecanismo que permite a los pequeños cafeticultores mejorar su nivel de vida, a través de la obtención de mejores condiciones para la producción y venta del aromático, su importancia “reside en su capacidad de encontrar soluciones aplicables localmente a problemas globales.”²⁰

Entre tales alternativas, la iniciativa de comercio justo representa una de las más desarrolladas y ampliamente difundidas en numerosos países europeos y, en menor medida, en América del Norte, además de que ha beneficiado a miles de familias de cafeticultores en América Latina, Asia y África, cuyos beneficios se ven cristalizados en un precio mínimo de garantía al momento de vender su café²¹, así como premios y acceso a diferentes fuentes de financiamiento.

En el caso del financiamiento, por ejemplo, se pueden otorgar montos con un valor de hasta 60% del valor de un contrato al momento de firmarse, lo que ha permitido a las cooperativas recibir más café, facilitar el proceso de acopio del producto y gozar de una condición económica más sólida. El comercio justo ha permitido, igualmente, demostrar nuestra capacidad de exportar un producto de alta calidad, al mismo tiempo que permite poner en contacto al productor con el importador, lo que permite ampliar las relaciones

¹⁹ FIRA. *op.cit.* p. 38

²⁰ Francisco Aguirre Saharrea. “El comercio justo y los pequeños productores mexicanos.” En El mundo del café. No. 14. México. 2002.

²¹ Además de que se paga otro sobreprecio para apoyar proyectos de desarrollo local y se establecen relaciones de largo plazo y con mejores condiciones generales de compra-venta entre productores y compradores. *Ibidem*.

comerciales con otros segmentos de mercado tradicional, abriendo mayores expectativas al productor.

Cuadro 24. Ventas de café tostado de Comercio Justo, 1999-2001.
(kilogramos)

Mercado	1999	2000	2001
Total	11 816 363	12 817 973	14 396 353
Alemania	3 332 237	3 098 440	3 127 650
Austria	283 843	299 484	332 261
Bélgica	477 236	547 853	582 203
Canadá	77 600	154 224	258 124
Dinamarca	695 361	742 437	697 070
Estados Unidos	54 971	707 000	1 263 000
Finlandia	35 600	90 648	97 000
Francia	270 300	495 425	945 000
Irlanda	40 490	55 000	62 000
Italia	353 347	398 511	457 000
Japón	6 200	6 600	6 569
Luxemburgo	69 316	64 129	77 320
Países Bajos	3 185 513	3 101 923	3 104 681
Noruega	54 700	125 313	178 851
Reino Unido	1 237 060	1 332 240	1 647 640
Suecia	218 005	216 886	253 569
Suiza	1 424 584	1 381 860	1 306 415

Nota: Además hay ventas (de café verde) que no están reflejadas necesariamente en el cuadro. Fuente: Max Havelaar.

En este sentido, podemos observar que en el sistema se encuentran productos diferenciados -o no- por medio de un sello, que da la certidumbre de que el producto en cuestión fue cultivado bajo los estándares de la agricultura orgánica y comercializado en un sistema equitativo. De esta manera, entre “los productos que portan un sello cuando son comercializados podemos encontrar: azúcar, plátano, cacao, café, jugo de naranja, miel y té; y, entre los productos que no lo portan están: artesanías, cereales y legumbres, galletas y *snacks*, especias y otros productos alimenticios, mermeladas, pelotas de fútbol, libros, instrumentos musicales, música, nuez de marañón, chips de plátano, yuca, textiles, plantas medicinales, turismo alternativo, y otros productos.”²² Actualmente, muchos de estos productos pueden encontrarse en 14 países europeos, en Estados Unidos, Canadá, Japón y México, constituidos en una organización internacional denominada **Fair Trade**

²² Ovidio López Julián. Comercio Justo, ¿no ayuda!. Asociación Latinoamericana de Pequeños Caficultores -Frente Solidario- En http://www.vinculando.org/comercio_justo/productores.htm. Tomado de la Internet el día 15 de junio de 2003.

Labelling Organization (FLO) con sede en Bonn, Alemania.²³ En países como Canadá o Francia, las iniciativas de comercio justo han sido adoptadas por numerosas empresas privadas de distintos giros y de todos tamaños.

Así pues, el comercio justo establece tanto una relación de respeto entre organizaciones de pequeños productores y compradores privados (al comprometerse ambas partes en una relación seria, de mediano o largo plazo y benéfica para todos lo involucrados), como un precio mínimo que garantice recuperar los costos de producción. En este sentido, las organizaciones de pequeños cafecultores reciben por su grano un monto superior al precio de mercado y, a su vez, se comprometen a entregar un producto de alta calidad y a realizar proyectos sociales en beneficio de sus comunidades.

Cuadro 25. Precio del café cotizado en la Bolsa de Nueva York frente al precio del café del comercio justo.

Nueva York "C"	Comercio Justo
Hasta US\$ 1.25	US\$ 1.35
US\$ 1.30	US\$ 1.44
US\$ 1.50	US\$ 1.64
US\$ 1.75	US\$ 1.89
US\$ 2.00	US\$ 2.14
US\$ 2.75	US\$ 2.89

Fuente: FIRA. 2002

Así, “bajo dichas iniciativas, las cooperativas de cafecultores reciben un precio de aproximadamente 2.50 dólares por kilo de café, que se encuentra 50 por ciento por encima de los precios que prevalecen en el mercado mundial. Incluso después de deducir los costos de procesado, transporte y comercialización en que incurren las cooperativas, los pequeños cafecultores todavía reciben mucho más de lo que recibirían si vendieran su producto a los intermediarios privados”²⁴ Así las cosas, en la tabla anterior se muestra el precio del café en la Bolsa de Nueva York (Contrato Coffee C), en contraste con el precio que paga el mercado justo con base en los precios de la bolsa, cuyo valor es mayor. Tomando en cuenta lo anterior, y dados los costos de producción del café, el

²³ Lourdes Muñoz Comonfort. Café orgánico Mexicano...op.cit. p. 29

²⁴ Oxfam Internacional. Bitter Coffee...op.cit. p.8

precio mínimo para este producto se ha fijado entre 121 y 141 USD por quintal²⁵ de arábica lavado y \$110 por quintal de robusta lavado, independientemente del precio del café en la Bolsa de Nueva York.

A partir de esto, cuando el precio del café en el mercado internacional sube arriba del precio mínimo, se agrega un premio de 5 centavos de dólar por libra de café oro, como una especie de prima para que siempre se pague más al productor dentro del mercado. Además se obtienen un premio social de 5 usd por cada saco de café exportado que deben ser usados en proyectos de desarrollo comunitario, de manera que la venta de café apoye a otras actividades y servicios dentro de la comunidad o región²⁶, así como un premio orgánico de 15 dólares²⁷ por quintal de café oro cuando el café sea certificado como tal. Como ejemplo de los precios del comercio justo, tenemos el siguiente cuadro.

Cuadro 26. Precios mínimos del café garantizados por Comercio Justo (en centavos de libros)

Tipo de café	América central, México, África, Asia (ordinario)	América del Sur, zona del caribe (ordinario)	América central, México, África, Asia (café certificado)	América del Sur, zona del caribe (café certificado)
Arábica lavado	126	124	141	139
Arábica no lavado	120	120	135	135
Robusta lavado	110	110	125	125
Robusta no lavado	106	106	121	121

Nota: Los precios son FOB en puerto de origen, peso neto embarcado.

Fuente: FIRA. 2002

También es importante enfatizar, que si bien el comercio justo tiene un origen que busca la adecuada distribución de ganancias y la socialización de las relaciones comerciales, actualmente está poniendo un mayor énfasis en complementar su práctica tanto con el

²⁵ Los datos de estos precios fueron dados por Francisco Aguirre Saharrea. Una experiencia de comercio justo en México. Documento basado en la ponencia presentada en el coloquio "*Commerce équitable, coopératives et développement durable*"; desarrollado el 26 y 27 de septiembre de 2002. UQAM, Montreal; aunque el Fideicomiso Instituido para la Agricultura, lo establece en los 126 USD por cada 100 libras, *cf.* Fira, *op.cit.*

²⁶ Entre los que encontramos asistencia técnica y capacitación relativa al mejoramiento e la calidad, productividad, diversificación de cultivos y actividades económicas, mejoramiento de vivienda, salud, instrucción y cultura. *Cfr.* Comercio Justo México. A.C. Norma General de Comercio Justo. México. 2001. p. 23

²⁷ 15 centavos de dólar por libra. Margit Schlagenhauf. El Surgimiento del Mercado Justo en Europa. *TransFair International*. En <http://www.transfair.org>. tomado de la Internet el día 20 de agosto de 2003.

cuidado ecológico de las áreas productoras en los países en desarrollo como con la salud de los consumidores de países desarrollados.

Paralelamente a lo anterior, diversas iniciativas de comercio justo en México buscan aprovechar el enorme potencial del mercado local, donde hay mayores posibilidades de potenciar las ancestrales formas de solidaridad y cooperación comunitarias.

Finalmente, podemos concluir de manera práctica, que el comercio justo implica comprarle a las organizaciones de pequeños cafeticultores un grano de alta calidad con precios superiores a los del mercado; al mismo tiempo, que la sociedad toma conciencia de que con cada taza de café de comercio justo que consuman estarán contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de los cafeticultores de nuestro país y sus comunidades.

5.2.1 El apoyo de las Organizaciones No Gubernamentales.

La participación de las organizaciones civiles ha contribuido al éxito de ambas estrategias; uno de los eventos importantes que da origen a esta participación se puede ubicar en la Primera Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés), celebrada en 1964, bajo el lema "*Comercio, no ayuda*", donde se tomaron decisiones a favor de una nueva relación entre los países ricos y empobrecidos. Lo acontecido en la conferencia de la UNCTAD, inspiró a un grupo comprometido con movimientos sociales en el hemisferio sur, de tal manera que en Holanda, en 1969, comenzaron incipientes tendencias hacia el comercio justo en Holanda. Para 1988, el comercio justo toma un nuevo impulso con la propuesta Max Havelaar, misma que se expendería poco a poco de Holanda a otros países, pero bajo distintas denominaciones, como parte del sistema FLO, e inclusive daría la pauta para la creación de otras estructuras de comercio equitativo.²⁸

Con estas buenas muestras del interés por parte del consumidor, se fundó **TransFair** Internacional en Alemania (en 1992). Siguiendo la lógica de estas dos iniciativas, se extendió el mercado justo a nueve países europeos, a Japón, Canadá y Estados Unidos. En Estados Unidos por su parte, encontramos a **Equal Exchange**²⁹, que se encarga de crear un intercambio justo entre pequeños productores de países en desarrollo (que ellos

²⁸ Como son: la *International Federation for Alternative Trade (IFTA)*, *Network of European World Shops (NEWS!)* y la *European FairTrade Association (EFTA)*, que en conjunto forman el espacio de dialogo *FINE*. Ovidio López Julián, *op. cit.*

²⁹ Erbin Crowell. El Mercado Justo en Estados Unidos. *Equal Exchange*. En <http://www.comercio-justo.com>. Tomado de la Internet el día 15 de enero de 2003.

denominan Tercer Mundo) y los consumidores en Estados Unidos. Prácticamente sus actividades están encaminadas a vincular directamente con el productor del café, eludiendo el intermediarismo, para contribuir así a que los productores obtengan un precio más alto por su café y ganen mayor control sobre sus ingresos.

De la misma manera, existen asociaciones y redes nacionales, encargadas de vigilar y promover el comercio justo en México, entre las que puedo mencionar, la Red de Consumidores de Café, Comercio Justo A.C. –única organización en México que certifica el café con sellos-, Vinculación y Comunicación Social,, A.C. Café Unidos, Oxfam México, El Colegio de la Frontera Sur, etc.

En el caso del café, las iniciativas de estas organizaciones tratan de realizar estos objetivos autorizando a compañías tostadoras a vender café con uno de los "sellos" que llevan el nombre de la organización que lo certifica y expide -como *Max Havelaar*, *TransFair* o *Fair Trade Federation*-, a consumidores que simpatizan con los mismos objetivos. El producto con sello garantiza a los consumidores que este café ha sido comprado directamente de organizaciones de pequeños productores bajo términos comerciales más favorables: o sea que los productores han recibido un precio y trato justos.

