



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ
ORGÁNICO EN LA REGIÓN SIERRA NORORIENTAL
DE PUEBLA: LA SOCIEDAD COOPERATIVA
REGIONAL AGROPECUARIA TOSEPAN TITATANISKE
(SCARTT), UN ESTUDIO DE CASO (1977-2009)**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ESTUDIOS LATINOAMERICANOS

PRESENTAN:

OCTAVIO MARX GONZÁLEZ ROJAS

EDGAR MARTÍNEZ ZANABRIA

ASESORA:

DRA. MARÍA TERESA SÁNCHEZ SALAZAR



MÉXICO, D.F

2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.	1
CAPITULO 1. LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN, EL CONSUMO Y EL MERCADO DEL CAFÉ A NIVEL MUNDIAL.	11
1.1 Las transformaciones del mercado cafetalero mundial en el siglo XX.	14
1.1.1 Brasil y su política de intervención de precios.	14
1.1.2 El gran reacomodo del mercado internacional del café.	17
1.1.3 El surgimiento de la Organización Internacional del Café y la evolución de sus convenios.	20
1.2 La crisis internacional del café.	28
1.2.1 Antecedentes de la disolución de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café de 1983.	28
1.2.2 Las diferentes posiciones de los miembros de la Organización Internacional del Café.	31
1.2.3 La suspensión de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café de 1983.	37
1.2.4 La situación tras la cancelación de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café.	39
1.2.5 La liberalización del mercado.	40
1.2.6 Los efectos del neoliberalismo económico en los países productores de café.	42
1.2.7 La Organización Internacional del Café de 1990 a la actualidad: el café hoy.	46
1.2.8 El Acuerdo Internacional del Café de 2007.	47
1.2.9 El café hoy.	49
1.3 La producción y el consumo de café a nivel mundial.	51
1.3.1 Países productores-exportadores.	51
1.3.2 Países consumidores-importadores.	62
1.3.3 La cadena del mercado del café.	73
1.4 La concentración del comercio, la industria y la distribución del café.	78
1.4.1 Los mercados de futuros.	78
1.4.2 Las compañías intermediarias-comercializadoras.	79
1.4.3 Las grandes compañías de la transformación.	84
1.4.4 Los grandes centros distribuidores.	95
1.5 La situación de los pequeños productores.	102
1.5.1 Crisis financieras en las economías nacionales.	106
1.5.2 Migración y trabajadores temporales [braceros] en la miseria.	108
1.5.3 Hambruna entre las familias cafetaleras.	110
1.5.4 Empeoramiento de la atención sanitaria.	111
1.5.5 Falta de opciones productivas.	112
1.5.6 Crece la atracción por el cultivo de la droga.	113
1.5.7 La situación de las mujeres cafetaleras empeora.	114
1.5.8 Las perspectivas a corto y mediano plazo lucen poco alentadoras.	114
CAPÍTULO 2. LA AGRICULTURA ORGÁNICA Y EL COMERCIO JUSTO DENTRO DEL CONTEXTO INTERNACIONAL: EL CASO DEL CAFÉ.	117
2.1 Agricultura orgánica a nivel mundial y el caso del café orgánico.	117
2.1.1. Introducción: la “Revolución Verde”.	117

2.1.2	Definición de la agricultura orgánica.	120
2.1.2.1	Certificación y características de la agricultura orgánica.	123
2.1.2.2	Características de la agricultura orgánica.	127
2.1.3	Origen de la agricultura orgánica.	132
2.1.3.1	El método orgánico de Albert Howard.	132
2.1.3.2	La agricultura biodinámica de Rudolf Steiner.	136
2.1.4	Desarrollo y estado actual de la agricultura orgánica.	138
2.1.4.1	El estado actual de la agricultura orgánica y el café orgánico en el mundo.	139
2.1.4.2	Agricultura orgánica en México.	147
2.1.4.3	El café orgánico a nivel mundial.	150
2.1.4.4	El mercado global de la agricultura orgánica.	153
2.2	El sistema de Comercio justo mundial.	154
2.2.1	Definición, estructura y funcionamiento.	154
2.2.2	Origen y desarrollo del comercio justo en el mundo.	159
 CAPÍTULO 3. EL CONTEXTO NACIONAL DEL CAFÉ CONVENCIONAL Y ORGÁNICO.		163
3.1	Producción y consumo del café en México.	163
3.1.1	Breve historia del café en México.	163
3.1.2	Importancia del cultivo del café en el contexto de la agricultura en México.	168
3.1.3	Ubicación geográfica y propiedad en las zonas cafetaleras de México.	172
3.1.4	Las políticas entorno a la producción cafetalera en México.	182
3.1.4.1	El surgimiento de organizaciones cafetaleras independientes en México. El ejemplo de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOOC].	188
3.1.5	La actualidad cafetalera mexicana.	191
3.1.5.1	Descripción de las características de las regiones cafetaleras de precios más altos y más bajos.	192
3.1.5.2	Consumo.	195
3.1.5.3	Intercambio comercial.	196
3.2	El caso del café orgánico y el comercio justo en México.	198
3.2.1	Producción de café orgánico en México.	198
3.2.2	Certificación del café orgánico en México.	202
3.2.3	El comercio justo en México.	204
3.2.4	La comercialización del café orgánico mexicano.	208
 CAPÍTULO 4. LA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA REGIONAL TOSEPAN TITATANISKE [SCARTT] Y SU ENTORNO.		210
4.1	El municipio de Cuetzalan del Progreso.	210
4.1.1	Ubicación.	211
4.1.2	División política.	213
4.1.3	Orografía.	215
4.1.4	Hidrografía.	216
4.1.5	Principales ecosistemas.	217
4.1.6	Características socioculturales.	218
4.1.7	Cobertura de servicios.	221
4.1.8	Actividades económicas.	224
4.2	La Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske [SCARTT].	227
4.2.1	Conformación histórica de la <i>Tosepan Titataniske</i> .	228

4.2.2	La <i>Tosepan Titataniske</i> y la política.	235
4.2.3	Organización interna de la <i>Tosepan Titataniske</i> .	238
4.2.4	Estructura actual de la <i>Tosepan Titataniske</i> .	240
4.2.5	Acciones relevantes de la SCARTT en 2009.	242
4.3	La producción de café convencional y orgánico en la SCARTT.	245
4.3.1	Los inicios.	245
4.3.2	La comercialización directa del café.	247
4.3.3	La importancia de la producción de café orgánico.	251
4.3.4	Sociedad Cooperativa <i>Maseual Xicaualis</i> , S.C.L.	256
4.3.4.1	Pimienta Convencional. Ciclo 2009.	256
4.3.4.2	Café Convencional. Ciclo 2008-2009.	258
4.3.4.3	Producción de miel virgen.	260
4.3.4.4	Pimienta Orgánica. Ciclo 2008-2009.	263
4.3.4.5	Café Orgánico. Ciclo 2008-2009.	265
4.3.4.6	Uso del Premio Social de Café Orgánico.	267
4.3.4.7	Valor total de ventas.	268
4.4	Cooperativa de ahorro y crédito <i>Tosepantomin</i>.	271
4.4.1	Actividades sobresalientes de la <i>Tosepantomin</i> durante 2009.	277
4.4.1.1	Programa de vivienda <i>Toyektanemillilis</i> [2009].	277
4.4.2	Niveles de crecimiento de la <i>Tosepantomin</i> .	280
4.5	Centro de Formación <i>Kaltaixpetaniloan</i>.	282
4.6	Desarrollo de la mujer.	291
4.7	Producción de plantas en el vivero Xiloxochico.	294
4.8	Tosepan Kali.	298
	CONCLUSIONES.	303
	BIBLIOGRAFÍA.	317
	APENDICE A	I
	APENDICE B	X

INTRODUCCIÓN

En el contexto de nuestro tema de tesis: **La producción y comercialización del café orgánico en la región Sierra Nororiental de Puebla: la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske [SCARTT], un Estudio de Caso (1977-2009)**, uno de los elementos de mayor trascendencia es el impacto que la dinámica globalizadora del libre mercado ha tenido en los productores de café orgánico de México; ya que algunos de ellos se han insertado directamente en los canales de la oferta y la demanda del mercado internacional de un producto agrícola tan importante por su consumo mundial, sobre todo en los países desarrollados, como es el café.

Se trata de un fenómeno en el que han jugado un papel relevante los cambios en la demanda de países con un elevado nivel de desarrollo y gran capacidad de pago, lo que ha provocado [entre otras cosas] que algunos pequeños productores de café en América Latina, hayan pasado de ser campesinos cafetaleros con producciones mal pagadas, a obtener mejores ingresos.

En este contexto, la pobreza rural constituye uno de los mayores problemas de América Latina y del Caribe. Por ejemplo, en América Central la incidencia de la pobreza alcanza a casi la mitad [49.9%] de la población. En 1999, más de 17 millones de centroamericanos tenían ingresos por debajo de la línea de pobreza y 9 millones estaban en situación de pobreza extrema. Dos de cada tres [aproximadamente el 67%] personas pobres de América Central residen en las áreas rurales.

Los proyectos de inversión para el desarrollo agrícola y rural son una fuente importante de recursos que promueven el desarrollo económico y social y la seguridad alimentaria de la población rural más pobre. Estos proyectos son un vehículo para la movilización de inversiones en diversos campos como riego, investigación e infraestructura rural, generación y difusión de tecnología, orientadas a la conservación de los recursos naturales, y al establecimiento de políticas que buscan aumentar la productividad y mejorar la competitividad de las actividades productivas en el ámbito rural.

En su continua búsqueda por instrumentos que permitan combatir la pobreza y el hambre en el ámbito rural, las agencias de cooperación internacional, las organizaciones no gubernamentales y las del sector público han fijado su atención en las oportunidades que pueden brindar la agricultura orgánica y el comercio justo.

Estas alternativas surgen en respuesta al modelo de agricultura convencional adoptado desde la década de los cincuenta del siglo XX, que se fundamenta en un sistema de producción de alta eficiencia, dependiente de un alto uso de insumos sintéticos, donde el manejo monocultivista se justifica como herramienta fundamental para lograr la mayor eficiencia del proceso productivo. Sin embargo este sistema de producción ha mostrado serios problemas de sostenibilidad en veinte o treinta años de uso intensivo en zonas agrícolas en América Latina, ocasionando no solo la destrucción de los recursos naturales y

del paisaje, pero sobre todo la desaparición de pequeños productores en algunas regiones.

Para muchos la agricultura orgánica nace con nuestros ancestros, indígenas mayas que tuvieron la capacidad de alimentar más de treinta millones de habitantes en áreas reducidas, utilizando únicamente insumos naturales locales. La nueva escuela de agricultura orgánica, que toma fuerza en Europa y Estados Unidos alrededor de los años setentas, nace como una respuesta a la revolución verde y a la agricultura convencional que se inicia a mediados del siglo XIX.

La agricultura orgánica rescata las prácticas tradicionales de producción, pero no descarta los avances tecnológicos no contaminantes, sino más bien los incorpora, adaptándolos a cada situación particular. La agricultura orgánica es la conjunción de prácticas ancestrales, como el uso de terrazas por los incas, con la agricultura tradicionalmente biodiversa de nuestros campesinos, vinculada a nueva tecnología apropiada.

De esta manera, la agricultura orgánica y el comercio justo son estrategias de desarrollo que tratan de cambiar algunas de las limitaciones encontradas en la producción y comercialización convencionales. Ambas estrategias de desarrollo se fundamentan no solamente en un mejor manejo del suelo y un fomento al uso de insumos locales, pero también un mayor valor agregado y una cadena de comercialización más justa.

Por otro lado, organizarse autónómicamente ha sido una importante alternativa para los pequeños productores de café en América Latina, por lo que consideramos importante realizar nuestra tesis investigando una cooperativa en particular, la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional *Tosepan Titataniske* [SCARTT], que en español significa “*Unidos Venceremos*”, ubicada en la extensa región de la Sierra Nororiental de Puebla.

En 1977, en comunidades ubicadas alrededor del municipio de Cuetzalan del Progreso, un grupo de campesinos [en su mayoría pequeños productores de café y pimienta] y habitantes con labores diversas a través de las cuales obtenían escasos recursos para su subsistencia, deciden organizarse, en virtud de su preocupación por la situación crítica en la que se encontraban, producto de una grave crisis de abasto de productos básicos.

En asambleas comunitarias, eligen la cooperativa como medio de organización para encauzar su lucha. Es a través de ésta, que pueden hacer frente a los abusos y arbitrariedades de los caciques, que históricamente han sido los acaparadores de la producción agropecuaria y de su financiamiento.

Es bajo estas condiciones que inicia el proceso organizativo de la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional [SCAR] *Tosepan Titataniske* la cual, en su primera etapa, contó con la asesoría de una decena de ingenieros agrónomos [quienes en 1974 formaron parte del malogrado Plan Zacapoaxtla], los que

junto a los cooperativistas deciden comercializar de forma directa sus productos principales: la pimienta en 1977 y el café un año después.

Es a través de su experiencia organizativa, fundamentada en el trabajo entre comunidades, que los miembros de esta sociedad cooperativa comienzan a adquirir conciencia del valor de los proyectos regionales. Así surgen programas de trabajo que benefician tanto a los socios como a los demás habitantes de las comunidades de la región. Ejemplos de lo anterior fueron la creación de tiendas de abasto comunitario o la construcción de caminos.

Desde 2001, la SCAR *Tosepan* inició la producción de café orgánico y e ingresaron al sistema de comercio justo, al darse cuenta que el mercado de café convencional ya no podía mejorar sus precios, en tanto que los precios del mercado de café orgánico y de comercio justo eran más competitivos.

En la actualidad, la SCAR *Tosepan* se encuentra, junto con un grupo de otras cooperativas que comparten los mismos ideales [agrupadas todas en la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras], comercializando su producción de café y pimienta orgánicos en México, Estados Unidos, Europa y Japón con buenos resultados.

A lo anterior se suman nuevos proyectos que buscan seguir mejorando las condiciones de los pequeños productores y sus familias como lo son la creación de la Caja de Ahorro *Tosepantomin*, el proyecto de ecoturismo sustentable *Tosepan Kali*, el Centro de Formación *Kaltaixpetaniloyan*, así como

la introducción del cultivo de hortalizas orgánicas y el establecimiento de granjas familiares.

La investigación que se llevó a cabo en esta tesis de licenciatura, plasma el análisis descriptivo de las características formativas, productivas, comerciales y organizativas que ha adoptado la cooperativa *Tosepan Titataniske* desde su surgimiento como organización en 1977 hasta 2009.

Al mismo tiempo, se pretende que esta investigación permita hacer difusión a la experiencia de la SCAR *Tosepan*, y todos los aspectos positivos que ha logrado, lo cual pone en evidencia las paradojas del nuevo orden económico internacional: la problemática campesina generada por las desigualdades inherentes al sistema, y en contraparte, la posibilidad de obtener beneficios de la globalización económica gracias a una vía de producción agrícola alternativa dentro de los nuevos nichos comerciales que representan los productos orgánicos y el comercio justo dentro del mercado global.

Además, partiendo de la idea de que una tesis de licenciatura requiere de tratar temas novedosos y actuales, el tema aquí propuesto sobrepasa dicha consideración, ya que puede ser tomado en cuenta para verificar seguimientos similares para otras áreas del campo mexicano.

El motivo de preparar esta tesis como un trabajo en equipo, descansa en el hecho de que los autores de esta tesis hemos venido trabajando

conjuntamente este tema desde hace más de tres años y cada uno, por su parte, ha venido encontrando nuevas variantes del trabajo, el cual se ha enriquecido a través de nuestras discusiones y la guía de nuestra asesora.

Ambos estudiantes somos conscientes de la problemática social que engendra el asunto de la producción y comercialización de café orgánico y de la poca información que existe al respecto.

De este modo, para lograr la meta de hacer una tesis del nivel que corresponde a nuestra formación y nuestra carrera, se requirió de la suma de esfuerzos de quienes realizaron el presente trabajo de tesis. Para tales efectos, primero se llevo a cabo la búsqueda y análisis de fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas del tema, así como también la asistencia a ferias de promoción de productos orgánicos y de comercio justo, y conferencias; como siguiente paso se discutió y analizó la información conseguida para elegir la más adecuada e ir elaborando cada capítulo; posteriormente, con la necesidad de contar por la naturaleza de nuestro tema con información directa de la cooperativa, se realizó conjuntamente una investigación de campo que, a través de la realización de entrevistas, captura de imágenes y video, y la convivencia con los cooperativistas nos permitió conocer de manera expedita la experiencia de los pequeños productores que conforman a la cooperativa *Tosepan Titataniske*.

Parte de la problemática para realizar el presente trabajo de tesis, fue la poca difusión que se le ha dado al tema de la agricultura orgánica y al sistema de comercio justo dentro de las instituciones de investigación de nuestra

universidad. Por lo que son pocos los investigadores que manejan el tema y publicaciones que lo contengan dentro de la UNAM. Siendo de esta forma en la mayoría de las universidades del país, siendo la excepción la Universidad Autónoma Chapingo, que cuenta con investigadores y publicaciones varias sobre el tema.

Aquí pretendemos presentar una descripción estructurada y sintética de los datos más significativos sobre la cadena productivo-comercial del café, y no tanto un trabajo exhaustivo elaborado con base en todos los datos disponibles.

En el primer capítulo, titulado **La situación actual de la producción, el consumo y el mercado del café a nivel mundial**, comentamos las transformaciones del mercado cafetalero mundial en el siglo XX, donde destacamos el surgimiento y la evolución de la Organización Internacional del Café [OIC]. Describimos los efectos del neoliberalismo económico en los países productores y la consecuente crisis internacional del café; damos a conocer la actual situación de la producción y el consumo de café a nivel mundial, a partir de la descripción de la esfera de las compañías trasnacionales que concentran el capital [actividades de intermediación, transformación y distribución] y la esfera productiva representada por los pequeños productores de los países en vías de desarrollo [su situación a partir de la crisis internacional del café].

En el capítulo 2, **La agricultura orgánica y el comercio justo dentro del contexto internacional: el caso del café**, destacamos los conceptos de agricultura orgánica y comercio justo, sus orígenes, características, actual situación global, sistema e instituciones de acreditación [certificación], y su diferenciación con los sistemas agrícola-comerciales convencionales.

En el capítulo 3, **El contexto nacional del café convencional y orgánico**, describimos la importancia histórica del cultivo del café en el contexto de la agricultura en México, su producción y consumo actual, las zonas productivas, las políticas entorno a la producción; y el surgimiento de organizaciones cafetaleras independientes, ejemplificándolo con la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOOC]. En la segunda parte del capítulo nos avocamos a tratar el caso del café orgánico y el comercio justo en México: producción, certificación y comercialización.

Finalmente, cerramos nuestro trabajo con el capítulo titulado **La Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske [SCARTT] y su entorno**, comenzando con una descripción de las características geográficas y socioeconómicas del municipio de Cuetzalan del Progreso, enclavado en el corazón de la región de la Sierra Nororiental de Puebla, donde se ubica la organización agropecuaria ejemplo de nuestro estudio de caso; de la cual relatamos sus orígenes de lucha, sus procesos organizativos, su estructura comunitaria, los obstáculos que han sufrido y aún enfrentan, sus logros, el

sentir de sus socios y su situación actual, como ejemplo de organización campesina en México y Latinoamérica.

En la parte final de nuestro trabajo, incluimos dos apéndices [A y B] con información complementaria, respectiva a los capítulos 1 y 2. El apéndice A incluye información de las características botánicas y taxonómicas del café, haciendo hincapié en las diferencias entre las dos especies económicamente más rentables: *Coffea arabica* y *Coffea canephora* [*robusta*]. Posteriormente, hablamos del origen geográfico y la expansión del cultivo. El apéndice B profundiza sobre las generalidades físico-geográficas y socioeconómicas del estado de Puebla, así como de la extensa región de la Sierra Nororiental.

Por lo tanto, ponemos a consideración de los posibles lectores una serie de reflexiones e información sobre el café en general, y sobre la cooperativa *Tosepan Titataniske* en particular, con la esperanza de encontrar en ellos interlocutores interesados. Finalmente queremos señalar que no deseamos que nuestro texto sirva únicamente como obra de consulta, sino más bien que constituya un estímulo para profundizar en la investigación de datos e intentar la formulación de nuevas interpretaciones y síntesis, con respecto a la problemática del café orgánico y del comercio justo, como alternativas económicas viables para los campesinos de las áreas tropicales de nuestro país y América Latina.

CAPITULO 1. LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN, EL CONSUMO Y EL MERCADO DEL CAFÉ A NIVEL MUNDIAL.

Introducción.

Con el nombre de cafeto se distingue a la planta que produce el café, el cual es un arbusto o árbol pequeño perteneciente a la familia botánica de las rubiáceas, una de las más grandes del reino vegetal, que comprende plantas herbáceas, arbustos y árboles de gran altura que crecen en el piso inferior de los bosques (Marín, 1966:31; Rojas, 1964:21; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:18-19).

La familia de las rubiáceas está dividida en once tribus que incluyen a 500 géneros y más de 6 000 especies [quininas, garance, ipecacuanas, gardenias y gálum, entre otras]. En la tribu cofiáceas, se encuentra el género *Coffea*, que da nombre a la tribu y es por mucho el miembro de la familia de mayor importancia económica, a la que pertenece la planta del café (Secretaria de la Economía Nacional, 1933:18-19; http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; tabla 1).

Tabla 1. Taxonomía del café

Reino	<i>Plantae</i>
Clase	<i>Angiospermae</i>
Subclase	<i>Dicotyledoneae</i>
Familia	<i>Rubiaceae</i>
Tribu	<i>Coffeae</i>
Género	<i>Coffea</i>

Fuente: Organización Internacional del Café [ICO]
(http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; Tapia Gómez, 1996:43).

El género *Coffea* fue descrito por vez primera a mediados del siglo XVIII por el conocido botánico de origen sueco *Carolus Linnaeus*, sin embargo los botánicos se han encontrado con diversas dificultades para una efectiva clasificación y designación de las plantas que pertenecen realmente al género *Coffea* debido a su gran diversidad fisonómica [las diferentes especies de *Coffea* pueden variar en tamaño, desde matorrales pequeños hasta alturas de más de 10 metros; y la coloración de las hojas puede variar del color amarillento, verde oscuro, bronce, al matizado de púrpura] (Stella, 1997:24; http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp).