La estructura operacional de estas iniciativas es similar a la de una asociación privada sin fines de lucro, es decir, no es un negocio en sí encargado de comercializar el café, sino que limita su papel a la determinación de los criterios del comercio justo, dando su sello a los productores participantes que cumplen con los criterios establecidos.

Así, las operaciones que realizan están divididas en los siguientes tres niveles:

1. Organizaciones de pequeños productores a través del Registro Internacional, que es un catálogo compartido por todas las iniciativas de comercio alternativo, donde están inscritas aquellas organizaciones de pequeños productores que cumplen con los criterios de selección.
2. Los importadores. A los que se les facilita la importación directa y justa de un café de calidad, si cumplen con criterio como el precio mínimo, comercio directo, etc.³⁰

³⁰ El **comercio directo** implica la compra café oro o procesado solamente de organizaciones de pequeños productores inscritas en el Registro Internacional de Productores de Café. El **precio mínimo** es el que cubre por lo menos los costos de producción calculados por la Organización Internacional del Café. Un **premio orgánico**, para aquel café la debida certificación oficialmente reconocida y que será vendido como tal bajo el sello de calidad de una de las iniciativas de

3. Los tostadores y/o vendedores al consumidor, que son los usuarios del sello de comercio justo autorizados.³¹

5.2.2 La Cooperativa Max Havelaar y el comercio justo

Durante los años de crisis extrema de los precios (entre 1988 y 1994), paralelo al surgimiento del concepto del mercado justo para el café, es que aparece la Cooperativa **Max Havelaar**, gracias a la iniciativa conjunta de cooperativas de pequeños productores de café de Oaxaca y de un grupo de holandeses. El nombre de esta red, *Havelaar*, le fue otorgado gracias a un personaje de la literatura holandesa, creado por el escritor *Eduard Douwe Dekker*³², quien había sido parte de los funcionarios del gobierno cuando Java era posesión holandesa, experiencia que le permitió escribir el libro “Max Havelaar o las subastas de café de la Compañía Comercializadora Holandesa”, a través del cual denunciaba el sistema de explotación bajo el cual se encontraban muchos aborígenes de la isla, equiparables a las condiciones actuales en las que viven miles de campesinos alrededor del mundo.

El objetivo prioritario de esta iniciativa es que los productos se distribuyan en los mercados promoviendo el sello de calidad *Max Havelaar*. Para lo cual han establecido diversos criterios diferenciados de acuerdo al papel que juegan en la comercialización del café, es decir, en el caso de los tostadores:

- Adquirir directamente e café de organizaciones asociadas a la red.
- Garantizar directamente a los agricultores antes de empezar la cosecha, un pre-financiamiento de 60% de las compras del año cafetalero.

Y, en el caso de los productores:

comercio equitativo. El **crédito**, a solicitud del productor, por un valor de hasta el 60 por ciento del valor del contrato. Margit Schlagenhauf. *El Surgimiento del Mercado Justo en Europa*. *op.cit.*

³¹ El tostador/ vendedor paga una cuota de 10 por ciento del valor bruto del producto que lleva el sello al sistema *TransFair*, *Max Havelaar*, *Fair Trade* dependiendo del que éste usando. Este ingreso va al monitoreo internacional y las campañas de educación hacia el consumidor, así como a la promoción de ventas al nivel nacional. *Ibidem*.

³² *Eduard Douwe*, quien escribía bajo el nombre de *Multatuli*, era originario de Ámsterdam. En 1838 viaja a Java, donde se incorporó al servicio civil de la India Oriental, donde se percata de los abusos y los plasma en una novela. Lourdes Muñoz Comonfort. *Café orgánico mexicano... op.cit.* p. 30

- ❑ Ser pequeños productores auténticos, es decir, que no dependan del trabajo contratado, sino más realicen su cultivo en fincas familiares.
- ❑ Ser integrantes de alguna organización independiente, democrática, solidaria, no discriminatoria, que no tenga tendencias partidistas y que acepte nuevos miembros.
- ❑ Proponerse lograr metas de desarrollo económico
- ❑ Establecer como alguna de sus metas la diversificación -que no dependa del cultivo del café- y el mejoramiento de en la producción.³³

Gracias a esta organización, se popularizo la portación del sello de certificación de comercio justo en el mundo, situación que le otorgó al café una situación privilegiada respecto a aquel que no lo porta al momento de la comercialización, lo que deriva en mayores ingresos a los bolsillos del cafecultor.

5.3 Análisis de estrategias de acceso y diversificación de mercados

Como podemos observar, uno de los compromisos adquiridos por el comercio justo es la búsqueda de nuevos mercados y la diversificación de la producción. Así pues, la comercialización de los productos no es únicamente hacia los países del norte, también es al interior de los países productores, o entre estos. La cobertura del comercio justo, se ha ampliado considerablemente, por lo que hoy participan mas organizaciones y países productores y consumidores.

Los productores se han tomado muy en serio este sistema de comercialización, primero comenzaron vendiendo su producto como materia prima, hoy también lo hacen de forma industrializada y, en el caso del café, hasta en taza (tal como sucede en la red de cafeterías "La Selva Café" que funciona en México, Estados Unidos y España). El éxito que ha tenido la venta de café justo (que muchas veces es orgánico también) ha provocado que empresas como *Starbucks* decidieran empezar a comprar café con este sello de certificación, ya que dicha acción representa una mejora de su imagen frente a un público norteamericano crecientemente informado e interesado en prácticas empresariales socialmente responsables; además de ello, el ingresar al mercado del

³³ Cfr. María Cristina Renard. Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café. op.cit. p. 79

comercio justo les ayuda a conseguir más clientes y a fortalecer la lealtad de un sector de mercado específico, que ya es consumidor de sus productos.³⁴

Cabe añadir que México es, desde hace ya varios años, el primer productor mundial de café de comercio justo y orgánico en todo el mundo, mismo que es exportado a los mercados más exigentes, como el alemán o el japonés, de manera que usted no deberá preocuparse por adquirir un café de menor calidad al que ya compra.

5.3.1 Políticas de comercialización.

Hablemos ahora de la cadena de comercialización, tanto en el mercado del café orgánico como en el mercado justo. Es importante enfatizar que las normas y políticas de comercialización responden en muchos casos tanto a las exigencias del consumidor final, como de las organizaciones encargadas de certificar el producto como orgánico o justo; la ventaja que presentan es que, a diferencia del mercado convencional y las políticas aplicadas a éste, aquí no encontramos intermediarios, ya que se busca que el productor ofrezca directamente el producto al consumidor final, lo que determina un mejor nivel de ingresos para los productores.

De esta forma, muchos países han preparado leyes específicas sobre los productos orgánicos, al mismo tiempo que se encargan de que formen parte de estos sistemas. En primer lugar entonces, hablaré sobre las condiciones –numerosas pero bien definidas– que debe cumplir el café antes de que pueda comercializarse como orgánico.

La *International Federation of Organic Agriculture Movements* (IFOAM), fundada en 1972, con 750 organizaciones e instituciones afiliadas en más de 100 países, es soporte de la agricultura orgánica mundial. Gracias a sus “*Estándares Básicos y Criterios de Acreditación*”³⁵, selecciona a los certificadores de productos que pueden usar el logo “*IFOAM-accredited*”; actualmente existen 17 organismos acreditados –como la Asociación de la Agricultura Orgánica en Alemania (AGOL), la Asociación para el Mejoramiento de Cultivos Orgánicos (OCIA) de EE.UU., la Asociación de la Colaboración con el Tercer Mundo (GEPA) de Alemania, y Naturland-Zeichen GMBH, también alemana.

³⁴ El dinero extra pagado por cada kilo de café de comercio justo es, en realidad, el monto que se invierte en un tipo relativamente reciente de publicidad, la publicidad social (*Cause related marketing*), que busca mejorar la imagen pública de la empresa privada y atraer a nuevos clientes, aquellos que quieren que su dinero se use para alguna causa particular. Francisco Aguirre Saharrea. “*Comercio justo para empresas mexicanas*”. *Op.cit.*

³⁵ FIRA, *op.cit.*

Las normas anteriormente mencionadas son la base de la legislación que se ha introducido en la Unión Europea (1992), Estados Unidos (2000), Japón (2001) y algunos otros países (incluidos Argentina, Bolivia, India y México) que han establecido leyes nacionales para reglamentar el mercado de productos orgánicos.³⁶ En el caso del comercio justo, es cada iniciativa la que establece los requisitos de certificación de comercio justo, situación que se hace palpable con los sellos utilizados para su comercialización.

Un elemento que fortalece al esquema en nuestro país es el servicio de certificación por entidades nacionales; para el caso del café, las propias organizaciones fundaron un organismo que se denomina Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos, S.C (CERTIMEX)³⁷, misma que realiza tanto la certificación de que un producto es orgánico, como que pertenece al sistema de comercio justo. Los proyectos certificados también denotan el crecimiento de la demanda y el interés de los productores; así, pues, en tres ciclos se ha tenido crecimiento superior a 2 veces en número de proyectos o empresas certificadas y, para el caso del café, el crecimiento en superficie ha sido de más de 4 veces.

Así también, la organización Comercio Justo México, A.C. ha establecido normas para promover y regular el Comercio Justo de productos de pequeños productores mexicanos. Dichas normas se aplican tanto a los actores comerciales e industriales, como a los productores mismos. Así las cosas, podemos afirmar que hasta la fecha se han desarrollado las siguientes normas:

La Norma General de Comercio Justo³⁸, que detalla los principios y las reglas generales del Comercio Justo en cuanto a los productos de pequeños productores mexicanos. Esta norma se aplica en principio a cualquier producto que se quiera certificar.

Los principales criterios de la Norma General de Comercio Justo son:

³⁶ Centro de Comercio Internacional-UNCTAD-OMC. Café guía del exportador 2002. *op.cit.* p.91

³⁷ Creada en 1997, CERTIMEX responde a las necesidades planteadas por los pequeños productores de los estados de Chiapas y Oaxaca, que demandaban una empresa nacional de inspección y certificación que garantice a los consumidores nacionales y extranjeros la calidad orgánica de los productos mexicanos. Esta organización trabaja con organizaciones de pequeños productores, productores privados y empresas procesadoras y comercializadoras de productos orgánicos. SU tarifa de inspección es de 100 dólares por día, con lo cual certifica la producción, el procesamiento y la comercialización de diferentes productos, entre ellos el café. *Cfr.* Lourdes Muñoz Comonfort. Café orgánico mexicano...op.cit. p. 15

³⁸ *Cfr.* Comercio Justo México. Norma General de Comercio Justo. *Op.cit.*

- ❑ Participación limitada a las organizaciones de pequeños productores democráticas con una administración transparente
- ❑ Los productores reciben un precio de garantía que cubre los costos de producción y les permite un ingreso digno por el trabajo realizado
- ❑ Las organizaciones de pequeños productores reciben un premio social adicional para el financiamiento de proyectos de desarrollo comunitario
- ❑ Se paga un premio adicional por los productos certificados de calidad ecológica
- ❑ Compromiso por parte de todas las partes involucradas con el desarrollo económicamente, socialmente, culturalmente y ecológicamente sustentable
- ❑ Compromiso por parte de todas las partes involucradas para fomentar la participación equitativa de la mujer y respetar los derechos de los niños
- ❑ Se mantienen relaciones comerciales justas, corresponsables y duraderas
- ❑ Los consumidores reciben una garantía de calidad y confiabilidad con la certificación independiente.

El **Reglamento para el Café**³⁹, es un documento complementario a la Norma General, especifica las reglas del Comercio Justo para el caso del café. En este reglamento se fija el nivel del precio mínimo de garantía, el premio social, el premio ecológico y las calidades mínimas del café de Comercio Justo

La **Norma para puntos de venta calificados de Comercio Justo**⁴⁰, cuyo objetivo es el de reglamentar la distribución de productos certificados con el sello de Comercio Justo. El cumplimiento de las normas de Comercio Justo México, A.C. es verificado por la Certimex, SC.

5.3.2. Normas de certificación

Comenzaré definiendo lo que es la certificación, que básicamente es “el sistema por el cual se dictamina que una organización, empresa, producto, sistema o servicio se ajuste a las normas de producción, procesamiento y comercialización establecidos por una entidad normativa, lo que garantiza al consumidor que adquiere un producto de una calidad determinada por éstas”.⁴¹ Existe pues, una certificación ecológica, que se le otorga al café

³⁹ Comercio Justo México, A.C. Reglamento para el café. México. 2000.

⁴⁰ Comercio Justo México, A.C. La Norma para puntos de venta calificados de Comercio Justo. México. 2001.

⁴¹ Comercio Justo México, A.C. Norma General de Comercio Justo. *op. cit.* p.10

orgánico, y una certificación de comercio justo, que hace constar que se cumple con los requisitos de esta iniciativa. En el primer caso, el procedimiento de certificación comprende los siguientes pasos:

- **Registro.** El productor selecciona una organización de certificación (un certificador) y firma un contrato. El productor suministra información sobre las instalaciones del cafetal o de la planta de elaboración y queda registrado.
- **Inspección.** Una vez al año, por lo menos, el certificador inspecciona las instalaciones de producción y elaboración.
- **Certificación.** El informe de inspección es la base para decidir si puede concederse o no un *certificado maestro*.
- **Certificado de control** (llamado anteriormente certificado de transacción). Debe concederse para cada envío a la exportación, indicando la cantidad exacta y el origen orgánico, después de lo cual la mercancía puede exportarse o importarse en calidad de orgánica.⁴²

La certificación se realiza con el fin de verificar que la producción en 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. No obstante, cabe señalar que existe una clara distinción entre la certificación de un operador para que pueda producir café orgánico y la certificación de un envío a la exportación para que pueda importarse como café orgánico.

“La certificación da cuenta del origen orgánico del producto para que pueda ser vendido y comprado por los consumidores que pagan un sobre precio por estos productos, se convierte pues en una especie de garantía, ya que a los consumidores les es difícil, si no imposible, verificar por sí mismos la calidad orgánica del producto que están comprando.”⁴³

Una evento importante relacionado con la certificación orgánica, se da cuando la IFOAM unificó las diferentes normas en sus “Normas Básicas para la Producción y Procesado Orgánico”. Estas normas constituyeron un marco para que los organismos de certificación

⁴² Centro de Comercio Internacional-UNCTAD-OMC. *Café guía del exportador 2002*. *op.cit.* pp. 71-76

⁴³ Red Sur-Sur en Chiapas Primer Encuentro Internacional de Campesino a Campesino sobre Certificación Orgánica y Mercados Alternativos de Café. Realizado en Palenque, Chiapas, México. Del 27 de enero al 1 de febrero de 1997.

y las organizaciones que fijan normas de todo el mundo puedan preparar sus propias normas de certificación.⁴⁴ La IFOAM tiene también un programa de acreditación de las organizaciones de certificación, encaminado a armonizar las normas, la certificación y a ofrecer un sello universal de calidad para los productos orgánicos.

Así por ejemplo, la norma de la Unión Europea, denominada **EN 45011**, y el equivalente internacional **ISO 65** estipulan que las organizaciones de certificación deben estar acreditadas por un órgano reconocido de acreditación.⁴⁵ Ante esta situación, se debe poner énfasis en la acreditación de la certificación propuesta por ambas normas, así como de documentación de aduanas requerida por la Unión Europea, es decir, que está certificado y tiene un permiso de importación.

En Estados Unidos, existen numerosas leyes que regulan el comercio de productos orgánicos, entre las que podemos mencionar: la Ley de Producción de Alimentos Orgánicos (*Organic Foods Production Act – OFPA*), aprobada en 1990 para fijar las normas nacionales sobre producción y manejo de alimentos etiquetados como “orgánicos”, las Normas Orgánicas Nacionales (parte del Programa Orgánico Nacional, NOP) que entraron en vigor el 21 de octubre de 2002, etc.; dichas leyes permiten que las organizaciones que cumplen plenamente con el NOP puedan etiquetar como orgánicos sus productos o ingredientes y pueden utilizar el sello orgánico del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (*USDA Organic Seal*) en este tipo de productos dentro de

⁴⁴ Entre las empresas certificadoras más grandes del mundo encontramos a: OCIA - EE.UU.; Naturland – Alemania; Skaal – Holanda; VSBLO, IMO-Control – Suiza; ECOCERT – Francia; Argincert – Argentina; Bolicert – Bolivia; y en México, CERTIMEX y está en proceso de consolidación ECOMEX. Algunos certificadoros internacionales tienen sucursales en los países productores y el personal empleado localmente lleva a cabo inspecciones a un costo inferior al del personal externo. Otra opción para tener certificadoros internacionales es utilizar un organismo local de inspección reconocido con el cual exista un acuerdo de cooperación (por ejemplo, IMO (Suiza/Alemania) y KRAV (Suecia) cooperan con CERTIMEX en México). *Ibidem*.

⁴⁵ Dada esta situación, los aspirantes a exportadores de café orgánico a la Unión Europea deberían verificar sí:

- La organización de certificación propuesta tiene una acreditación EN 45011/ISO 65 (que deberían poder presentar si se les solicita) o es aceptada sobre la base de una cláusula de liberación como en el ejemplo citado (pero también deberá poder suministrar la correspondiente prueba)¹⁴.
- El importador propuesto conoce completamente y aplica la documentación de aduanas requerida por la Unión Europea, es decir que está certificado y tiene un permiso de importación. Con efecto a partir del 1º de julio de 2002. Ahora los productos orgánicos sólo pueden importarse si: el importador presente un *permiso de importación* para el café orgánico en cuestión, concedido por la autoridad competente del estado miembro con pormenores sobre el exportador o productor, el organismo de certificación y el importador a la Unión Europea; Si se presenta a aduanas para su verificación y visto bueno, un *certificado de control original*, llamado anteriormente certificado de transacción.
- La mayoría de organismos de certificación tienen sus propias etiquetas de calidad, y por consiguiente hay muchas etiquetas diferentes en la Unión Europea para designar los productos orgánicos. *Ibidem*. p. 80

su territorio, independientemente de que hayan sido producidos en el país o hayan sido importados.⁴⁶

Ante tal diversidad de normas, el exportador debe de tomar en cuenta a qué mercado se va a vender, por ejemplo, si el comprador es de Estados Unidos, hay que estar certificado por una empresa reconocido ahí; igual sí el comprador es de Alemania, hay que estar certificado por una empresa reconocido en Alemania. El problema principal en cuanto a la certificación, particularmente para los productores de América Latina, es la dependencia de empresas extranjeras para la certificación orgánica, lo que trae como consecuencia altos costos por todas las actividades de inspección, dependiendo del tamaño de la organización y la superficie por ser inspeccionada. No obstante, hasta septiembre de 2002 había productores de café orgánico certificado en países como: Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Guatemala, Honduras, India, Indonesia, Kenya, Madagascar, Malawi, México, Papua Nueva Guinea, Perú, República Dominicana, República Unida de Tanzania, Timor Oriental y Uganda.⁴⁷

Así las cosas, el proceso de certificación puede darse en diversos sentidos, dependiendo tanto del rol que juegan en el mercado del café, como de las necesidades del actor que la solicite. Por ejemplo, las organizaciones de productores pueden realizar este proceso de certificación para:

- ❑ Certificarse a sí misma como Organización de Comercio Justo (democrática, independiente, plural, transparente, profesional, promotora del desarrollo integral, del medio ambiente y la igualdad de género).
- ❑ Para certificar la materia prima (en caso de existir el Reglamento de Producto correspondiente) y el trato comercial justo con los compradores.
- ❑ O bien, para certificar el producto final de la organización de productores.

Las empresas (sociales o privadas) pueden realizarlo para:

- ❑ Certificarse como empresa que cumple con las normas de Comercio Justo, lo que le permitirá participar en el Comercio Justo (empresas procesadoras, por ejemplo).
- ❑ Certificar sus productos como de Comercio Justo (comprando de las organizaciones de Comercio Justo bajo las condiciones correspondientes).
- ❑ Certificar el uso del Sello de Garantía Comercio Justo México.

⁴⁶ *Ibidem.* p. 88

⁴⁷ *Ibidem.* p. 76

- Certificarse como Punto de Venta Calificado de Comercio Justo.

No obstante, los requerimientos básicos para otorgar el sello de comercio justo son los establecidos por cada una de las organizaciones de este tipo. Así pues, los siete productos agropecuarios con sello del Comercio Justo -que son producidos principalmente en 30 países del hemisferio sur- son: café, cacao, miel, banano, té, jugo de naranja y azúcar; así pues, para su certificación existen 5 sellos que se utilizan en los 17 países industrializados que se enlistan en el siguiente cuadro, donde podemos distinguir los sellos *Max Havelaar* y *TransFair* por el número de países y volúmenes comercializados, mismos que nos abren las puertas para un consumo responsable social y ecológicamente de una taza de café.

Cuadro 27. Sellos del comercio justo y países que lo utilizan

Max Havelaar	TransFair	Fairtrade	Rellun Icapan	Foreningen
Holanda Francia Bélgica Dinamarca Noruega Suiza	Alemania Austria Italia Japón Luxemburgo Canadá Estados Unidos	Inglaterra Irlanda	Finlandia	Suecia

Fuente: Fairtrade 2002.

Conclusiones

Los temas económicos en las Relaciones Internacionales adquieren relevancia a partir de que las tendencias de globalización actual, constituyen uno de los elementos explicativos que dan cuenta de lo que acontece en el comercio internacional y se vuelve parte de una de las razones y elementos que permiten entender a la sociedad misma al mismo tiempo que permiten darle una significación al tema de la crisis del café. Concebir un futuro sin aroma, es casi imposible para mí, no obstante, la problemática del café todavía es fuerte y requiere de mayor voluntad para su resolución.

Así pues, para concluir esta investigación considero que la década de los ochenta es una etapa de cambios y reacomodos en todo el mundo, muchos de ellos para bien y muchos más para mal, de tal manera que el fin de la guerra fría y de un mundo hasta entonces bipolar conllevó a la desintegración de los esquemas establecidos y de los patrones de regulación de la política y la economía internacional; resultado de lo anterior, el predominio del capitalismo y su ideología neoliberal se vio reflejado en el comercio mundial, lo que implicó el desbaratamiento de reglas y acuerdos hasta ese momento funcionales.

De manera paralela, la aparición de la globalización como un proceso aparentemente nuevo, innovador e irreversible exaltó aún más las transformaciones e implicaciones – tanto positivas como negativas- que se estaban generando en el ámbito económico internacional; así, junto con la ideología neoliberal, se generaron nuevos procesos benéficos en el sentido de la solidaridad y cooperación internacionales, las comunicaciones, el acortamiento de distancias, etcétera, a la par de otros que influyeron negativamente, como el predominio de la oferta y la demanda, en la crisis del mercado internacional del café.

Así las cosas, coincidiendo factores como la liberalización de mercados y la flexibilización de normatividades, se enmarcó el cambio de esquema por el cual se manejaba el mercado del aromático, es decir, de un esquema regulado por los participantes, tanto en cuestiones de producción como de oferta y calidad, a uno de libre comercio donde cada uno buscaba satisfacer sus propios intereses; esta situación facilitó el desacomodo del mercado y la intromisión de nuevos productores, hecho que contribuyó a que se dieran variaciones dramáticas en la producción, precio y calidad del aromático a escala mundial, cuya responsabilidad recae directamente sobre el incremento vertiginoso de la producción

de café proveniente de Vietnam. Aunado a ello, la tendencia financiera de los especuladores y las grandes corporaciones que manipulan los precios del aromático en la bolsa de valores de Nueva York y Londres, lo que trae como resultado la volatilidad de los precios del grano y la dificultad para recuperar los montos invertidos en la producción, lo que condena a los productores a vivir cada vez más frecuentemente en la pobreza.

En el caso particular de México, partimos de un problema que desde antaño no se le ha puesto la debida atención, la crisis del campo. Dicha crisis, y particularmente la del café, nos demuestra como el tema agrícola fue uno de los temas menos discutidos al momento de liberalizar la economía mexicana, sin importar que el campo es uno de los sectores más afectados al momento en que se da el cambio de modelo económico y la convergencia con el proceso global; de esta forma, cada uno de los actores que participan en las actividades agrícolas han tenido que enfrentarse cotidianamente a nuevos obstáculos, internos y externos, mismos que no han podido ser franqueados debido a las deficiencias histórico-estructurales que se vienen arrastrando desde que se formó nuestra nación.