No obstante las vicisitudes antes mencionadas, se han reconocido hasta ahora alrededor de sesenta especies, de las cuales unas veinticinco son las más conocidas, todas nativas de África y de ciertas islas del Océano Indico, particularmente de Madagascar. Algunas de ellas son: *Coffea liberica*, *Coffea excelsa*, *Coffea dewevrei*, *Coffea stenophylla*, *Coffea congensis*, *Coffea abeokutae*, *Coffea klainii*, *Coffea zanguebariae*, *Coffea racemosa*, *Coffea dibowskii*, *Coffea jenkinsii*, *Coffea khasiana*, *Coffea inhambanem*, *Coffea mauritiana* y *Coffea neo-arnoldiana* (González Cid, 2004:41; http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; Marín, 1966: 32; Tapia Gómez, 1996:39-40).

De las veinticinco especies más conocidas, las más importantes son dos: el *Coffea arabica* y el *Coffea canephora* o *robusta*, y entre éstas, existen diferencias tanto de tipo biológico como comercial. Las otras especies se usan localmente o se encuentran en jardines botánicos sin ser objeto de comercio, a

excepción de *Coffea liberica* y *Coffea excelsa* que se utilizan para hibridaciones e injertos [se cree que algunas de sus selecciones adquirirán valor en el futuro] (Rojas, 1964:21; Renard, 1993:13; Tapia Gómez, 1996:39-40).

La planta del cafeto requiere condiciones ambientales específicas óptimas para su cultivo comercial, por ello los rangos de temperatura, la cantidad y distribución anual de la lluvia, la insolación, el viento y las características del suelo son todos factores de importancia para un desarrollo favorable, las cuales difieren ligeramente según el género y la especie de que se trate.

En términos generales, el café es un cultivo que se produce en el mundo desde los 28° de latitud norte hasta los 30° de latitud sur, pero la zona más favorable para su cultivo se extiende desde los 25° latitud norte a los 25° latitud sur [es decir, la zona comprendida entre los trópicos de Capricornio y de Cáncer] (Secretaría de la Economía Nacional, 1933:18; González Cid, 2004:41).

El clima debe ser cálido húmedo, regular, con temperaturas medias de 15 a 35°C, pero los requisitos cambian según las variedades de café. Toda planta de café es fácilmente dañada por la escarcha y las heladas, las cuales constituyen un verdadero peligro en regiones como el sur del Brasil, y en las áreas más cercanas al ecuador donde se hallan altitudes próximas a los 2000 [m.s.n.m.] metros sobre el nivel del mar (http://www.ico.org/ES/ecology_c.asp).

En general, el café necesita una lluvia anual que fluctúe entre 1500 y 3000 milímetros. El patrón de períodos lluviosos y secos es importante para el

crecimiento, retoño y florecimiento de la planta. Los requisitos de lluvia dependen de las propiedades de retención de agua del terreno, la humedad atmosférica y la nubosidad, así como también de las prácticas de cultivo que dependen más de un buen desagüe, que de la profundidad de los suelos (http://www.ico.org/ES/ecology_c.asp).

Otro factor de importancia es el que representan los árboles de sombra, ya que protegen a los cafetos del sol excesivo y de la fuerza del viento; éstos pueden constituir cultivos económicos como el plátano, árboles del género *Inga*, y otros árboles frutales (http://www.ico.org/ES/ecology_c.asp). Para consultar una información más detallada sobre las características ecológicas de las especies *Coffea arabica* y *Coffea canephora*, así como datos sobresalientes del origen geográfico y la expansión del café; acudir al Apéndice A de esta tesis.

1.1 Las transformaciones del mercado cafetalero mundial en el siglo XX.

1.1.1 Brasil y su política de intervención de precios.

Brasil comenzaba a destacar desde el último cuarto del siglo XIX como uno de los principales productores de café [duplicando su producción en treinta años], gracias al avance de la colonización y la creación de grandes plantaciones en el estado de São Paulo. A principios del siglo XX, se convirtió en el primer productor mundial suministrando poco más del 75% de la producción mundial de café, correspondiendo la mitad de este porcentaje al estado paulista (Renard, 1999:83).

Algunas sociedades comercializadoras alemanas [*Th. Wille, Carl Hellwig, etc.*], inglesas [*Naumann, Johnson, etc.*] y estadounidenses [*Arbuckle, Hard Rand*] dominaban la exportación y controlaban el 60% de las exportaciones brasileñas. La más importante, *Theodor Wille & Co.*, de Hamburgo, concentraba el 18.5% de la exportación, lo cual representaba el 13.5% de los intercambios mundiales. De tal forma, el control de las existencias les permitía a estas sociedades comercializadoras influir en los precios internacionales y en los precios en el mercado de consumo estadounidense (Renard, 1999:83-84).

A comienzos del siglo XX, se suscitó la primera gran crisis de sobreproducción en la historia del café, gracias a las plantaciones masivas en el sur de Brasil y en la isla de Java, que propició que los precios cayeran a niveles nunca antes vistos. Por eso, en 1901 se realizó en Nueva York una primera conferencia internacional que se proponía evitar la inundación de los mercados cafetaleros. Aunque ésta fracasó rotundamente, ya se comenzaba a tener en cuenta la necesidad de regular el mercado (Renard, 1993:24).

Hacia 1906 el gobierno brasileño, dominado por los intereses de los grandes terratenientes paulistas y mineiros, decidió iniciar una política de valoración del café e intervención en los mercados. Con este propósito, recurrió al financiamiento de un consorcio de comercializadoras europeas, -entre las que destacaban las alemanas *Th. Wille y Ziegler*, y la *Bunge & Co.* belga-, y estadounidenses -*Arbuckle Brother* y *Crossman & Sielcken*-, y de bancos de los países importadores. La política consistía en comprar y almacenar los excedentes de café en los puertos de los países importadores cuando las

cotizaciones eran bajas, para poder liquidarlos cuando los precios eran favorables (Portillo, 1993:379; Renard, 1999:85-86).

Debido a que esta política resultó sumamente eficaz, comenzó a radicalizarse desde 1917, en plena Primera Guerra Mundial, y hacia 1924 el almacenamiento de los excedentes o *stocks* ya no se realizaba en los puertos europeos y estadounidenses sino dentro del propio país productor. De esta manera, el gobierno brasileño adquirió el control de sus exportaciones, y dado el tamaño de su producción, tenía el poder real de regular la oferta y de influir en los precios internacionales que se mantuvieron relativamente estables (Portillo, 1993:379; Renard, 1993:24; Renard, 1999:86).

Sin embargo, con la Gran Depresión llegó el hundimiento de los precios, al que se sumó el agotamiento de los financiamientos internacionales necesarios para sostener la política de almacenamiento de existencias debido, en gran parte, a las cosechas brasileñas sin precedentes de 1927-1928 y 1929-1930, que obligaron a acumular un considerable volumen de reservas del grano (Portillo, 1993:379; Renard, 1993:25).

Paradójicamente, el principal resultado de la política unilateral brasileña de apoyo a los precios fue el incremento productivo de sus competidores, los otros países latinoamericanos productores de *Coffea arabica* [Colombia se instaló en ese momento como el segundo mayor productor a nivel mundial], ya que durante el periodo 1931-1940 se vio en la necesidad de destruir poco más de

78 millones de sacos de café, equivalentes a tres años de consumo mundial (Portillo, 1993:379; Renard, 1993:25; Renard, 1999:87-88).

Brasil veía perder parte de sus mercados exteriores y su posición casi monopólica [su participación dentro de las exportaciones mundiales se redujo de 75% a principios de siglo a 50% en 1937], al tiempo que los países europeos inducían el cultivo masivo del cafeto en sus colonias africanas con la finalidad de acabar con la importancia latinoamericana en el rubro (Renard, 1993:25; Renard, 1999:87).

Durante la década de 1930, Brasil trató de compartir con sus competidores el peso de la defensa de los precios y de la regulación del mercado, por lo que impulsó las Conferencias Panamericanas del Café entre 1936 y 1937, las cuales fracasaron rotundamente por la falta de compromiso de los colombianos, por lo que en este último año, Brasil abandonó definitivamente su política de apoyo a los precios y liberó las exportaciones de café. Como resultado de esta medida comenzaba a vislumbrarse un nuevo periodo de sobreproducción (Renard, 1993:25-26; Renard, 1999:89).

1.1.2 El gran reacomodo del mercado internacional del café.

La Segunda Guerra Mundial marcó el inicio de la mayor modificación de los intercambios en el mercado cafetalero hasta ese momento. En principio, las grandes sociedades comercializadoras alemanas desaparecieron y las importaciones europeas se desplomaron [éstas representaban el 40% de la demanda mundial], por lo que Estados Unidos aprovecharía para adquirir cerca

del 80% de las importaciones mundiales de café [en noviembre de 1940 Estados Unidos firmó el Acuerdo Interamericano del Café con 14 países latinoamericanos]. Esto le confirió un poder monopsonico¹, el cual ejercería congelando los precios desde su entrada a la Segunda Guerra Mundial en 1941 hasta 1946, afectando a todos los países productores (Portillo, 1993:379; Renard, 1993:26; Renard, 1999:90-91).

Al término de dicha conflagración, en el comercio internacional del café se distinguieron dos periodos en la evolución de sus precios. El primero [1946-1954] presentó una situación que jamás ha vuelto a repetirse, caracterizada por la insuficiencia de la oferta para cubrir la demanda, lo que condujo a un aumento en los precios y a la reducción de existencias (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:379-380; Renard, 1993:26; Renard, 1999:91).

Esta situación se explica debido a la caída de la producción brasileña y la destrucción de los cultivos en Indonesia por un lado, y por el otro, al aumento del consumo estadounidense gracias al incremento en el nivel de vida de su población y al estímulo representado por la reconstrucción y recuperación económica en Europa. Así, en 1954 se presentó la primera gran alza de los precios de la posguerra [las otras corresponderían a los años de 1977 y 1986] (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:379-380; Renard, 1993:26-27; Renard, 1999:91-92).

¹ Monopsonio: situación del mercado en la que un solo comprador se enfrenta a un gran número de vendedores. Dicho comprador tiene la posibilidad de fijar el precio (Enciclopedia Salvat. Diccionario, 1971).

El segundo periodo [1954-1962] se caracterizaría por presentar un entorno de competencia internacional muy diferente al de las décadas precedentes, en el que las tendencias positivas anteriores se revirtieron, los precios sufrieron un descenso prolongado y las existencias se acumularon debido al aumento simultáneo de nuevas plantaciones en Brasil y al considerable crecimiento de las mexicanas y centroamericanas (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:379-380; Renard, 1993:28).

A lo anterior, se sumó la velocidad con la que las plantaciones de café se desarrollaron en el continente africano, implantadas por las potencias coloniales durante la década de 1930, lo que les permitió a varios de esos países no sólo competir con los latinoamericanos por los mercados europeos [hacia 1960 representaban poco más del 23% de la producción mundial], sino también comenzar a penetrar en el mercado estadounidense gracias a las excelentes calidades del café robusta, necesarias para el proceso de solubilización [café instantáneo] (Portillo, 1993:379; Renard, 1993:28; Renard, 1999:92, 99).