Aún más, esta crisis es un reflejo de que nunca se logró consolidar un mercado interno que nos permitiera mantener nuestra competitividad en el plano agrícola mundial y que ahora, dentro de condiciones de liberalización y globalización, manifiesta que nuestras vulnerabilidades se han agudizado en este sector, así pues cada día hay menos tierras, menos campesinos, menos créditos, menos apoyo y asistencia técnica, frente a una constante emigración y tierras olvidadas; por lo que hoy, no sólo es un punto más en las agendas gubernamentales, sino de seguridad nacional dada la necesidad de seguir manteniendo nuestra autosuficiencia alimentaria. Así, dentro de un sistema internacional complejo y globalizado, los cafecultores mexicanos y sus cosechas han quedado marginados de las ganancias que sus productos generan (mismos que les son regresados con etiquetas de grandes empresas) dentro de una dinámica donde sólo los más fuertes sobreviven y donde pocas veces la unión, que debería hacer la fuerza, puede revertir la situación.

Así los productores de café, azúcar, maíz, hortalizas, aguacate, todos con características que los diferencian pero que al mismo tiempo los unen, han emprendido un proceso propio de adaptación y sobrevivencia. Todos se han inmerso en un mundo donde los costos y precios bajos reglamentan y modifican la ley de la oferta y la demanda; y si a esto le aunamos una competencia desleal con los productores agrícolas europeos y

estadounidenses subsidiados por gobiernos que no desestiman el valor de la agricultura, la situación se agudiza negativamente para nuestro campo mexicano. Cabe resaltar, que la crisis ya ha tenido una duración de más de una década, que si bien no sólo se limita al sector cafetalero, sino en general al sector agrícola (nacional e internacional), no nos podemos dar el lujo de seguir con actitudes pasivas cuando no sólo miles de campesinos viven sumergidos en la pobreza, sino que se han derivado problemas más complicados como la emigración o los cultivos ilegales.

Así las cosas, dados que los precios están en constante caída y aún cuando el cultivo de café requiere de muchas personas para llevarse a cabo –lo que permite crear oportunidades de empleo- en México por ejemplo, se han observado bajas en la producción por falta de mano de obra para la recolección del café, ya que miles de estos cafecultores prefieren dejar sus tierras y aventurarse en la ruta del sueño americano, que muchas veces sólo provoca su muerte. Lo más preocupante, es que la oportunidad de empleo que otorga la cafecultura nacional no solamente es para los mexicanos, sino también para los trabajadores de los países centroamericanos, que año con año atraviesan la frontera sur del país para ubicarse en las fincas mexicanas.

“Se ha constatado que más del 60% de los trabajadores de las fincas chiapanecas, por ejemplo, son predominantemente de origen guatemalteco, quienes junto con sus familias llegan al país con permisos temporales, expedidos por la Secretaría de Gobernación, para llenar los vacíos de los cafecultores nacionales”¹ más aún, cuando no encuentran una plantación donde trabajar, siguen su camino hasta nuestro vecino del norte, con la ilusión de encontrar un trabajo seguro que les genere ingresos. Los cultivos ilegales son otro de los problemas que se han agudizado en los países latinoamericanos que producen café; así pues, podemos observar que en Perú muchos productores optaron por narcotizar sus cosechas, es decir, dejaron de cultivar café y comenzaron a plantar coca o amapola.

Asimismo, de acuerdo con el informe del Banco Mundial, en El Salvador miles de campesinos comenzaron a trabajar en maquiladoras. En este país y en Nicaragua la pobreza ha ido en aumento, 2.4 por ciento, para quienes están conectados a la industria del café (mientras decrecía 15 por ciento para el resto de la población)², a lo que hay que añadirle las pérdidas de cosechas después de los fenómenos naturales como huracanes

¹ Rodolfo Valdez. “La cafecultura: generadora de empleo y oportunidades.” Suplemento comercial: El café en México, una producción de altura. Confederación Mexicana de Productores de café. México. 1998. p. 14

² Le colonial. “Una visión al futuro: estrategias regionales versus la globalización”. En Cafés de México. No. 172. Abril. 2003. p.5

y ciclones. Ante todos estos eventos, las iniciativas de comercio justo y café orgánico si bien pueden aminorar los efectos de la crisis, no pueden terminar con las deficiencias existentes en el sector agrícola, es decir, no son creadas para atacar el problema de fondo, sino como soluciones paliativas a las que el 100% de los productores cafetaleros (y de otros cultivos) puedan acceder, ya sea por el tiempo que implica convertir un cultivo en orgánico, como conseguir la certificación y los sellos del comercio justo, ya ni hablar de costos.

Ahora bien, otra deficiencia que coloca en desventaja al café mexicano es la falta de promoción de políticas cafetaleras concretas, que perciban realmente a este sector como uno de los más redituables del sector agrícola; falta crear un bloque de negociación especializado en cuestiones cafetaleras, que por un lado promueva la calidad del café mexicano, lo posicione por segmentos en los mercados externos, lo defienda ante los organismos internacionales (OIC, particularmente) y por otro, estimule la inversión pública y privada en nuestros cafetales. En contraste tenemos a Brasil y Colombia, a las que yo denomino potencias cafetaleras, quienes conociendo su dependencia por el cultivo de café, han sabido conformar políticas encaminadas a mejorar las condiciones en que se comercializa su café en el mundo, logrando consolidar la calidad de su café en los mercados internacionales (aún en los más difíciles de acceder –como es el caso del europeo-), al mismo tiempo que establecen políticas similares para fortalecer su mercado de consumo interno.

Así por ejemplo, Brasil es uno de los productores con mayor grado de consumo de café; es increíble ver los programas de promoción de consumo y de atención de calidad del grano que se consume y se exporta (por ejemplo, hubo un periodo en que el café estaba desacreditado entre los consumidores por la baja calidad de los granos con el que se preparaba, por lo que el gobierno brasileño con la firme convicción de que entre mayor calidad, mas consumo, puso en marcha el Programa Nacional de Pureza, con su respectivo sello, a través del cual se verificaba la calidad de los granos ofrecidos al consumidor en los supermercados). Además de lo anterior, ambos gobiernos invierten montos considerables en este sector y han provocado un hábito de consumo de masas (ya que han inculcado el consumo de café desde una edad temprana, con programas similares a los nuestros de desayunos escolares en los cuales, en lugar de leche, ofrecen café con leche o negro a los alumnos); una diferencia sustancial con México, que ha obligado a su mercado a consumir los granos que rechaza el mercado internacional,

situación que provoca que el consumidor mexicano no conozca un café de calidad y, por tanto, no sofisticue su gusto por esta bebida, he ahí una de las razones fundamentales por las que la competencia con las empresas refresqueras y aguas embotelladas, sean causa de decrecimiento del consumo.

Asimismo, considero que los organismos gubernamentales y el Consejo Mexicano del Café pueden hacer todavía mucho más esfuerzos por incrementar el mercado de consumo de café, de calidad claro; así por ejemplo, podrían promover el cambio del consumo de café soluble por tostado y molido, que aún cuando lleva un poco más de tiempo de preparación, nos permite deleitarnos con más propiedades del café, como lo es su aroma. Podrían también, promover el incremento en la cantidad consumida, entre todas las edades, dando a conocer las condiciones en que se produce el café en México (más allá del slogan televisivo de la Secretaría de Economía *¿Qué hay detrás del café mexicano?*), así como las bondades que tiene para la salud (ya que se ha demostrado por algunas renombradas instituciones dedicadas a la investigación, que ayuda a aminorar desde dolores de cabeza, hasta problemas de depresión, retención de memoria a corto plazo, en el tratamiento de Alzheimer, a incrementar la cantidad de sangre oxigenada, ayuda a los enfermos diabéticos y con asma, e incluso contra el cáncer), dejando diversos mitos como el que los niños no lo deben consumir o que provoca insomnio, etcétera.

Así también, pueden enfatizar en sus campañas los servicios ambientales que proporciona el cultivo del café, como son: la protección de cuencas hidrológicas, conservación de suelos, protección y conservación de biodiversidad (en particular las aves), producción de oxígeno, belleza y estabilidad del paisaje cafetalero, o bien, como denominan en materia turística promover el agroturismo en los estados productores (lo que incrementaría los ingresos de estos estados –que son los más pobres del sur de la República- a través de dos vías). Igualmente, siendo el café en muchas ocasiones un factor de encuentro social, se puede explotar el factor diversión-bajo precio, por un lado, para obligar a que las cafeterías y barras en las que se vende el café se modernicen y hagan de tomar café un nuevo estilo de diversión, lo que ocasionaría una competencia más equitativa con el sector refresquero.

Así pues, cada propuesta puede prosperar si se da una colaboración tripartita, es decir, entre las autoridades gubernamentales y del sector, las organizaciones civiles y organismos no gubernamentales y los campesinos cafeticultores y recolectores. Incluso, la cooperación regional podría beneficiar a los cafetaleros, en este sentido, se debe

aprovechar que tenemos al principal mercado de exportación, Estados Unidos, tan cerca (y que podríamos ampliar a territorio canadiense) para replantearse muchas de las políticas de promoción del café, así como reforzar el cabildeo regional siguiendo tres niveles de acción:

- En el ámbito privado, los gobiernos de los tres países podrían generar un fondo destinado a los tostadores para la publicidad y promoción de los cafés de la región, que incluyan certificaciones de calidad y origen de cada país.
- En el ámbito gubernamental, se podrían gestionar -ante las diferentes agencias que influyan en el sector cafetalero- el cambio en las especificaciones técnicas para la adquisición de nuestro café, así como la disminución de las importaciones de café de otro país o región productora.
- Fomentar los programas de ayuda de las agencias bilaterales y ONG's para las micro regiones con mas marginación y migración, entre ellas podríamos enfatizar el caso de Centroamérica, ya que es el principal expulsor de campesinos cafetaleros, dado que en está región la disminución de los precios y las catástrofes naturales han impedido el desarrollo exitoso de la cafecultura, aún cuando el café de Honduras, por ejemplo, es de excelente calidad.³

Así que alternativas hay muchas, la cuestión es promoverlas y hacer del café un verdadero cultivo y consumo de tradición, similar a lo que pasa en Brasil y Colombia.

³ Le colonial. "Una visión al futuro: estrategias regionales vs la globalización". En Cafés de México. No. 172. Abril. 2003. p.5

ANEXOS

Anexo A. Composición de los grupos de café por países

Suaves Colombianos	Otros suaves	Brasileños y otros arábicas	Robustas
Colombia Kenia Tanzania	Bolivia Burundi República Democrática del Congo Costa Rica Cuba República Dominicana Ecuador El Salvador Guatemala Haití Honduras India Indonesia Jamaica Malawi México Nicaragua Camerún* Madagascar* Panamá Papua Nueva Guinea Guinea Perú Sri Lanka Uganda Venezuela Zambia Zimbabwe	Brasil Etiopía Paraguay Filipinas	Angola Brasil Burundi Ecuador Filipinas Ghana Guatemala Guinea India Indonesia Liberia Nigeria Benin* Camerún* República Centroafricana* República del Congo* Costa de Marfil* Guinea Ecuatorial* Gabón* Madagascar* Togo* Papua Nueva Guinea República Democrática del Congo Sierra leona Sri Lanka Tanzania Tailandia Trinidad y Tobago Uganda Vietnam

*Organización Africana y Malgache del Café (AMCO)

Fuente: OIC. Coffee Statistics March 1998. Londres.
1998. p. 8

Anexo B. Variedades híbridas de café en México.