En este nuevo contexto de sobreproducción, los Estados latinoamericanos se vieron obligados a concertar entre sí, después de varios años de negarse a hacerlo o llegar a tibios acuerdos como el de la Oficina Panamericana del Café [1936] o el Acuerdo Latinoamericano de 1958 [firmado un año antes bajo el nombre de Acuerdo de México], y emprendieron una negociación de escala internacional que buscaba regular el mercado, para lo cual incluyeron en esta

ocasión a los productores africanos (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:379; Renard, 1993:28; Renard, 1999:93, 99).

1.1.3 El surgimiento de la Organización Internacional del Café y la evolución de sus convenios.

A mediados de la década de 1950, *General Foods, Procter & Gamble, Hills Brother, Standard Brands y Nestlé*, eran las cinco principales empresas de la transformación de café que controlaban el 61% del mercado estadounidense. Éstas formaban parte de la *National Coffe Organization [NCA]*, grupo de presión que se encargó de ejercer presión ante la administración de Estados Unidos para que éste constituyera en 1958 su denominado Grupo de Estudios sobre el Café, encargado de analizar la situación del mercado internacional (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Renard, 1999:101).

El factor determinante para la realización de un acuerdo internacional cafetalero, fue el impulso dado por el gobierno de Estados Unidos que históricamente se había mostrado reticente a cualquier regulación del mercado. A principios de la década de 1960, el gobierno estadounidense revira su actitud pues sus empresas más importantes temían que los países latinoamericanos siguieran el ejemplo cubano y que se interrumpiera el flujo de café a sus fábricas como había sucedido con el caso del azúcar (Renard, 1993:29; Renard, 1999:99, 101).

De esta manera, y con la Alianza para el Progreso como telón de fondo, en 1962 se firma el primer Convenio Internacional del Café [CIC] en la sede de las

Naciones Unidas en Nueva York, como un acuerdo multilateral que aglutinaba a 39 países, 26 exportadores y 13 importadores [la inclusión de éstos últimos fue la principal condición impuesta por Estados Unidos], y que buscaría regular el mercado mundial del grano mediante el control de las exportaciones y la estabilización de los precios. Este Convenio [que entraría en vigor hasta el 1 de septiembre de 1963] se renovaría otras tres veces en 1968, 1976 y 1983, experimentando interrupciones o siendo objeto de prórrogas (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:380; Renard, 1993:30-32; Renard, 1999:99, 100, 103).

El mismo año [1962] y con sede en Londres, a la par del CIC se creó la Organización Internacional del Café [OIC] para encargarse de realizar los estudios técnicos pertinentes y servir de foro de negociación entre los países miembros en temas como: equilibrio oferta-demanda, reducción de excedentes y fomento del consumo. De igual manera, se estableció su funcionamiento por medio del Consejo Internacional del Café, la Junta Ejecutiva, la Junta Consultiva del Sector Privado, el Director Ejecutivo y el personal de la Secretaría (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:380; Renard, 1993:30; Renard, 1999:102; <http://www.ico.org/ES/governancec.asp>).

El Consejo es la máxima autoridad de la Organización y está integrado por los representantes de todos los países miembros del Convenio, quienes se reúnen por lo general en dos períodos de sesiones anuales, marzo y septiembre. Cada país posee cierto número de votos en función de sus cuotas de mercado [los miembros productores tienen mil votos en total, los miembros importadores

tienen otros mil]. Entre los importadores, Estados Unidos controlaba 300 votos y los países europeos en conjunto 444, a diferencia del voto de los exportadores, el cual estaba muy fragmentado pues se derivaba de mayor número de países [Brasil tenía 190, Colombia 154 y México 59] (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; <http://www.ico.org/ES/governancec.asp>; Portillo, 1993:380; Renard, 1993:31-32; Renard, 1999:102).

En el preámbulo del Convenio, los países signatarios resaltaron la importancia del café para muchas economías que dependen en gran medida del producto para obtener divisas y financiar programas de desarrollo económico y social, por lo que veían necesario fortalecer los vínculos políticos y económicos entre países productores y países consumidores. De igual manera, reconocieron los desequilibrios que se generan entre la producción y el consumo, la acumulación de onerosos excedentes y las fluctuaciones de los precios, por lo que los objetivos del Convenio irían encaminados a resolver estos problemas (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:380; Renard, 1993:33; Renard, 1999:102).

Después de largas deliberaciones se concluyó que el mecanismo central del CIC fuera la limitación de las exportaciones mediante un sistema de asignación de cuotas básicas [una general o global, y otra individual para cada país miembro], las cuales se recortarían o se ampliarían dependiendo de los precios en el mercado y de los niveles de las existencias. Aunque en su momento este mecanismo fue visto como la mejor manera para ordenar y darle equilibrio a ofertantes y demandantes dentro del mercado cafetero, desde el principio casi

todos los miembros admitieron que contaba con defectos y limitaciones (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:381; Renard, 1993:34-35; Renard, 1999:102).

Los convenios permitieron la estabilidad del mercado entre la década de 1962 y 1972 sobre todo gracias a la estrategia de la oferta residual adoptada por Brasil, que se hizo cargo de la mayor parte de las reservas acumuladas por los productores [entre 70 y 90%], aceptando una cuota muy inferior a su capacidad de exportación [entre 30 y 40%]; contrariamente a sus competidores que la mantuvieron o incluso la incrementaron (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Portillo, 1993:382; Renard, 1999:104).

Según la idea original, el CIC funcionaría como una especie de cártel con base en la repartición del mercado y la fijación no competitiva de los precios; aunque la participación de los países consumidores reforzaría esas características al garantizar el respeto de los compromisos de los países miembros y dar una legitimación internacional mucho mayor que la de una acción unilateral de los productores [los países importadores se opusieron en todo momento a toda asociación que los dejara de lado]. En general, la estabilidad del mercado garantizó la seguridad de las inversiones, redujo los riesgos comerciales y limitó la especulación en las bolsas de valores (Portillo, 1993:382; Renard, 1999: 106-108).

No obstante, la estabilidad del periodo 1962-1972 propició de nuevo la sobreproducción en cantidades variables entre los diferentes tipos de café y los

precios comenzaron a descender considerablemente. Hacia 1973, esta situación provocó diversos desacuerdos entre los países productores en lo concerniente a las cuotas de exportación [los mayores afectados eran los centroamericanos y los africanos], y entre éstos últimos y los países consumidores con respecto a la fijación de precios mínimos y máximos. El mercado quedó sin regulación entre 1973 y 1975 (Renard, 1993:47-48).

En ausencia de un acuerdo de regulación, el mercado se rigió por acuerdos especiales y confidenciales [*special deals*] entre los países productores y los consumidores; los precios eran fácilmente manipulables por las grandes empresas trasnacionales y los productores competían entre sí vendiendo a precios muy bajos (Renard, 1993:48-50).

Las fuertes heladas en Brasil, la guerra civil en Angola y las difíciles situaciones internas de Colombia y Uganda, permitieron que en 1976 se firmara y entrara en vigor el tercer CIC, el cual revistió mucha importancia pues se establecieron precios indicativos mínimo y máximo [120 y 140 centavos de dólar/libra], los cuales marcarían la pauta para aumentar o disminuir las cuotas. Desde entonces, el margen de precios se convirtió en el principal objeto de negociación entre los países exportadores y consumidores de café (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Renard, 1993:35,50; Renard, 1999:102).

Nuevos desacuerdos sobre los márgenes de precios y el funcionamiento del sistema de cuotas provocaron otra suspensión del CIC desde finales de 1977 hasta 1980. En este breve lapso, los principales productores latinoamericanos

[Brasil, Colombia y México] impulsaron la creación del PANCAFE, un organismo conformado exclusivamente por países productores que se encargaría de retener la mayoría de los excedentes con el fin de quitarle protagonismo a las especulaciones provocadas por las bolsas de valores [se intentó lo mismo entre 1974 y 1975 a través del denominado Grupo de Ginebra] (Renard, 1993:50-51).

Sin embargo en septiembre de 1980, dentro de la reunión del Consejo de la OIC, los países consumidores encabezados por Estados Unidos condicionaron el restablecimiento del CIC a la desaparición del PANCAFE pues argumentaban prácticas desleales y manipulación de los precios. Liquidada la organización, los tres primeros años de la década de 1980 presentaron fuertes fluctuaciones en los precios (Renard, 1993:52).

En septiembre de 1983 se firmó el cuarto CIC y sus características económicas fueron las siguientes (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>):

- podía entrar en funcionamiento, si era necesario, un sistema de cuotas de exportación encaminado a asegurar la estabilidad de los precios dentro de márgenes establecidos cada año por los miembros exportadores e importadores en las sesiones del Consejo;
- se suspendían las cuotas si los precios subían por encima de determinados niveles, y se restablecían si más adelante descendían los precios;
- el sistema de cuotas funcionaba de manera tal que se tenían en cuenta para la fijación de las respectivas cuotas las exportaciones realizadas en

el pasado y las existencias de café almacenadas en los países miembros exportadores;

- servía de apoyo al sistema de cuotas de exportación un sistema de control obligatorio amparado por un certificado de origen. Esto significó que los países miembros importadores, no podían admitir café procedente de países miembros, a menos que fuese acompañado del correspondiente certificado validado con estampillas de exportación de café emitidas por la Organización. Cuando las cuotas se encontraran en vigor, estaban sujetas a un tope cuantitativo las importaciones procedentes de países no miembros que podían efectuar los miembros importadores y eran objeto de estricta vigilancia las exportaciones a países no miembros;
- se sometían a verificación anual las existencias de arrastre de café de cada uno de los países miembros exportadores, lo cual llevaba consigo el cómputo físico de las existencias almacenadas en centenares de bodegas en los distintos países productores;
- el Consejo había de coordinar las políticas de producción nacionales con miras a lograr un razonable equilibrio entre la oferta y la demanda mundiales; y
- existía un Fondo de Promoción, financiado por los países miembros exportadores, destinado a la promoción del consumo, a través de campañas realizadas en los principales países importadores, en cooperación con el comercio, y se utilizaban los recursos del Fondo para financiar investigaciones y estudios relativos al consumo del café

[encaminados a mejorar su calidad e imagen en general], especialmente en Estados Unidos y Europa.

Las cuotas y el sistema de control estuvieron vigentes, en virtud del Convenio de 1983, hasta febrero de 1986, habiendo sido entonces suspendidas al rebasar los precios del mercado el nivel fijado para ese efecto. De conformidad con las disposiciones del CIC, la Organización siguió desarrollando todas las actividades que son de su incumbencia cuando no están vigentes las cuotas (y no, por consiguiente, las relativas a cuotas y medidas de control). En diciembre de 1986, el descenso de los precios del mercado rebasó el punto fijado para el restablecimiento de los sistemas de cuotas y control. Tras prolongadas negociaciones, tanto el sistema de cuotas como el de control fueron restablecidos el 6 de octubre de 1987 y siguieron en vigor hasta el 4 de julio de 1989 (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>).

De esta manera, el siglo XX se caracterizó por una larga serie de encuentros y desencuentros en torno a la regulación del mercado cafetalero mundial y todos sus actores involucrados. Éste, pasó de ser sostenido por un solo país productor [Brasil] hasta la década de 1930, a ser controlado desde la segunda posguerra por el mayor país consumidor [Estados Unidos] el cual se encargó de generar uno de los organismos multilaterales con mayor peso específico en los mercados internacionales: la Organización Internacional del Café [OIC]. Sin embargo, la competencia indiscriminada inherente a la producción y comercialización de materias primas, como es el caso del café, fueron minando

progresivamente los logros obtenidos hasta finales de la década de 1980. La década de 1990 por el contrario, marcaría el inicio de una nueva etapa para el comercio del aromático.

1.2 La crisis internacional del café.

1.2.1. Antecedentes de la disolución de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café de 1983.

El 4 de julio de 1989, debido a desacuerdos entre los miembros de la Organización Internacional del Café [OIC], las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café [CIC] fueron suspendidas y el mercado del café fue liberado. Tales discrepancias tienen como origen distintos factores (Portillo, 1993:383; Renard, 1999:113):

- La no actualización de las cuotas individuales de exportación en función de las nuevas condiciones de la oferta; esto es, que productores como México e Indonesia, cuya producción se había incrementado en los últimos años, mantenían la misma cuota de exportación, lo que provocó la acumulación de excedentes y la elevación de los costos financieros de las reservas. Por el contrario, Brasil se oponía a cualquier reducción de su cuota, a pesar de que en varias ocasiones tuvo dificultades para cumplir con la misma (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:108-109).
- No eran tomados en cuenta los distintos tipos y calidades del café, ni las tendencias de la demanda [más *arabicas* "suaves", menos *robustas*], en

las cuotas fijadas por el CIC. lo que significó que la baja del precio en el mercado de determinada calidad de café, implicaba automáticamente la baja del precio indicativo y, por tanto, una disminución de la cuota global, sin que ello se tradujera en algún resultado a nivel de la cotización. Los torrefactores ya no podían obtener una calidad determinada que necesitaban, una vez que se habían acabado las cuotas correspondientes, aún cuando los países que la producían siguieran teniendo grandes reservas del tipo o calidad solicitada. En 1988, cuando se prorrogó por un año el último CIC de 1983, se introdujo el principio de la selectividad para los aumentos o las disminuciones de las cuotas. Con todo, el rango de precios previsto por el CIC no permitía una suficiente diferenciación de las retribuciones según la calidad, lo cual no alentaba a los productores a cuidarla (Portillo, 1993:383-384; Renard, 1999:108-109).

- Las alteraciones de la producción surgidas a raíz de los accidentes climáticos en Brasil [helada de 1975, sequía en 1985] hicieron que se dispararan los precios a pesar de los mecanismo previstos por el CIC. Los países consumidores reprocharon su funcionamiento unilateral, ya que el convenio permitió el respeto del precio mínimo, más no del precio máximo. Pero, al ser signatarios del CIC, los países consumidores daban legitimación internacional y reforzaban la garantía de respeto de los compromisos signados por todos los países miembros (Portillo, 1993:382-383; Renard, 1999:109-110).

- Al asegurar precios estables a los productores, el CIC no alentó la diversificación de los cultivos; muy por el contrario, estimuló la sobreproducción del café con la consiguiente acumulación de reservas en los países exportadores, las cuales aumentaron en un 88% de 1980 a 1990. El CIC también frenó la competitividad, pues coexistían tipos de producción y costos muy variados. Además, no permitió la realización de ganancias por productividad en el sector de la transformación post-cosecha, ni el conocimiento de los aspectos comerciales y de mercadeo de la cafecultura, los cuales únicamente Colombia cuidó. Asimismo, las cuotas de exportación asignadas por el CIC a los países productores estuvieron administradas internamente por institutos públicos, lo cual permitía la corrupción y el enriquecimiento ilícito de los funcionarios, a expensas de los productores (Portillo, 1993:382; Renard, 1999:110).
- El principal motivo de desacuerdo por parte de los países consumidores fue la existencia de un mercado paralelo, el "mercado fuera de cuota", donde se comercializaban los excedentes que no se habían vendido en el mercado de cuotas a precios inferiores [hasta un 50% menos que el precio OIC]. Si bien los países productores miembros de la OIC eran los responsables del 99% de la producción mundial de café, el mercado de los países consumidores no miembros de la OIC [los países del norte de África y de Europa del Este] se incrementó hasta alcanzar el 15% del mercado mundial a principios de los años 1980. Una de las razones que argumentó Estados Unidos para no prorrogar las cláusulas económicas del CIC, fue que en el mercado fuera de cuota los productores

colocaban café más barato para los países socialistas (Gresser y Tickell, 2002:18; Pérez-Grovas, 2001:3; Portillo, 1993:383; Renard, 1999:110).

Gracias a este doble mercado se contrabandeaba café comprado a bajo precio por los países no miembros de la OIC, que posteriormente volvía a aparecer en los mercados de los países miembros de la OIC, al doble de su precio. Indonesia, México y los demás países productores de *arabicas* suaves, fueron los principales proveedores del mercado paralelo o fuera de cuota, al contar con gran cantidad de excedentes de su producción que no podían colocar en el mercado de cuotas de la OIC (Portillo, 1993:383; Renard, 1999:110-111).

En suma, fueron tres las causas principales que reflejaron el reparto inadecuado del mercado y una disfunción del sistema en el CIC de 1983: el crecimiento exagerado de las exportaciones fuera de cuota, el alza inesperada de las cotizaciones internacionales y la ampliación diferencial de precios entre las variedades *arabicas* y *robustas* del café. (Portillo, 1993:384).

1.2.2. Las diferentes posiciones de los miembros de la Organización Internacional del Café.

Al final de la década de 1980 las posiciones de los miembros de la OIC, tanto de países consumidores, como de exportadores eran divergentes. Dichas posiciones se señalan a continuación.

Los países importadores.

Por parte de los países consumidores, la Unión Europea deseaba la renovación de las cláusulas económicas del CIC ante la caída de los precios del café robusta y la difícil situación de su zona de influencia africana (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:113).

El mayor consumidor del mundo, Estados Unidos, ideológicamente en contra de los principios de los acuerdos comerciales, se oponía a la renovación de las cláusulas económicas del CIC. No estaba dispuesto a seguir "subsidiando" la economía de los países latinoamericanos [en particular la de Brasil]; condenaba la existencia del mercado fuera de cuota, donde los precios eran inferiores en un 50%; reclamaba una mayor cuota de mercado para los cafés *arabicas* "otros suaves" producidos en su zona de influencia constituida por México y Centroamérica, países con los que pensaba desarrollar relaciones comerciales bilaterales preferenciales que sustituirían así a un Acuerdo multinacional (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:114).

Las posiciones de los países consumidores se pueden entender a través de la conformación de bloques económicos regionales, por tanto, su apoyo fue en favor de los intereses de su zona de influencia. Acorde a la posición de los países importadores se encontraba la de sus respectivas industrias de la torrefacción. Aquellos que no apoyaron la renovación de las cláusulas económicas del CIC, fueron los países cuyas industrias necesitaban un abastecimiento más flexible de cafés "suaves" (Renard, 1999:114).

Entre las empresas de torrefacción partidarias de la liberación del mercado se encontraba, *Kraft-General Food* [comprado por *Philip Morris*], cuya sede se encontraba en los Estados Unidos. En la posición contraria, estando a favor de renovar las cláusulas económicas del CIC, otros torrefactores multinacionales como *Nestlé* [cuya sede social se encontraba en Europa], estimaban que el libre mercado no era una garantía de estabilidad, ni para los precios ni para los volúmenes de café. Apoyaban que los productores tuvieran un precio remunerador para poder asegurar la calidad del producto (Renard, 1999:114).

Con todo y sus diferencias, todos los torrefactores coincidían en un punto: su rechazo a la intervención estatal (Renard, 1999:115).

Los países exportadores.

Por las distintas estrategias macroeconómicas y cafetaleras que los países productores habían adoptado, los países exportadores tampoco tenían una misma opinión con respecto a la renovación de las cláusulas económicas del CIC (Renard, 1999:115).

Brasil jugó un papel importante en la no renovación de las cláusulas económicas del CIC, después de que Estados Unidos exigiera reducir la cuota de exportación brasileña para permitir el incremento de las exportaciones de Colombia y Centroamérica [productores de las variedades "suaves" preferidas por los consumidores estadounidenses]. Los brasileños consideraron que por ser los mayores productores del mundo y debido a la gran demanda que tenía su café *arabica*, por ser el café de base utilizado por los torrefactores para

hacer sus mezclas, sólo obtendrían beneficios de la experiencia del mercado libre. Además, el café ya no poseía la misma importancia en su economía como a principios del siglo XX, ya que gracias a su proceso de industrialización exportaba más productos transformados que materias primas. Del 44% que en 1965 el café representaba del total de recursos de exportación del país, en 1989 su participación disminuyó hasta el 5.2% (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:115).

La posición de Brasil también se explicaba por la ventaja competitiva que representaban las condiciones agronómicas y técnicas del cultivo del café, ya que a partir de 1970 el crecimiento de su producción estuvo basado en la intensificación de su cultivo, caracterizado por las siguientes medidas: eliminación de los cafetos marginales, renovación de los plantíos, introducción de variedades más productivas, incremento de las densidades y de los rendimientos, fertilización química, e incluso tecnificación, irrigación y mecanización en el nuevo estado productor de Minas Gerais. Este nuevo modelo de producción tuvo como consecuencia una mayor competitividad y costos de producción inferiores a los de los competidores. De esta forma, Brasil tenía las condiciones para soportar niveles de precios que ponían fuera de juego a los demás países productores. Su estrategia consistía en apostar a la selección y la concentración del número de productores (Renard, 1999:115-116).

Colombia fue el país que mayor apoyo brindó a la existencia de las cláusulas económicas del CIC y desempeñó un papel mediador en el transcurso de las

negociaciones. Apoyó a los productores, en cuanto a la necesidad de obtener un precio elevado. Para Colombia la posible renovación de las cláusulas económicas del CIC indujo a intensificar y apoyar el cultivo del café, con miras a afrontar la baja de los precios apoyada en el volumen exportado, y de esta forma, obtener un elevado porcentaje de cuota dentro del nuevo convenio. Apostaba a su posición de líder en el mercado mundial, al factor y a la imagen de la calidad de su café (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:116).

Al interior de Colombia, la producción de café era organizada por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [FEDECAFE], la cual necesitaba de precios estables para los productores, ya que gracias al impuesto sobre las exportaciones del café, tenía los recursos necesarios para ejercer su función de redistribución y de apoyo a los cafecultores. Hay que decir, además, que las regiones cafetaleras bajo la influencia de la FEDECAFE, estaban relativamente libres de la violencia del narcotráfico, lo cual brindaba cierta estabilidad política que convenía al gobierno colombiano (Renard, 1999:116).