Entre otras variedades que se cruzaron para hacer menos vulnerables a los cafetos frente a enfermedades como la roya tenemos¹:

- ❑ **Typica.** Fue introducida a México a fines del siglo XVIII importada de Cuba a Córdoba Veracruz. Sus características son: forma piramidal, altura muy variable – hasta de 6 m-, se cultiva a libre crecimiento, tiene hojas maduras de color verde oscuro y flores blancas que dan un fruto con la forma de un péndulo corto y de color rojizo. Hasta 1996, se cultivaba por el 33% de los productores.
- ❑ **Bourbon.** Originaria de la Isla de Reunión en el sur de África es introducida a México, a través de Coatepec en el estado de Veracruz, desde el Salvador en 1948. Se caracteriza por su forma cilíndrica, una altura ligeramente menor que la variedad typica, hojas maduras de color verde oscuro, frutos mas pequeños y granos mas cortos y redondeados. Soporta bien el sol y los vientos, se adapta bien a cualquier altura y es más producida que la typica. Hasta 1996, el 17% de los productores cultivaban esta variedad.
- ❑ **Caturra.** Originaria de Minas Gerais (Brasil) por mutación de la variedad bourbon. Es introducida desde Colombia a México en 1952. Sus características se resumen en porte pequeño, tallo cilíndrico y fuerte; hojas maduras, gruesas, redondeadas y de color verde oscuro. Sus flores son pequeñas y tienen frutos semejantes a la variedad de la que se deriva. Soporta bien la insolación directa, el viento y el frío, sin embargo, es exigente de agua y nutrimentos. En México se cultiva desde 1960 y hasta 1996, el 26% de los productores mexicanos cultivaban esta variedad.
- ❑ **Mundo Novo.** Tiene su origen en Brasil, donde se produjo por cruzamiento entre la variedad typica y la bourbon. En nuestro país fue introducida en 1951 y se cultiva comercialmente desde 1965. Se caracteriza por: porte grande, aspecto vigoroso, hojas maduras de color verde oscuro, frutos semejantes a la variedad typica, aunque de maduración más tardía que ésta. Tolera bien la sequía y cuenta

¹ La información presentada en esta parte del anexo puede ser revisada en: Consejo Mexicano del Café. México cafetalero. Estadísticas básicas. SAGAR-CMC. México. 1996. 62 pp; y en Servicios de Comercialización Agropecuaria (ASERCA). El café mexicano calidad de Exportación. Claridades Agropecuarias No. 52. Diciembre 1997. México. P. 5.

con un gran poder de recuperación. Hasta 1996, el 10% de los productores *cafetaleros la cultivaban*.

- **Catimor.** Es un híbrido del *coffea canephora* (robusta) y el arábica realizado en 1959 en el Centro de Investigaciones de las royas del cafeto en Oeiras, Portugal y después de muchos años de selección en Angola y Brasil, hoy se dispone de trece generaciones consignadas como resistentes a los 32 tipos de roya del cafeto conocidas. En México desde 1972 se evaluaron estas progenies y se desarrollo con éxito una denominada Oro Azteca, caracterizada por su resistencia a la roya, alto rendimiento, buena calidad de la bebida y amplia adaptación, iniciando su liberación en 1996. Representa el 2% de la producción nacional de café.
- **Garnica.** Es el primer híbrido originado en México -mediante el cruzamiento de Mundo Novo y caturra en 1961- y se cultiva desde 1978. Sus características se resumen en: tallo fuerte, hojas maduras de color verde oscuro, frutos rojos con producciones superiores a los 30 quintales por hectárea. Hasta 1996, el 6% de cafeticultores la producía.
- **Catuaí.** Originaria de Brasil por el cruzamiento entre mundo novo y caturra. Es de porte pequeño lo que facilita su manejo y cosecha, posee elevado vigor y productividad precoz aun cuando la maduración es tardía. Hasta 1996, el 3% de los productores la cultivaba.

Anexo C. Países Exportadores de Café

Costa Rica

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Exportador de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Agosto/noviembre en las laderas del Océano Atlántico y septiembre/diciembre – noviembre/marzo en las del Océano Pacífico
- ❖ **Preparación:** En su gran mayoría método húmedo (sólo una pequeña parte con el seco)
- ❖ **Producción total:** 2.465.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 2.025.763 bolsas

Cuba

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Julio/febrero
- ❖ **Preparación:** Método seco y húmedo
- ❖ **Producción total:** 318.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 112.619 bolsas

El Salvador

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Octubre a mayo
- ❖ **Preparación:** 95% método húmedo y 5% seco

Haití

- ❖ **Producción total:** 2.778.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 2.536.389 bolsas

Guatemala

- ❖ **Especies botánicas:** Arábica (99%) y robusta (1%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Diciembre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 5.201.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 4.846.257 bolsas

Honduras

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Octubre a marzo
- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo

- ❖ **Producción total:** 2.975.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 2.879.133 bolsas


Jamaica

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Agosto/septiembre
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 39.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 28.873 bolsas


México

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Agosto/noviembre en altitudes bajas y noviembre/enero en altas
- ❖ **Preparación:** Principalmente método húmedo
- ❖ **Producción total:** 6.442.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 5.303.704 bolsas
- ❖


Nicaragua

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Noviembre/enero-agosto/septiembre en el sur del

país y diciembre/marzo en el norte

- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 1.384.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 1.297.281 bolsas


República Dominicana

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Agosto a junio
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 694.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 154.867 bolsas


Bolivia

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Marzo a septiembre (principalmente mayo/junio)
- ❖ **Preparación:** 80% método húmedo, 20% seco
- ❖ **Producción total:** 184.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 111.558 bolsas


Brasil

- ❖ **Especies botánicas:** Arábica (85%) y robusta (15%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Marzo a octubre
- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo

- ❖ **Producción total:** 32.353.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 18.003.516 bolsas

Colombia

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Octubre/febrero – abril/junio
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 9.336.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 9.175.448 bolsas

Ecuador

- ❖ **Especies botánicas:** Arábica y robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Junio a octubre
- ❖ **Preparación:** En su mayoría método seco para la robusta, y método seco y húmedo para la arábica
- ❖ **Producción total:** 1.350.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 696.028 bolsas

Paraguay

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Junio/septiembre
- ❖ **Preparación:** Método seco

- ❖ **Producción total:** 28.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 10.000 bolsas

Venezuela

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Septiembre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método húmedo (70%) y seco (30%)
- ❖ **Producción total:** 717.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 25.410 bolsas

Angola

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Junio/octubre
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 55.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 21.505 bolsas

Benín

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Noviembre/febrero
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** No hay datos
- ❖ **Exportación total:** –

Burundi

- ❖ **Especies botánicas:** Robusta (7%) y arábica (93%)

- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Abril/julio
- ❖ **Preparación:** Método húmedo (100%) para la arábica, y húmedo (58%) y seco (42%) para la robusta
- ❖ **Producción total:** 434.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 444.214 bolsas
- ❖


Camerún

- ❖ **Especie botánica:** Robusta y arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Noviembre a mediados de febrero para la robusta y septiembre/febrero para la arábica
- ❖ **Preparación:** Método seco para la robusta, y húmedo (90%) y seco (10%) para la arábica
- ❖ **Producción total:** 1.218.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 1.204.964 bolsas


Costa de Marfil

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Octubre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 5.463.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 5.909.414 bolsas


Etiopía

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Agosto/enero
- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo
- ❖ **Producción total:** 3.505.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 1.981.856 bolsas


Gabón

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Mayo/septiembre
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 2.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 584 bolsas


Ghana

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Noviembre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 56.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 45.000 bolsas


Guinea

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Diciembre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 120.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 43.881 bolsas



Guinea Ecuatorial

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Diciembre/febrero
- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo
- ❖ **Producción total:** –
- ❖ **Exportación total:** 179 bolsas



Kenia

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** La principal de octubre a diciembre y la secundaria de junio a agosto
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 1.433.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 1.220.297 bolsas



Madagascar

- ❖ **Especies botánicas:** Arábica (8%) y robusta (92%)
- ❖ **Exportador de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Mayo/junio a octubre
- ❖ **Preparación:** Principalmente método seco
- ❖ **Producción total:** 427.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 305.189 bolsas



Malawi

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Diciembre a febrero
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 59.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 61.594 bolsas



Nigeria

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Noviembre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 56.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 15.404 bolsas



República Centroafricana

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Noviembre a febrero
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 210.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 186.965 bolsas



República del Congo

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Octubre/febrero – abril/junio
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 9.336.000 bolsas

- ❖ **Exportación total:** 9.175.448 bolsas


República Democrática del Congo

- ❖ **Especies botánicas:** Robusta y arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Mayo/julio para la robusta y noviembre/enero para la arábica
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 750.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 343.607 bolsas


Ruanda

- ❖ **Especie botánica:** Arábica (97%) y robusta (3%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Marzo/junio
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 308.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 270.158 bolsas


Tanzania

- ❖ **Especie botánica:** Arábica (64%) y robusta (36%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Octubre/diciembre para la arábica y junio/diciembre para la robusta
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 837.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 776.386 bolsas


Togo

- ❖ **Especie botánica:** Robusta

- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Diciembre a febrero
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 334.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 282.600 bolsas


Uganda

- ❖ **Especie botánica:** Robusta (87%) y arábica (13%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Anual para la robusta y septiembre/diciembre para la arábica
- ❖ **Preparación:** Métodos húmedo y seco
- ❖ **Producción total:** 3.097.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 2.513.637 bolsas


Zambia

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde
- ❖ **Cosecha:** Octubre/marzo
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 55.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 56.267 bolsas


Zimbabue

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Julio/octubre
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 122.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 120.370 bolsas

**Filipinas**

- ❖ **Especie botánica:** Robusta (75%), libérica y excelsa (15% a 20%) y arábica (5% a 10%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Diciembre/marzo para la arábica y la robusta, y enero/abril para la libérica y excelsa
- ❖ **Preparación:** Principalmente método seco
- ❖ **Producción total:** 739.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 4.999 bolsas

**India**

- ❖ **Especie botánica:** Arábica (43%) y robusta (57%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Marzo a diciembre y enero a marzo
- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo
- ❖ **Producción total:** 5.407.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 4.436.318 bolsas

**Indonesia**

- ❖ **Especie botánica:** Robusta (90%) y arábica (10%)
- ❖ **Tipos de café:** Verde, tostado y soluble
- ❖ **Cosecha:** Octubre a mayo

- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo
- ❖ **Producción total:** 6.014.000 bolsas

**Papúa Nueva Guinea**

bolsas

- ❖ **Especie botánica:** Arábica
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Abril/septiembre
- ❖ **Preparación:** Método húmedo
- ❖ **Producción total:** 1.386.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 1.043.156 bolsas

**Tailandia**

- ❖ **Especie botánica:** Robusta
- ❖ **Tipos de café:** Verde y soluble
- ❖ **Cosecha:** Noviembre a abril
- ❖ **Preparación:** Método seco
- ❖ **Producción total:** 1.397.000 bolsas
- ❖ **Exportación total:** 967.470 bolsas

**Vietnam**

- ❖ **Especie botánica:** Robusta, arábica y excelsa
- ❖ **Tipos de café:** Verde y tostado
- ❖ **Cosecha:** Enero/abril para la robusta, diciembre/enero para la arábica y marzo/junio para la excelsa
- ❖ **Preparación:** Métodos seco y húmedo

- ❖ **Producción total:** 11.264.000
bolsas
- ❖ **Exportación total:** 11.177.885
bolsas²

² Fuente: www.mundodelcafé.com. Tomado de la red Internacional el día 20 de septiembre de 2003 a las 15.30 horas.

Anexo D. Calidad de preparación del café para el mercado europeo y norteamericano.³

Cuadro 3. Calidad preparación europea					
	Estrictamente altura	Altura	Extra Prima Lavado	Prima Lavado	Buen Lavado
Humedad	12%	12%	12%	12%	12%
Color: Uniformidad	95-100%	95-100%	95-100%	95-100%	95-100%
Tamaño del Grano	75% o más sobre zaranda 15	75% o más sobre zaranda 15	75% o más sobre zaranda 14	75% o más sobre zaranda 14	75% o más sobre zaranda 14
Número de defectos	0-13	0-13	0-13	0-13	0-13
Imperfecciones	0-1.5%	0-1.5%	0-1.5%	0-1.5%	0-1.5%
Sensoriales					
Aroma	5	5-4	4	4-3	3-2
Acidez	5	5	5-4	4-3	2-1
Cuerpo	5	5-4	5-3	4-2	2-0
Sabor	5	5-4	5-3	3	3-2

Fuente: Norma NMX-F-551

Cuadro 2. Calidad preparación norteamericana					
	Estrictamente altura	Altura	Extra Prima Lavado	Prima Lavado	Buen Lavado
Humedad	12%	12%	12%	12%	12%
Color: Uniformidad	90-95%	90-95%	90-95%	90-95%	90-95%
Tamaño del Grano	75% o más sobre zaranda 15	75% o más sobre zaranda 15	75% o más sobre zaranda 13	75% o más sobre zaranda 13	75% o más sobre zaranda 12
Número de defectos	14-26	14-26	14-26	14-26	14-26
Imperfecciones	1.5-3%	1.5-3%	1.5-3%	1.5-3%	1.5-3%
Sensoriales					
Aroma	5	5-4	4	4-3	3-2
Acidez	5	5	5-4	4-3	2-1
Cuerpo	5	5-4	5-3	4-2	2-0
Sabor	5	5-4	5-3	3	3-2

Fuente: Norma NMX-F-551

³ Datos del FIRA. *Op.cit.*

Anexo E. Empresas importadoras de Café Mexicano⁴

PAIS	EMPRESA IMPORTADORA	SACOS DE 60 KG.
ALEMANIA	BERNHARD ROTHFOS CORPORATION	2,013
	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	9,419
	COFINA LTD	10,695
	FRANZ NIEHOFF KAFFEEROESTER	6,095
	GEPA MBH	15,561
	HAMBURG COFFEE	14,864
	INICIATIVAS COMERCIALES	1,150
	KRAFT JABOS SUCHARI	4,083
	LOUIS CREYFUS COFFEE CORPORATION	1,150
	MONTELLANO TRADING CORPORATION	3,450
	PETER SCHORN	1,581
BELGICA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	1,725
	COEX COFFEE INTERNATIONAL INC	1,150
	DECOTRADE AG	575
	EFICO S.H.	2,358
	LOUIS CREYFUS COFFEE CORPORATION	1,150
	MAISON P. JOBIN ET CIE	863
	RUCQUOY FRERES NY	2,156
	TWIN TRADING	3,163
BELICE	NESTLE CARIBBEAN INC	3,389
CANADA	AMERICAN COFFEE CORPORATION	1,725
	ATLANTIC COFFEE USA INC	1,150
	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	46,115
	CARGILL COFFEE CORPORATION	288
	CARGILL INC	2,300
	DRESNER BANK LATEINAMERIKA	288
	HIGH COFFEE CORPORATION	575
	INTERNACIONAL COFFEE CORPORATION	575
	KRAFT CANADA	288
	MAISON P. JOBIN ET CIE	1,150
	NESTLE CANADA INC	168
	PETER SCHORN	2,875
COREA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	23,667
	CARGILL INC	1,697
	COFINA LTD	5,307
	NESTLE KOREA LTD	5,072
	NESTLE SWISS	1,150

⁴ Los datos presentados en la tabla anterior no son del total de empresas que importaron café mexicano en 1999, incluí solo las más importantes. Los datos fueron tomados del Consejo Mexicano del Café. 2000.

	HAKKOOK COFFEE	1,432
DINAMARCA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	5,865
	BKI KAFFEE A/S	8,510
	CARGILL INC	1,035
	COFINA LTD	1,725
	HAMBURG COFFEE	1,581
	DRESNER BANK LATEINAMERIKA	288
	DECOTRADE AG	12,765
	NAF INTERNATIONAL AMBA	14,749
ESPAÑA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	3,048
	CARGILL INC	690
	CONSORCIO CAFÉ S.A.	1,081
	DECOTRADE AG	1,035
	IBACAFE	2,588
	INICIATIVAS COMERCIALES	12,621
	MITSUI AND CO LTD	1,265
	NESTLE ESPAÑA	1,265
ESTADOS UNIDOS	AGROINDUSTRIAS UNIDAS DE MEXICO	59,541
	ALDI INC	12,588
	AMERICAN COFFEE CORPORATION	5,412
	ANDIRA MIDWEST USA, INC	3,450
	ARMENIA COFFEE CORPORATION	160,943
	ATLANTIC COFFEE USA INC	668,685
	ATLANTIC SPECIALTY COFFEE	9,601
	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	215,999
	CAFÉ CUMBRE	2,686
	CAFÉ INDUSTRIALES DE VERACRUZ USA	89,362
	CAFES SOLUBLES MONTERREY	27,364
	CARGILL COFFEE CORPORATION	320,494
	COEX COFFEE INTERNATIONAL INC	37,375
	COFFEE AMERICA CORPORATION	76,188
	COFINA LTD	71,588
	DECOTRADE AG	33,063
	DESCHIS USA CORPORATION	182,002
	DON PEPE COFFEE	11,213
	DOLGEN CORPORATION	9,800
	E. JONHSON INTERNACIONAL	43,700
	EXCELCO TRADING LP	36,874
	FARMERS	20,988
	GLOBUS COFFEE	62,307
	HIGH COFFEE CORPORATION	21,850
	HOMETOWN	17,207
	INTER AMERICAN COFFEE	12,938
	INTERNACIONAL COFFEE CORPORATION	68,420
	KAFESA INC	21,563
	LOUIS CREYFUS COFFEE CORPORATION	35,615

	MERCON COFFEE CORPORATION	222,525
	MILSTON COFFEE INC	36,225
	MITSUBISHI INTERNATIONAL CORPORATION	1,725
	NESTLE BEVERAGE CO	148,081
	NFCT SPECIALITY FOODS	14,917
	NORTH AMERICAN COFFEES INC	28,865
	PARAGON COFFEE	96,370
	PONTIAC FOODS	13,166
	ROTHFOS CORPORATION	72,349
	ROYAL COFFEE INC	31,934
	SUPERIOR COFFEE COMPANY	19,838
	SUSTAINABLE HARVEST COFFEE	8,177
	STARBUCKS COFFEE COMPANY CO	288
	THE FOLGER COFFEE CO	200,834
	TIMES COMMODITIES CORPORATION	28,894
	UNICOF USA INC	30,245
	WESTFELDT BROTHERS INC	18,127
FRANCIA	CARGILL INC	1,380
	COFINA LTD	2,530
	CONSORCIO CAFÉ SA	1,150
	DECOTRADE AG	4,485
	MAISON P. JOBIN ET CIE	36,255
	PETER SCHORN	17,739
HOLANDA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	1,380
	A VAN WELLY B.V.	24,294
	DECOTRADE AG	37,360
	MAISON P. JOBIN ET CIE	4,054
	NESTLE SWISS	2,300
ITALIA	INICIATIVAS COMERCIALES	2,214
	LA TORREFACZIONE CAFFEE	1,035
JAPON	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	3,163
	CARGILL INC	28,888
	COFINA LTD	84,519
	MITSUBISHI INTERNATIONAL CORPORATION	6,088
	MITSUI AND CO LTD	32,918
NORUEGA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	10,413
	CARGILL INC	7,561
	COFINA LTD	3,163
	KAFFEHUSET FRIELE S.A.	13,599
REINO UNIDO	COFINA LTD	7,590
	NESTLE UK LTD	9,488
SUECIA	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE	8,557
	COFINA LTD	6,958
SUIZA	HAMBURG COFFEE	1,150
	LOUIS CREYFUS COFFEE CORPORATION	1,725
	NESTLE ORBE	2,588

Fuentes

Bibliográficas

- Abramovay Ricardo. Paradigmas do capitalismo agrário em questao. Hucitec. Sao Paulo, Brasil. 1992.
- Absalon Machado. El café. Dela aparcería al capitalismo. Tercer Mundo Editores. Colombia. 1988. 320 pp.
- Banco Nacional de Comercio Exterior. Café: estudios y perspectivas de exportación. Estudios Sectoriales. Bancomext. México. 2002. 9 pp.
- Basave Jorge, Dabat Alejandro, *et.al.* Globalización y Alternativas incluyentes para el siglo XXI. UAM Azcapotzalco- Miguel Ángel Porrúa Editores- UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. México. 2002. 766 pp.
- Beck Ulrich. ¿Qué es la globalización?. Traducción de Bernardo Moreno y Ma. Rosa Borrás. Ediciones Piados Ibérica. Barcelona. 1998. p.27
- Cadena Félix et al (Compilador.). La empresa social y sus problemas de organización. Fundación Friedrich Naumann/PRAXIS. México. 1992. pp.
- Caldenstey Pedro. Economía de los mercados agrarios. Editorial Mundi Prensa. Madrid. 1993. p.13
- Carrillo A. Ramón. La acción Internacional en la producción y comercio mundial del café. El caso de México. (tesis) UNAM-FCPyS. México. 1973. 158 pp.
- Centro de Comercio Internacional (CCI). UNCTAD-OMC. Café: Guía del Exportador 2002. CCI-UNCTAD-OMC. Ginebra. 2002. 344 pp.
- Centro de Comercio Internacional. Manual de productos básicos. Café guía del exportador. ONU. Ginebra. 1992. 400 pp.
- _____ . Manual de productos básicos: Café guía del exportador. CCI-UNCTAD-ONU. Ginebra. 1996. 196 pp.
- Colaoácovo Juan Luis. Comercialización internacional y desarrollo de exportaciones. Ediciones Macchi. Buenos Aires.
- Comercio Justo México, A.C. Norma para puntos de venta calificados de Comercio Justo. México. 2001. pp. 30
- Comercio Justo México, A.C. Reglamento para el café. México. 2000. pp.25
- _____ . Norma General de Comercio Justo. México. 2001. 37 pp

- Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. UNCTAD. El café industrial en veintiún mercados europeos. Ginebra. 1969. 170 pp.
- Congreso de la Unión. Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. Porrúa Editores. México. 2003. p. 26
- Coste René. El café. Colección Agricultura Tropical. Editorial Blume. Barcelona. 1969. 285 pp.
- Dirección de Asuntos Internacionales. Estrategia para el Desarrollo Comercial de la Industria del Café. SAGARPA. México. 2000. 33 pp.
- Estay Reyno Jaime, Rivera de la Rosa Jesús. Las relaciones comerciales de Estados Unidos con América Latina y México durante la década de los ochenta. Fundación Friedrich Ebert. México. 1991. 156 pp.
- FCE. América Latina y el Caribe: Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial. FCE. Chile. 1998. p. 74
- Flores Olea Víctor y Abelardo Mariña Flores. Crítica de la globalidad. Dominación y liberalización en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica. 1999.
- Fondo Monetario Internacional. Las perspectivas de le economía Mundial. Washington, D.C. 1997.
- García Aguilar Ma. Del Carmen y José Luis Pontigo Sánchez. *“Las reformas económicas del Estado en la cafecultura nacional.”* En Villafuerte Solís, Daniel (coordinador). El café en la frontera sur. La producción y los productores del Soconusco, Chiapas. Gobierno del Estado de Chiapas. México. 1993. p. 50
- García Talavera Yenía. Perspectivas de Expansión de mercado de café verde mexicano en Canadá. (tesis). UNAM-FCPyS. México. 2002. 145 pp.
- Girón Alicia, Osvaldo Martínez y Jorge Estay (coordinadores). La globalización de la economía mundial. Principales dimensiones en el umbral del siglo XXI. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas-Editorial Porrúa. México. 2001. 1015 pp.
- Gómez Gabriel. Cultivo y beneficio del Café. Colección El Café de México. Publicaciones Camacho. México. 1998. 138 pp.
- González Casanova, Pablo. Aguilar Camín, Héctor (coordinadores). México ante la crisis. El contexto internacional y la crisis económica. Siglo XXI editores. México. 1989. 435 pp.
- Haarer A.A. Producción Moderna de Café. Traducido por Marcos Godinez. Cía. Editorial Continental. México. 1964. 652 pp.