Los países centroamericanos y México [con excepción de Nicaragua] fueron los aliados de Estados Unidos. Exigían un incremento de sus cuotas de mercado, apoyaban la noción de que las cuotas debían tomar en cuenta tanto la demanda como la oferta, aseguraban que su café tenía alta demanda porque era de mejor calidad que el *arabica* brasileño y de menor precio que el *arabica* colombiano. Cabe recordar que, como ya lo hemos mencionado, estos países junto con Indonesia, fueron los principales proveedores del mercado fuera de cuota. Una de las razones de esta situación, fue que no contaban con los

recursos financieros necesarios para conservar sus excedentes, por tanto, una eventual supresión del sistema de retención les permitiría exportar todos sus excedentes sin recurrir a la ilegal situación del mercado fuera de cuota y a sus bajos precios (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:116-117).

Creían que, ante una posible situación de libre mercado, si hubiese bajos precios éstos podrían ser compensados por el aumento de las cantidades exportadas y confiaban en su proximidad con Estados Unidos, el primer consumidor mundial de café (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:117).

Los países africanos estaban a favor de la renovación de las cláusulas económicas del CIC y del mantenimiento de su cuota, porque su economía estaba sustentada en amplia medida por las exportaciones del café: en 1990, más del 94% de los ingresos de Uganda, 80% de los de Ruanda, 67% de los de Burundi, 60% de los de Etiopía, 30% de los de Costa de Marfil y 30% de los de Madagascar. Aunado a esto, la demanda de café robusta que produce la mayor parte de estos países había disminuido considerablemente. Dadas las circunstancias, no les convenía el escenario del libre mercado ni la libre competencia, sobre todo con los países asiáticos como Indonesia, que producía café robusta y cuya producción aumentaba rápidamente (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:117).

Indonesia tuvo siempre una posición contraria al CIC; fue el principal proveedor mundial del mercado fuera de cuota, lo que contribuyó directamente a la desestabilización del CIC. Demandaba el aumento de sus cuotas de

exportación aún en detrimento de otros exportadores, apoyó la posición de Estados Unidos de no renovación de las cláusulas económicas del CIC. Su producción de café contaba con *arabicas* y *robustas* cultivadas en suelos y climas variados, de las que había mejorado en poco tiempo su calidad. Contaba con modernas infraestructuras portuarias y sólidas instituciones financieras. Al igual que Brasil, en Indonesia la cafecultura constituía una salida para una mano de obra excedente y, por tanto, barata. Además, el gobierno no tasaba las importaciones de café. Todas estas ventajas competitivas le permitían adaptarse rápidamente a las condiciones del mercado (Portillo, 1993:385; Renard, 1999:116-118).

1.2.3 La suspensión de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café de 1983.

Bajo estas circunstancias, a principios de 1989, con motivo de las negociaciones para renovar el CIC de 1983 a punto de expirar legalmente, se presentaron tres propuestas para su reforma del CIC (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113):

1.- Estados Unidos proponía abandonar el sistema de cuotas de exportación, en favor de una gestión multilateral de las existencias nacionales, lo que los productores no podían aceptar (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113).

2.- La Unión Europea propuso el establecimiento de una cuota universal que incluyera tanto las exportaciones del mercado de cuota [58 millones de sacos] como el de fuera de cuota [8 millones de sacos], así como la existencia de tres

tipos de café con precios diferenciados en función de la calidad (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113).

3.- Los países centroamericanos y México exigieron una gestión selectiva del mercado, con tres precios indicativos según las calidades del café (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113).

Con estas tres posiciones, a principios de julio de 1989 los países miembros de la OIC, tras largas negociaciones, convergieron en dos propuestas alternativas sobre el futuro de las cuotas:

Por un lado, Brasil, Colombia, los países africanos, Filipinas y la Unión Europea, proponían la prórroga por dos años del reparto de cuotas que fijó el CIC de 1983, pero con un control riguroso de las exportaciones fuera de cuota y la integración progresiva de los países no miembros de la OIC (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113).

En el otro lado se encontraban las naciones centroamericanas, México, Estados Unidos, Indonesia y algunos otros países consumidores como Canadá y Australia, que reclamaban una nueva asignación de las cuotas que les fuera favorable y la solución inmediata al problema del mercado fuera de cuota (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113).

Ninguna de las propuestas fue aceptada, por lo que el 4 de julio de 1989 se decidió prorrogar el CIC de 1983, pero también suspender sus cláusulas

económicas que limitaban las exportaciones, se dejó atrás la regulación y el mercado fue liberado. La OIC se mantendría como foro de negociación con miras a una futura renovación de las cláusulas económicas del CIC (Portillo, 1993:384; Renard, 1999:113).

1.2.4 La situación tras la cancelación de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café.

Con la cancelación de las cláusulas económicas del CIC se dio una exportación masiva y desorganizada del café desde los países productores, los cuales aprovecharon para deshacerse de sus excedentes de café, lo que resultó en una sobre-oferta del producto y en una caída vertiginosa de los precios. A nivel internacional, estos últimos cayeron en un 40% de su valor entre junio y agosto de 1989 y continuaron descendiendo hasta mediados de 1994. Sin embargo, debido a la disminución de la cosecha en Colombia provocada por la broca del grano y a la ocurrida en las áreas productoras de Brasil con motivo de fuertes heladas entre 1994 y 1997, el mercado fue a la alza. No obstante, a pesar de estos dos picos, los precios internacionales del café han ido a la baja para los países productores, incluso en ocasiones por debajo del coste medio de producción (Gresser y Tickell, 2002:17; Pérez-Grovas, 2001:3; Portillo, 1993:386; Renard, 1999:118).

En esta desorganizada venta de excedentes de café por parte de los países exportadores, lo que ocurrió en realidad fue una transferencia de los inventarios desde éstos hacia los países consumidores, es decir, hacia los negociantes y los industriales de la transformación, por lo que, con el fin del sistema de

regulación y la venta de los excedentes se perdió el control por parte de los países productores sobre los inventarios de café y, por tanto, sobre el mercado y los precios, en beneficio de los negociantes, de los torrefactores y de los corredores y especuladores de los mercados a plazo (Portillo, 1993:386; Renard, 1999:118-119).

En 1990, los ingresos obtenidos por los países productores de café fueron de 10.000 a 12.000 millones de dólares estadounidenses, en tanto que el valor de las ventas al por menor de café, que se da principalmente en países industrializados, fue de 30.000 millones de dólares. Doce años después, en 2002, el valor de las ventas al por menor sobrepasaba los 70.000 millones de dólares, mientras que, por el contrario, los países productores de café habían disminuido sus ingresos a sólo 5.500 millones de dólares. Los precios en los mercados mundiales, que alcanzaban un promedio de 120 centavos de dólar por libra en la década de 1980, cuando aún estaban vigentes las cláusulas económicas del CIC, tal como se ha descrito en el anterior apartado, se situaban, en 2002, en 50 centavos de dólar por libra, que es el nivel más bajo al que han estado en los últimos 100 años (Osorio, 2002:1; Gresser y Tickell, 2002:17; Portillo, 1993:386).

1.2.5 La liberalización del mercado.

De los convenios comerciales sobre materias primas, el CIC fue el último en desaparecer; antes lo habían hecho en 1977 el del azúcar, el del estaño en 1985 y el acuerdo sobre el cacao en 1987. Con George Bush en la presidencia

desde enero de 1989, Estados Unidos continuó como el principal promotor del rechazo a tales convenios y se dedicó a consagrar el libre mercado como ley del comercio internacional, mediante las negociaciones y la firma de los acuerdos generales sobre el comercio [GATT], ahora Organización Mundial del Comercio [OMC], todo ello de acuerdo con la doctrina que establece que el comercio debe regirse libremente por las fuerzas del mercado (Portillo, 1993:388; Renard, 1999:121).

De acuerdo con sus promotores, el libre mercado debe proveer, a mediano plazo, el equilibrio espontáneo de la oferta con respecto a la demanda en torno a un precio que asegure este equilibrio. Esto, en el ámbito del café, supone la eliminación de las plantaciones menos competitivas y con elevados costos de producción, es decir, de los pequeños productores marginales, lo cual tendría como consecuencia una selección y una concentración del sector productivo en manos de los productores más competitivos (Renard, 1999:121).

Dentro de la cadena del café de los países productores, los institutos públicos del café cumplían las siguientes funciones: el prefinanciamiento de la cosecha, la centralización de la oferta de café en grandes cantidades, la elaboración de estadísticas sobre la producción y el comercio nacionales, la asistencia técnica a los productores para la renovación de los plantíos, la intensificación de las prácticas agrícolas y la búsqueda de la calidad (Renard, 1999:126).

El CIC, así como otros convenios de regulación comercial de materias primas, se sustentaba en un pacto entre las instituciones nacionales que regulaban el

comercio dentro de los países productores. A principios de los años 1990, en la llamada época neoliberal, la crisis de la deuda externa redujo la independencia económica de los países productores sujetándolos a las políticas de ajuste estructural impuestas por los organismos financieros internacionales (Renard, 1999:121-122).

Tales ajustes privatizaron o desaparecieron a la mayoría de las instituciones públicas que regulaban el comercio interno en estos países, e igual suerte tuvieron las empresas estatales, todo con el fin de apartar el mercado de la regulación de los Estados y adoptar el modelo económico neoliberal impuesto, que asegura que el mercado ha de regularse por sus propias fuerzas. Los institutos públicos del café fueron parte de ese proceso privatizador, por lo tanto, los productores ya no dispusieron de órganos rectores de la cafecultura capaces de administrar eventuales acuerdos internacionales o defender sus intereses ante los diferentes actores del mercado (Portillo, 1993:388; Renard, 1999:121-122).

1.2.6 Los efectos del neoliberalismo económico en los países productores de café.

Brasil

En Brasil, el Instituto Brasileño del Café fue suprimido mediante un decreto en marzo de 1990. De ahí que, desde entonces, el Estado se haya desligado por completo de la cafecultura, por consiguiente, la cadena del café se ha privatizado siendo el sector dominante el de los exportadores.

Colombia

En Colombia, a pesar de que la FEDECAFE no desapareció, ya que no es una institución pública sino un órgano de los cafeticultores, se ha visto obligada a reducir los precios de compra y los subsidios a los productores, y a suprimir los créditos destinados a la renovación de los cafetos. La razón es que sus fondos provienen de la cesión, por parte del Estado [bajo contrato], de los aranceles de exportación, y el gobierno ya no está dispuesto a apoyar a la caficultura, cuyo porcentaje dentro de las exportaciones totales del país ha disminuido en gran medida, restándole a la caficultura importancia dentro de la economía del país. Por ello, desde 1987, el gobierno le ha reducido a la FEDECAFE su peso político y económico, restándole puestos en los órganos de decisión económica y obligándole a privatizar su compañía marítima y el Banco del Café de su propiedad. Como resultado de estos cambios, el número de exportadores privados se ha incrementado, como en el resto de los países productores. (Renard, 1999:124-125).

Guatemala

En Guatemala, la Asociación Nacional de Café [ANACAFE], que representaba al país en las negociaciones con el CIC, ha tenido un detrimento de sus funciones por la supresión de las cláusulas económicas del CIC (Renard, 1999: 125).