- Heffernan William D. y Douglas H. Constance, “*Transnational corporations and the globalization of the food system*”, en Alesandro Bonanno, *et al.* From Columbus to ConAngra (The globalization of agriculture and food), University Press of Kansas, 1998. p. 42
- Hoekman Bernard, Kostecki Michael. The political economy of the world trading system. The WTO and Beyond. Oxford University Press. 2001.
- Ianni Octavio La era del globalismo. UNAM-FCPyS. México. 1999. 215 pp.
- _____ . Teorías de la Globalización. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades- Siglo XXI Editores-UNAM. México. 1996. 184 pp.
- Lleras Restrepo Carlos. Política cafetera 1937-1978. Osprey Editores. México. 1978. 333 pp.
- López Castellanos Nayar. Izquierda y neoliberalismo: de México a Brasil. Ed. Plaza y Janés. México. 2001.
- López Villafañe Víctor. Globalización y regionalización desigual. Siglo XXI editores. México. 1997.
- Martínez González-Tablas Ángel. Economía política de la globalización. Editorial Ariel. Barcelona. 2000.
- Martínez Morales Aurora Cristina El proceso cafetalero mexicano. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. México. 1996. 190 pp.
- _____ . “*Café en taza*”. En González Cuauhtémoc, *et al.* Los retos de la soberanía alimentaria en México. Tomo I. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. México. 1993. 465 pp.
- Muñoz Comonfort Lourdes. Café orgánico mexicano en el mercado holandés: un caso, la UCIRI de Oaxaca. (tesis). UNAM-FCPyS. México. 2001. 85 pp.
- Nolasco Margarita. Café y Sociedad en México. Centro de Ecodesarrollo. México. 1985. pp. 177-178
- Olmedo Carranza Bernardo. Crisis en el campo mexicano. Instituto de Investigaciones Económicas. México. 1993. 163 pp.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Proyecciones de productos agrícolas al 2005. FAO. Ginebra. 2000. p. 88-94
- _____ . La ingeniería agrícola en el desarrollo: la selección de insumos de mecanización. Boletín Servicios Agrícolas de la FAO No. 84. Roma. 1991.

- Organización Internacional del Café. Convenio Internacional de Café. OIC. Londres. 2001. 56 pp.
- _____.. Informe sobre el mercado del café. OIC. Inglaterra. Noviembre. 2002. 25 pp.
- Organización Mundial de Comercio. Reporte Anual. Globalización y Comercio. OMC. Ginebra. 1998.
- Oxfam International. Bitter Coffee. How the Poor are paying for the slump in coffee prices?. Oxfam GB. Londres. Mayo 2002.
- Palazuelo Manso Enrique y Germán Granda Alva. El mercado del café. Situación mundial e importancia del comercio de España y América Latina. Serie de Estudios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España. Madrid. 1985. 279 pp.
- Pan American Coffee Bureau. Impact off coffee on the U.S. economy. How trade with the Coffee-producing countries stimulates business and jobs for U.S. communities. New York. 1961. 71 pp.
- Pérez Grovas, Víctor et. al. El café en México, Centroamérica y el Caribe. Una salida sustentable a la crisis. Oxfam México. México. 2002.
- Piñón Jiménez Gonzalo. Understanding rural development: a case study of grassroots coffee organizations in the Isthmus region of Oaxaca, Mexico. UMI Dissertation Services Michigan. 1995. p. 80. *traducción libre*.
- Regalado Ortiz Alfonso. Manual para la Cafeticultura Mexicana. Consejo mexicano del Café – SAGARPA. 1996. 156 pp.
- Renard María Cristina. La comercialización Internacional del Café. Universidad Autónoma de Chapingo. México. 1993. 87 pp.
- _____.. Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café. Embajada Real de los Países Bajos. México. 1999. 340 pp.
- Reverz Edgar (compilador). La cuestión cafetera. Su impacto económico, social y político. Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes. Colombia. 1980. 370 pp.
- Rojas Rabiolo Teresa. La agricultura en tierras mexicanas desde sus orígenes hasta nuestros días. Grijalbo. México 1993. p. 124

- Roozen, Nico y VanderHoff, Frans. La aventura del comercio justo. Una alternativa a la globalización; por los fundadores de Max Havelaar. Editorial El Atajo. México. 2002. 208 pp.
- Rosas González María Cristina y Giovanni Reyes. El libre comercio en tiempos del ántrax. ALCA y OMC: América Latina frente al proteccionismo. UNAM-SELA. México. 2003. 446 pp.
- _____ (coordinadores). La OMC y la Ronda de Doha: ¿proteccionismo vs desarrollo?. UNAM-SELA. México. 2003.
- Rosas González María Cristina. La economía internacional en el siglo XXI. OMC, Estados Unidos y América Latina. UNAM-FCPyS. México. 2000. 447 pp.
- _____ . México ante los procesos de regionalización económica en el mundo. UNAM-IIE. México. 1996. 232 pp.
- Salazar Ana María, et al. La producción cafetalera en México 1977-1988. UNAM-Instituto de Investigaciones Antropológicas. México. 1992. 106 pp.
- Samir Amin. El capitalismo en la era de la globalización. Editorial Piados. Barcelona. 1999. p.48.
- Sanderson E. Steve. La transformación de la agricultura mexicana. CONACULTA-Alianza Editorial Mexicana. México. 1990. 290 pp.
- Santiago Quintos Karina. La organización Internacional del Café. Impacto del Convenio Internacional del Café de 1994 en el mercado mundial del aromático. (tesis) UNAM- FCPyS. México. 2000. 118 pp.
- Santoyo Cortes, Vinicio et al. "El café en la perspectiva del Tratado de Libre Comercio." La agricultura mexicana frente al Tratado de Libre Comercio. Juan Pablos Editor. México. 1992.
- Saxe-Fernández John (coordinador). Globalización: critica a un paradigma. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas-Dirección General de Asuntos del Personal Académico-Plaza y Janés. México. 1999. 390 pp.
- Secretaria de Agricultura Ganadería, Recursos Naturales, Pesca y Alimentación (SAGARPA). Estrategia para el desarrollo comercial de la industria del café. SAGARPA. México. 2002. 45 pp.
- Secretaria de Economía. Norma Oficial Mexicana NOM-149-SCFI-2001. Café Veracruz-Especificaciones y métodos de prueba. DOF. México. 2001.

- Shamsheer Singh, et al. Café, té y cacao. Perspectivas del mercado y financiamiento para el desarrollo. Editorial Tecnos- Banco Mundial. Madrid. 1978. 126 pp.
- Tapia Gómez José. Economía y movimiento cafetalero. Del Inmecafé a la Autogestión en la Sierra de Atoyac de Álvarez. Universidad Autónoma de Guerrero. 1996. 351 pp.
- Tocagni Héctor. El café. Editorial Albatros. Buenos Aires. 1981. 151 pp.
- Universidad Autónoma de Chapingo. Diagnostico del valor agregado del café. Trabajo de investigación realizado para la Secretaría de Economía. UACH. 2002. México.
- Witker Velázquez Jorge. El régimen jurídico de los productos básicos en el comercio internacional. Serie I de estudios de derecho económico. No.12. UNAM-Instituto de Investigaciones Jurídicas. México. 1984. 225 pp.

Hemerográficas

- Adel Ortiz Silvia. *“Los cinco sentidos. Actores principales en la presentación de una aromática taza de café.”* En Lo mejor del café. Segundo Aniversario. Ediciones Especiales del Excelsior No. 10. Agosto-Septiembre. 2003. p.24
- Aguirre Saharrea Francisco. *“Comercio justo para empresas mexicanas”*. En El mundo del café no. 19. México. 2003.
- Aguirre Saharrea Francisco. *“El comercio justo y los pequeños productores mexicanos.”* En El mundo del café. No. 14. México. 2002.
- AFP. *“Se ahogan en pobreza los productores de café: BM”*. La Jornada, Sección Economía. 12 de marzo de 2004.
- Ángel Gonzalo. *El injusto negocio del café*. La insignia-Agencia de Información Solidaria (AIS). España. 29 de septiembre del 2002.
- Banco Nacional de Comercio Exterior. *“El mercado del café: ¿el gato y el ratón?”*. En Revista Comercio Exterior. No. 10. Vol. 31. Octubre. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 1981. pp. 1148-1152.
- Banco Nacional de Comercio Exterior. *“Café mexicano: exportaciones por 768 millones de dólares.”* en Negocios Internacionales Bancomext No. 60; marzo de 1997.

- Bitar, Sergio. “*La inserción de América Latina en la economía mundial.*” En Revista Comercio Exterior. No. 7. Vol. 36. Julio. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 1986. pp. 570-575.
- Blass Segura Gerardo. *Filosofía, Cultura y Sociedad en Torno al Viejo y al Nuevo Liberalismo*. Revista Razón y Palabra No. 37. Instituto Tecnológico de Monterrey.
- Bohman, Mary et al. “*Rent seeking and International Commodity Agreements: the case of coffee.*” En Economic Development and Cultural Change 44. No. 2 Enero. 1996. pp. 381-82.
- Carreras Ignacio. *La crisis del café*. La insignia-CCSEspaña. 1 de febrero de 2004.
- Castro Alfredo. “*Un aroma que se esfuma: desarrollo y perspectivas del café*”. En Revista Comercio Exterior. No. 7. Vol. 36. Abril. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 1986. pp. 576-579.
- Coello Jaime. “*La exportación ya no es negocio: barras de café, moda, tendencia u oportunidad.*”. Revista El mundo del Café. No. 12. México. 2001. p.34
- Cohn Theodore H. Canadá y las negociaciones agropecuarias del TLC: un conflicto de prioridades. Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext). Revista de Comercio Exterior. No. 1 Vol. 44. enero. México. 1991.
- Corona Jiménez Miguel Angel. “*Efectos de la globalización en la distribución espacial de las actividades*”. En Revista Comercio Exterior. No. 1. Vol. 53. Enero. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 2003. pp. 48-56.
- Del Valle Silvia, Salazar Rebeca. “*Los acuerdos sobre productos básicos: logros y restricciones. Los casos del café, cacao y azúcar*”. En Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. No. 47/48. Agosto Enero. México. 1981-1982. pp. 105-149.
- Enciso Angélica. Castigo al precio del café mexicano en la bolsa de NY. Jornada. Economía. México. 21 de Marzo de 2000.
- Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA). Boletín Informativo. Situación de la Red Café, Oportunidades de Desarrollo en México. No. 320. Abril 2003. 106 pp.
- González Molina Rodolfo Iván. “*América Latina Balance económico de dos décadas.*” En Foreign Affairs en Español. Volumen 1. Número 3. Otoño-Invierno 2001. México. ITAM.

- Gutiérrez Oscar. “*La crisis del café y el comercio sostenible*”. La insignia. Economía. 19 de febrero del 2003.
- Hoffmann Odile. Renovación de los actores sociales en el campo: un ejemplo en el sector cafetalero de Veracruz. En Estudios Sociológicos. Vol. X, núm. 30. Septiembre-diciembre. El Colegio de México. México. 1992. p. 527
- Iglesias Enildo. “*El increíble poder del café*”. En la Insignia. Economía. 7 de junio de 2001.
- Izam Miguel y Valerie Onffroy de Vérez. “*Integración agrícola regional en América Latina y Europa*.” Bancomext. Revista Comercio Exterior. No. 6 Vol. 51. Junio. México. 2001.
- Le colonial. “*Una visión al futuro: estrategias regionales vs la globalización*”. En Cafés de México. No. 172. Abril. 2003.
- López Miguel Jesús. “*El café, un mercado de insome e inestable raíz*”. En Revista Comercio Exterior. No. 4. Vol. 38. Abril. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 1988. pp. 322-328.
- Luna Sarayd. “*Barras de café, tendencia contagiosa*”. En Aroma. Especial de café. Reforma. México. Agosto. 2003.
- Pérez Matilde. “*Inician discusión previa a la próxima cumbre de la OMC en Cancún*”. La Jornada. Política. 4 de agosto de 2003. p. 5
- Servicios de Comercialización Agropecuaria ASERCA- SAGAR. “*Café y Algodón*”. Claridades Agropecuarias. No. 20. México. Abril 1995. 33 pp.
- _____ . “*Café*”. Claridades Agropecuarias. No. 52. México. Diciembre 1997. 40 pp.
- _____ . “*El café de México*”. Claridades Agropecuarias. No. 103. México. Marzo 2002. 56 pp.
- Silva Colmenares Julio. “*Aspectos del mercado mundial cafetero*”. En Revista Comercio Exterior. No. 7. Vol. 28. Julio. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 1978. pp. 848-856.
- Suárez Blanca, Vigorito Raúl. “*Capital extranjero y complejos agroalimentarios en América Latina: historia y estrategia*”. En Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía. UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas. No. 47/48. Agosto Enero. México. 1981-1982. pp. 150-195.

- Suárez Carrera Víctor. *¿Qué renegociar en el capítulo agrícola del tratado?*. En La Jornada. Política. 29 de enero de 2003.
- Takahashi Hiroshi. *“Starbucks, trae cafeterías.. y opositores”*. El Universal. Lunes 19 de agosto de 2002. Finanzas, p. 8
- Velasco David. *“Café La Selva: una experiencia de desarrollo indígena empresarial”*. En Agua y desarrollo sustentable. Agosto 2003. Año 1. No. 6
- Villareal René. *“La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica”*. En Revista Comercio Exterior. No. 9. Vol. 52. Septiembre. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 2001. pp. 772-788.
- Zorrila Ornelas Leopoldo. *“El sector rural mexicano a fines del siglo XX”*. En Revista Comercio Exterior. No. 1. Vol. 53. Enero. Banco Nacional de Comercio Exterior. México. 2003. pp. 74-86.
- Zubillaga Gonzalo. *Irrupción de los OTC agrícolas*. El economista. Valores. 7 de noviembre de 2003.

Ciberográficas

- Aguirre Saharrea Francisco. Organizaciones sociales cafetaleras de México. Investigación realizada por el autor en 1999. En <http://www.vinculando.org/comerciojusto/productores.htm>. Tomado de la Internet el día 30 de noviembre de 2003, a las 15.45 hrs.
- Aguirre Saharrea Francisco. Introducción al estudio del café. Vinculación y Comunicación Social, A.C. En <http://www.vinculando.org/>. Tomado de la Internet, el día 25 de mayo de 2003, a las 16.45 hrs.
- Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. ASERCA. <http://www.infoaserca.gob.mx>
- Asociación Nacional de Café de Estados Unidos. Top Ten del Café En: <http://www.nationalgeographic.com/coffee/ax/frame.html>.
- Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT). Café. Tendencias y Perspectivas de exportación 2002. Estudios Sectoriales BANCOMEXT. En <http://www.bancomext.org.mx>. Tomado de la Internet el día 5 de mayo de 2002 a las 14:30 hrs.
- BBC World. Café dulce, café amargo. *BBC Mundo*. Miércoles 16 de mayo de 2001. Tomado de la Internet el día 21 de junio de 2002 a las 10:20 hrs.

- BBCmundo. *Entrevista a Jorge Cárdenas Gutiérrez, Presidente de la Primera Conferencia Internacional del Café*. Realizada el 16 de mayo de 2001. En <http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials>. Tomada la Red Internacional el día 30 de noviembre de 2002 a las 17.45 hrs.
- Bennett Jones Owen. *“Vietnam: el Nuevo protagonista”*. BBC mundial. En <http://www.bbc.com>. Tomado de la Internet, el día 2 de diciembre de 2003, a las 20.35 hrs.
- Betancourt Marcelo. *“Café con aroma de crisis”*. Reportaje. En <http://elfaro.net/anteriores/2001/secciones/semanal.asp>, tomado de la Internet, el día 30 de agosto de 2003, a las 15.30 hrs.
- Cámara Nacional de Comercio en Estados Unidos. Canintrad. http://www.canintrad.com/nouvelles&arcihves/nouvelles_frame6.htm. Tomado de la Internet el día 25 de mayo de 2003 a las 14: 56 hrs.
- CERTIMEX. Normas para la producción de café orgánico/01.2001. En <http://www.comerciojusto.org>, tomado de la Internet el día 29 de abril de 2003
- Coffee, Conservation and Commerce in the Western Hemisphere. <http://www.nrdc.org/nrdcpro/ccc/cptinx.html>
- Collier Robert. *“Support Brewing for Cooperatives' Coffee Beans”*. Chronic Worlds section. San Francisco Chronic. Thursday, October 14, 1999 <http://www.coffeeresearch.org/politics/organic.htm>. Tomado de la Internet el día 30 de agosto de 2002, a las 14.25 hrs.
- Comité de Problemas de Productos Básicos. Informe sobre principales cuestiones normativas y factores relativos a los mercados con repercusiones en los resultados a largo plazo de las exportaciones agrícolas. 64 periodo de Sesiones. 18-21 de marzo de 2003. Roma. En <http://www.fao.org>
- Conocedores Nescafé. *“Todo sobre el café.”* En <http://www.conocedoresnescafe.com.mx/fTodoSobre/historia.html> tomado de la Red el día 20 de enero de 2003 a las 11.30 p.m.
- Consejo Mexicano del Café. <http://www.cmcafe.org.mx>
- Crowell Erbin. El Mercado Justo en Estados Unidos. Equal Exchange. En <http://www.comercio-justo.com>. Tomado de la Internet el día 15 de enero de 2003.
- Departamento de Agricultura de Estados Unidos. <http://www.usda.gov>
- Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación. SAGARPA. El café de México y la Organización Internacional del

- Café. En <http://www.sagar.gob.mx/Dgai/oic.htm>. Tomado de Internet el día 18 de febrero de 2002, a las 10.30 p.m.
- Economía. “*Rechazan cafecultores la importación de 150 mil sacos.*” En El Financiero. 11 de junio de 1997. p. 32 y a Lourdes Edith Rudiño. “*La producción de café, la más baja de los últimos 20 años debido a la sequía.*” En El Financiero. 10 de junio de 1998. p. 16
 - El Economista. “*Hacia un consumo de calidad.*” Café de negocios. 13 de abril de 2004. en <http://www.economista.com.mx>., tomado de Internet el día 15 de abril de 2004, a las 16.40 horas.
 - Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). <http://www.fairtrade.net/>
 - International Coffee Organization. <http://www.ico.org>.
 - Lang Chris. “*Vietnam: impactos sociales y ambientales de la producción de café para exportación.*” Boletín No. 46 del Movimiento Mundial por los Bosques tropicales. WRM. Mayo de 2001. En <http://www.wrm.org>. tomado de Internet, el día 25 de marzo de 2003 a las 18.45 hrs.
 - Lara Cortés Claudio. La Ronda del desarrollo de la OMC: el momento de la verdad. Comité Mexicano de la Campaña Continental contra el ALCA. En <http://www.noalca.org/general>. Tomado de la Red Internacional el día 14 de mayo de 2003 a las 18.30 hrs.
 - Lindsey Brink. “Entendiendo la “crisis cafetalera. ¿Existe razón para quejarse?” Instituto CATO. 6 de mayo de 2003. En <http://www.welcato.org>, tomado de Internet, el día 8 de diciembre de 2003 a las 14.15 hrs.
 - López Julián Ovidio. Comercio Justo, ¡no ayuda!. Asociación Latinoamericana de Pequeños Caficultores -Frente Solidario- En http://www.vinculando.org/comercio_justo/productores.htm. Tomado de Internet el día 15 de junio de 2003.
 - Nestlé. The beverage category within Nestle. Suecia. 2001. En <http://www.nestlé.com>, tomado de Internet el día 25 de mayo de 2002.
 - Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación. Las negociaciones comerciales multilaterales sobre la agricultura. Manual de referencia. FAO. Roma, 2000. En <http://www.fao.org/documentos.html>, tomado de la Red Internacional el día 14 de marzo de 2003 a las 10: 45 hrs
 - Organización Internacional del Café. Estructura y objetivos. En <http://www.ico.org>. Tomado de Internet el día 12 de enero de 2002 a las 15: 30 hrs.

- Organización Mundial del Comercio. Acuerdo de la OMC sobre Agricultura. Declaración de Doha. En <http://www.wto.org/spanish/agricultura.html>. Tomado de la Red Internacional el día 7 de enero de 2003 a las 12.48 hrs.
- Oxfam Internacional. Pobreza en tu taza. La verdad sobre el negocio del café 2002. En <http://www.comercioconjusticia.org>, tomado de la Internet el 25 de mayo de 2002 a las 18.30 hrs.
- Oxfam Internacional. *“Ninguna de las cuatro grandes multinacionales del café consigue este año el aprobado.”* Nota de Prensa. España. 09 de diciembre de 2003. En www.intermonoxfam.org, tomada de la Internet, el día 30 de enero de 2004 a las 16.45 hrs.
- Pererira Jorge E. *“Dos caras del negocio del café.”* Mercadeo.com. En http://www.mercadeo.com/41_café_2caras.htm. Tomado de la Internet, el día 4 de marzo de 2003, a las 18.55 hrs.
- Pérez-Grovas Víctor. La producción y comercialización de café en México. ¿Opción viable para los pequeños productores?. En <http://www.prodigyweb.net.mx/laboetie/cafenmex.html>. Tomado de la Internet el día 15 de agosto de 2002 a las 20. 00 hrs.
- Schlagenhauf Margit. El Surgimiento del Mercado Justo en Europa. TransFair International. En <http://www.transfair.org>. tomado de la Internet el día 20 de agosto de 2003.
- Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. Análisis agropecuario: productos orgánicos. En <http://www.siap.sagarpa.gob.mx/InfOMer/analisis/organico.html>, tomado de la Internet el día 5 de enero de 2003 a las 15.46 hrs.
- Specialty Coffee Association of America (SCAA). <http://www.scaa.org>
- Unión Europea. Normas mínimas extraídas y adaptadas del documento CEE nº 2092/91. En <http://www.europa.eu.int> la Internet el día 30 de mayo de 2003.
- Vinculación y Comunicación Social, A.C. Introducción al estudio del café. Comercio justo de los Productos orgánicos. En <http://www.vinculando.org/>, tomado de la red internacional el día 16 de marzo de 2002 a las 20.30 hrs.
- Wroclavsky Damián. *“Países agrícolas critican subsidios en Bolivia”*. Reuters. 19 de octubre de 2002. En <http://espanol.news.yahoo.com/021020/2/ekaa.html> 6.09 p.m.

Documentales

- Aguirre Saharrea Francisco. Una experiencia de comercio justo en México. Documento basado en la ponencia presentada en el coloquio "*Commerce équitable, coopératives et développement durable*"; desarrollado el 26 y 27 de septiembre de 2002. UQAM, Montreal.
- Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA). Informe sobre el Mercado Internacional del Café. SAGARPA. México. 2002.
- Centro de información para México, Cuba y Rep. Dominicana. "*Café La Selva*." Boletín ONU. No. 02/145. ONU. México. 24 de octubre de 2002.
- Consejo Mexicano del Café (CMC). México cafetalero. Estadísticas básicas. SAGAR-CMC. México. 1996. 62 pp.
- Consejo Mexicano del Café. Folleto Organización y funciones. CMC. 1998.
- Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras. Sin título. Cafés de México. Octubre de 1997.
- Greenfield Gerard. "*Vietnam y la crisis global del café: motines locales en un contexto global*". Taller de Acción Social para alternativas en Asia. 2001.
- Organización Mundial de Comercio. Decisión adoptada por el Consejo General WT/L/579. Programa de Doha. OMC. 2 de agosto de 2004.
- Organización Mundial de Comercio. "*Supachai acoge con satisfacción la participación de los Cinco como primer paso clave*". Notas de prensa OMC. 30 de julio de 2004. En <http://www.wto.org/spanish>. Tomado de la Internet el día 28 de agosto de 2004, a las 18.55 hrs.
- Organización Mundial de Comercio. Negociaciones sobre Agricultura: cuestiones examinadas y situación actual. División de Información y Relaciones con los Medios de Comunicación de la Secretaría de la OMC. 20 de abril de 2004.
- Red Sur-Sur en Chiapas. Primer Encuentro Internacional de Campesino a Campesino sobre Certificación Orgánica y Mercados Alternativos de Café. Realizado en Palenque, Chiapas, México. Del 27 de enero al 1 de febrero de 1997.
- Roldán Luna Diego, et, al. La cadena del café en Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social. Bogotá. 2003.
- Secretaría de Relaciones Exteriores. Notas sobre el Convenio Internacional del Café. Dirección General de Relaciones Económicas Multilaterales y con Europa, Asia y África. Mexico. 1995. p.3-4

- UNCTAD; Recent trend on world coffee market; UNCTAD/COM/59 (GE.95-53410); 9 de October de 1995.