Nicaragua

En Nicaragua, con el gobierno neoliberal de la presidenta Violeta Chamorro apoyada por los Estados Unidos, la Empresa Nacional del Café [ENCAFE], organismo creado por el gobierno sandinista y que detentaba el monopolio de la comercialización, pierde su posición preponderante ante las nuevas sociedades de exportadores privados. Los intermediarios-usureros que compran el café a los pequeños productores, y que habían sido eliminados por la nacionalización sandinista, han vuelto a la escena de la cadena del café (Chomsky, 1990; Renard, 1999:125).

El Salvador

En El Salvador, mediante el programa de liberalización contenido en el plan de "Desarrollo Económico y Social 1989-1994", se ha liberado el comercio interno y externo del café, dejando atrás la centralización estatal que detentaba el Instituto Nacional del Café [INCAFE] (Renard, 1999:126).

Honduras

En Honduras, el Instituto Hondureño del Café [INHCAFE], si bien no participaba en la exportación directa del café, sí tenía su control y distribuía internamente la cuota del CIC. Con los cambios del sistema económico y la suspensión de las cláusulas económicas del CIC, su papel actual se limita al registro de las licencias de exportación (Renard, 1999:126).

Países Africanos

En los países africanos, con excepción de Costa de Marfil, la mayor parte de las comisiones de mercadeo y los fondos de estabilización han sido desmantelados; el mercado ha sido liberalizado en Madagascar, Burundi, Camerún, Ruanda, Uganda y Etiopía (Renard, 1999:126).

México

En este contexto, en México, desde la caída de los precios de 1987, el Instituto Mexicano del Café [INMECAFE] tuvo graves problemas financieros y su credibilidad cayó ante los pequeños productores. Desde años anteriores, su lentitud burocrática, el retardo en los pagos y la falta de transparencia en la administración de las ganancias, habían originado malestar en algunos grupos de productores, lo que había alentado la formación de organizaciones independientes de pequeños cafecultores que exigían una mayor parte de los precios de venta en las exportaciones, así como la apropiación del proceso productivo (Renard, 1999:122).

En 1989, se anunció el retiro estatal de la cafecultura mexicana bajo la presión del Banco Mundial, siendo el primer año del sexenio presidencial de Carlos Salinas. El INMECAFE comenzó a desligarse desde ese año de la comercialización de la cosecha, dejando el camino abierto a los intermediarios y a los exportadores privados. Tras la disipación del INMECAFE en 1993, se creó el Consejo Mexicano del Café; organismo mixto e interprofesional de concertación entre los distintos actores involucrados en la cadena del café: las Secretarías de Agricultura y de Comercio [esta última hoy incorporada a la

Secretaría de Economía], los gobiernos de los estados productores, los representantes de los organismos de pequeños productores y los presidentes de las asociaciones de exportadores y de industriales. El Consejo tiene poco que ver con la política cafetalera, la cual depende casi en su totalidad de las decisiones macroeconómicas nacionales y de los compromisos internacionales que se derivan del Tratado de Libre Comercio de América del Norte [TLCAN] (Renard, 1999: 122-123).

Por lo anterior, en el escenario del libre mercado, con la ausencia del INMECAFE, con la función del acopio del café en manos de los intermediarios privados, la quiebra de numerosos exportadores locales y la descapitalización del sector; se impone la penetración del capital trasnacional en las etapas preliminares de la cadena del café, así como la sustitución de los intermediarios locales por agentes que trabajan directamente para los comerciantes internacionales, como son: *Volcafé*, *Atlantic Coffee* y *Neumann Gruppe* (Renard, 1999:123-124).

1.2.7 La Organización Internacional del Café de 1990 a la actualidad: el café hoy.

A partir de 1990, al no renovarse en julio de 1989 las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café de 1983, la Organización Internacional del Café establece por acuerdo entre sus miembros, y sin fines de crear un sistema que regule los precios del café, el Convenio Internacional del Café de 1994 con una prórroga, y el Convenio Internacional del Café de 2001 con tres prórrogas.

El texto del Acuerdo más reciente, que es el de 2007, fue aprobado por el Consejo en septiembre de 2007. Entrará en vigor una vez que los Gobiernos Signatarios que representen dos tercios de los votos de los Miembros exportadores y dos tercios de los votos de los Miembros importadores, hayan depositado sus respectivos instrumentos de ratificación, aceptación o aprobación. Cabe decir, que México ha ratificado su adhesión formal al Acuerdo Internacional del Café de 2007 en abril del año 2010, además de que para el ciclo cafetalero 2009-2010, los miembros de la OIC eligieron a México para presidir el Consejo Internacional del Café en la persona de Rodolfo Trampe Taubert, coordinador ejecutivo de la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>; Muñoz, 2010:37).

1.2.8 El Acuerdo Internacional del Café de 2007.

El Acuerdo Internacional del Café de 2007, el séptimo tratado cafetero desde 1962, fue convenido por los 77 países Miembros del Consejo Internacional del Café reunidos en Londres, siendo aprobado el 28 de septiembre de 2007. El Acuerdo fue oficialmente adoptado por el Consejo en virtud de la Resolución Número 431. Dicho Acuerdo fortalecerá las funciones de la OIC como foro para consultas intergubernamentales, facilitará el comercio internacional mediante al aumento de la transparencia y del acceso a la pertinente información, y fomentará una economía cafetera sostenible en beneficio de todos los interesados, y en especial, de los pequeños caficultores en los países productores de café (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>).

El objetivo general del Acuerdo es fortalecer el sector cafetero mundial y promover su expansión sostenible en un entorno basado en el mercado para beneficio de todos los participantes en el sector (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>).

El nuevo Acuerdo es un importante instrumento para la colaboración en el desarrollo y proporcionará el marco jurídico para las actividades básicas que emprenderá la Organización en el futuro. Unos 15 de los 45 Miembros exportadores de la OIC son países menos adelantados, con bajo ingreso y elevada vulnerabilidad económica, y los 25 millones de pequeños caficultores y sus familias, que producen el 70% del café mundial, se ven particularmente afectados por las fluctuaciones de los precios del mercado y los desequilibrios entre la oferta y la demanda. En el Preámbulo se reconoce específicamente la contribución que hará un sector sostenible del café al logro de objetivos de desarrollo convenidos internacionalmente, incluidos los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en especial con respecto a la erradicación de la pobreza (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>).

Entre las innovaciones más importantes cabe indicar un nuevo Capítulo sobre el desarrollo y la financiación de proyectos de desarrollo cafetero y el establecimiento de un Foro Consultivo sobre Financiación del Sector Cafetero, en respuesta a la necesidad de un mayor acceso a información sobre temas relacionados con la financiación y la gestión del riesgo del sector cafetero,

dando particular importancia a las necesidades de los productores en pequeña y mediana escala. La gama de datos estadísticos será ampliada, con lo que aumentará la transparencia del mercado, y un nuevo Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado se ocupará de actividades que incluirán campañas de información, investigación, creación de capacidad y estudios relacionados con la producción y el consumo de café (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>).

El Acuerdo de 2007 tendrá una duración de diez años y podrá ser prorrogado por ocho años más. El 25 de enero de 2008 el Consejo aprobó la Resolución Número 436, en virtud de la cual se designa Depositario del Acuerdo Internacional del Café de 2007 a la Organización Internacional del Café (<http://www.ico.org/ES/historyc.asp>).

1.2.9 El café hoy.

El café es de gran importancia en la economía mundial. Es uno de los productos primarios con más valor en el mercado, segundo durante muchos años después del petróleo como fuente de divisas para los países en desarrollo. El cultivo, procesamiento, comercio, transporte y comercialización del café proporciona empleo a millones de personas en todo el mundo. El café tiene una importancia crucial para la economía y la política de muchos países en desarrollo; para muchos de estos países, las exportaciones de café representan una parte sustancial de sus ingresos en divisas, en algunos casos más del 80%. El café es un producto básico que se comercializa en los

principales mercados de materias primas y de futuros, de forma específica la variedad *robusta* se cotiza en Londres y la *arabica* en Nueva York.

Hay que agregar, que los pequeños productores obtienen en torno al 75% del café mundial. Sin embargo, la volatilidad del mercado y las condiciones desfavorables del comercio, junto con un acceso inadecuado a las infraestructuras, recursos financieros e información sobre los mercados, privan a millones de familias rurales de un medio de vida sostenible. La situación actual del mercado del café sigue minando el desarrollo en la mayoría de los países productores, lo cual refleja la necesidad de abordar la crisis mundial de los productos básicos con un mayor compromiso por parte de todos los involucrados. La crisis del café ha afectado especialmente a los pequeños agricultores y a los trabajadores agrícolas. Su situación les ha llevado a la inmigración y a una producción creciente de cultivos ilegales, lo cual ha derivado en un círculo vicioso de inestabilidad social a nivel local y regional (Gresser y Tickell, 2002:3).

1.3 La producción y el consumo de café a nivel mundial.

1.3.1 Países productores-exportadores.

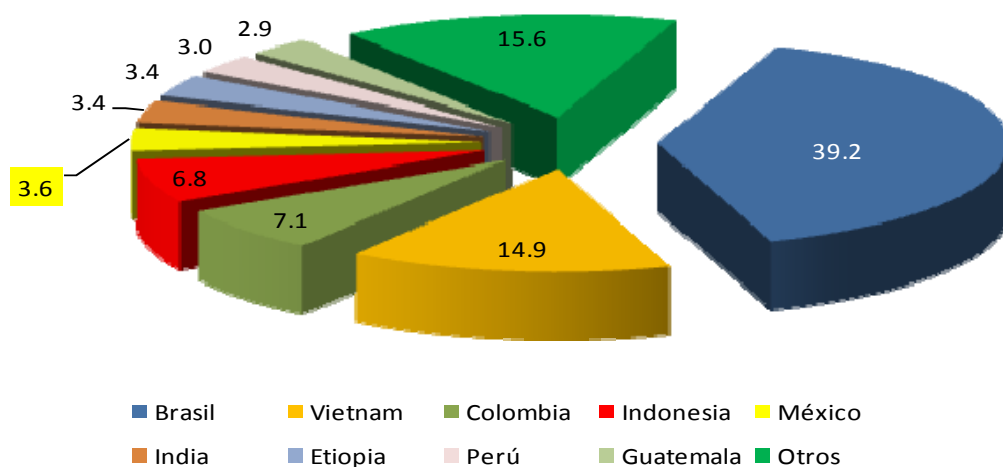
Como se mencionó en apartados anteriores, el café se cultiva en el amplio cinturón tropical y subtropical alrededor del ecuador, el cual incluye algunos de los países de menor desarrollo económico.

A nivel mundial, el café representa la segunda materia prima de importancia en los mercados internacionales, sólo superado por el petróleo. Por eso, desde los inicios de su explotación comercial ligada al colonialismo, la producción ha sido orientada a la exportación, ya sea en sacos o en quintales², y no al consumo interno (Martínez Morales, 1996:133).

En la actualidad, el aromático se produce en más de 70 países alrededor del mundo, sin embargo, los más importantes son miembros de la Organización Internacional del Café [OIC], y en conjunto representan el 98% de la producción mundial de café crudo o Verde/Oro (Rivas, 2008:4; Trampe Teubert, 2010, Conferencia no publicada).

² Un Saco equivale a 60 kg. de café Verde/Oro, mientras que un Quintal [Qq] es equivalente a 46 kg. de café Verde/Oro. (Trampe Teubert, 2010, Conferencia no publicada).

Gráfico 1. PRODUCCIÓN MUNDIAL Y PAÍSES PRINCIPALES
(Participación en porcentajes)



(Miles de sacos de 60 kg de café verde/oro)

Posición	País	Ciclo	Participación
		2008/2009	(%)
1	Brasil	50,000	39.2
2	Vietnam	19,000	14.9
3	Colombia	9,000	7.1
4	Indonesia	8,638	6.8
5	México	4,650	3.6
6	India	4,372	3.4
7	Etiopía	4,350	3.4
8	Perú	3,874	3.0
9	Guatemala	3,730	2.9
10	Otros	19,886	15.6
Total		127,500	100

Fuente: Conferencia no publicada "El Café de México en el contexto Internacional" (24 de Marzo de 2010) con base en datos de la Organización Mundial del Café.

Cuadro 1. Países miembros exportadores incluidos en el Convenio Internacional del Café 2001 (hasta el 1 de Octubre de 2009)³.

ÁFRICA	AMERICA	ASIA Y OCEANÍA
Angola (R)	Bolivia (A)	Filipinas (R/A)
Benín (R)	Brasil (A/R)	India (A/R)
Burundi (A/R)	Colombia (A)	Indonesia (R/A)
Camerún (R/A)	Costa Rica (A)	Papúa Nva Guinea (A/R)
Costa de Marfil (R)	Cuba (A)	Tailandia (R)
Etiopía (A)	Ecuador (A/R)	Vietnam (R)
Gabón (R)	El Salvador (A)	
Ghana (R)	Guatemala (A/R)	
Guinea (R)	Haití (A)	
Kenia (A)	Honduras (A)	
Madagascar (R/A)	Jamaica (A)	
Malawi (A)	México (A)	
Nigeria (R)	Nicaragua (A)	
Rep. Centroafricana (R)	Panamá (A)	
Rep. del Congo (R)	Paraguay (A)	
Rep. Dem. Congo (R/A)	Rep. Dominicana (A)	
Ruanda (A)	Venezuela (A)	
Tanzania (A/R)		
Togo (R)		
Uganda (R/A)		
Zambia (A)		
Zimbabue (A)		

*Las especies cultivadas en cada país aparecen en negritas y entre paréntesis: **A** para *arabica* y **R** para *robusta*.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Organización Internacional del Café (<http://www.ico.org/listmembers.asp>. Descarga: Abril 2010).

Desde principios del siglo XX y hasta el inicio de la década de 1990, los grandes productores habían sido Brasil y Colombia; sin embargo, Brasil perdió gran parte de sus cosechas a consecuencia de las heladas de mediados de los años 1990s, situación que permitió la entrada decidida de Vietnam al mercado cafetalero, que durante esos años ofrecía precios muy bajos por el grano, incrementando su producción considerablemente y posicionándose desde 2001

³ El Convenio Internacional del Café 2001 incluye a 45 países miembros exportadores. (<http://www.ico.org/listmembers.asp>. Descarga: Abril 2010).

como la segunda potencia exportadora. Lo anterior se sumó a los cambios tecnológicos dentro de la industria del café, que permitieron una utilización cada vez mayor de café *robusta* [proveniente de Vietnam y los países africanos] en las mezclas del café *arabica*, sin alterar el sabor de éste último (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2007:7).

Las cifras y estimaciones sobre la producción mundial de café varían de una fuente estadística a otra, existiendo en ocasiones diferencias considerables. Sin embargo, para la realización de este trabajo se tomó en cuenta la información estadística compilada por la Organización Internacional del Café [OIC], la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos [USDA]; debido a que consideramos que son los organismos que cuentan con la información más expedita y actualizada concerniente al café.

Por ejemplo, la Organización Internacional del Café [OIC] y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos [USDA], coinciden en que la producción de *Coffea arabica* del mes de octubre de 2009 a nivel mundial [cuando comienza la campaña de comercialización 2009/2010] descendió considerablemente, pues fue de tan sólo 544 000 sacos de 60 kg., equivalentes a la mitad de las campañas 2003/2004 y 2007/2008 (<http://www.ico.org/prices/po.htm>; USDA, 2009:1).

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], prevé que la producción mundial de café tendrá un

crecimiento de 0.5% anual entre 1998-2000 y 2010, comparado con el 1.9% del decenio anterior. A finales de 2010 la producción mundial debería ascender a 7 millones de toneladas [117 millones de sacos] frente a los 6.7 millones de toneladas [111 millones de sacos] en 1998-2000. Por su parte, las exportaciones mundiales netas de café alcanzarían los 5.5 millones de toneladas [92 millones de sacos] (FAO, 2004:68-69).

En el Cuadro 2, se puede observar la distribución geográfica de los principales países exportadores de café, así como la evolución de sus producciones en el quinquenio 2004-2009.

**Cuadro 2. Producción total de los principales países productores
2004-2009**

Región/País	Período Cosecha	Producción anual (miles de bolsas)					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009
América Latina y el Caribe							
Bolivia	Abr-Mar	165	135	157	139	136	142
Brasil	Abr-Mar	39 272	32 944	42 512	36 070	45 992	39 470
Colombia	Oct-Sep	11 573	12 564	12 541	12 504	8 664	9 000
Costa Rica	Oct-Sep	1 887	1 778	1 580	1 791	1 320	1 462
Cuba	Jul-Jun	154	125	100	70	127	120
Ecuador	Abr-Mar	938	1 120	1 167	1 110	691	813
El Salvador	Oct-Sep	1 437	1 502	1 371	1 621	1 547	1 065
Guatemala	Oct-Sep	3 703	3 676	3 950	4 100	3 785	3 500
Haití	Jul-Jun	365	356	362	359	359	350
Honduras	Oct-Sep	2 575	3 204	3 461	3 842	3 450	3 527
Jamaica	Oct-Sep	21	34	40	20	32	30
México	Oct-Sep	3 867	4 225	4 200	4 150	4 651	4 200
Nicaragua	Oct-Sep	1 130	1 718	1 300	1 700	1 615	1 686
Panamá	Oct-Sep	90	176	173	176	153	170
Paraguay	Abr-Mar	26	45	20	28	22	21
Rep. Dominicana	Jul-Jun	491	310	387	465	645	500
Venezuela	Oct-Sep	1 327	1 506	1 571	1 520	930	850

Cuadro 2 (Continuación)

Región/País	Período Cosecha	Producción anual (miles de bolsas)					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009
África							
Angola	Abr-Mar	15	25	35	36	38	13
Benín	Oct-Sep	0	0	0	0	0	0
Burundi	Abr-Mar	437	285	387	209	388	160
Camerún	Oct-Sep	727	849	836	795	750	690
Costa de Marfil	Oct-Sep	2 301	1 962	2 847	2 598	2 353	1 850
Etiopía	Oct-Sep	4 568	4 003	4 636	4 906	4 350	4 500
Gabón	Oct-Sep	0	1	1	0	1	1
Ghana	Oct-Sep	16	20	29	31	27	25
Guinea	Oct-Sep	316	525	473	323	394	375
Kenia	Oct-Sep	736	660	826	652	572	750
Madagascar	Abr-Mar	522	599	587	614	726	467
Malawi	Abr-Mar	21	24	17	19	22	10
Nigeria	Oct-Sep	45	69	51	42	51	40
Rep. Centrafricana	Oct-Sep	45	39	87	70	79	75
Rep. del Congo	Jul-Jun	3	3	3	3	3	3
Rep. Dem. del Congo	Oct-Sep	360	336	378	416	399	425
Ruanda	Abr-Mar	450	288	397	218	364	250
Tanzania	Jul-Jun	763	804	822	810	1 186	667
Togo	Oct-Sep	166	140	134	125	138	140
Uganda	Oct-Sep	2 593	2 159	2 700	3 250	3 200	3 000
Zambia	Jul-Jun	110	103	56	61	35	27
Zimbabue	Abr-Mar	120	66	45	31	25	27
Asia							
Filipinas	Jul-Jun	252	309	298	431	285	675
India	Oct-Sep	4 592	4 396	5 158	4 460	4 371	4 827
Indonesia	Abr-Mar	7 536	9 159	7 483	7 777	9 350	10 632
Tailandia	Oct-Sep	884	999	766	653	675	930
Vietnam	Oct-Sep	14 370	13 842	19 340	16 467	18 500	18 000
Oceanía							
Papúa Nva Guinea	Abr-Mar	998	1 268	807	968	1 028	1 003
Otros*							
		4 095	3 112	5 048	3 767	4 659	4 145
PRODUCCION MUNDIAL TOTAL		116 062	111 464	129 138	119 396	128 086	120 613

*Países productores con cierta relevancia, no pertenecientes a la Organización Internacional del Café [OIC]: Guinea Ecuatorial, Guyana, Laos, Liberia, Perú, Sierra Leona, Sri Lanka, Timor Oriental, Trinidad y Tobago, y Yemen.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la OIC (<http://www.ico.org/prices/po.htm>). Descarga: Mayo 2010), la FAO (FAO, 2004:71, 73-75) y el USDA (USDA, 2009:3-6).

El documento de la FAO titulado “Perspectivas a plazo medio de los productos básicos agrícolas: Proyecciones al año 2010”, en su apartado del café, arroja la siguiente información por regiones, para finales del año (FAO, 2004:68-69):

- **América Latina y el Caribe**

Seguirá consolidándose como la principal región productora de café en el mundo, no obstante, la tasa de crecimiento anual de la región disminuirá, ya que pasará, según proyecciones de la FAO, del 1.7% del decenio 1989-1997 al 0.4% anual para finales de la presente década. Su producción debería ser de 4 millones de toneladas [67 millones de sacos] a finales de este 2010, frente a los 4.2 millones de toneladas [70 millones de sacos] registradas en 1998-2000. Con una exportación de 2.9 millones de toneladas [48 millones de sacos], seguiría siendo la principal región exportadora, aunque las exportaciones netas disminuirán al 0.5% anual.

Resulta sumamente reveladora la situación que enfrentarán a final de 2010 los dos gigantes de la región, Brasil y Colombia. El primero presentaría un decrecimiento desde los 2.1 millones de toneladas [35 millones de sacos] a 1.3 millones de toneladas [22 millones de sacos] a finales de año, debido al desgaste de las plantaciones masivas de finales de la década de 1980, y a la falta de interés en la replantación [los altibajos de los precios durante los últimos 20 años desesperanzaron a muchos].

En cuanto al segundo, su producción tendrá una tasa anual de crecimiento de 0.7% hasta finales de año, y llegará a 747 000 toneladas [13 millones de sacos], debido al crecimiento de sus plantaciones en respuesta al impulso de la demanda de los cafés dulces colombianos, que obtuvieron sobrepuestos respecto de otros *arabicas*.

En el caso de México, se estima que su producción alcanzará las 273 000 toneladas [5 millones de sacos] a finales de 2010, situación que lo terminará distinguiendo entre los países centroamericanos, ya que es el único que mantendrá su producción igual con respecto a la década anterior.

- **África**

Su producción de café ha aumentado anualmente en 1.5% desde mediados de la década de 2000, reflejando principalmente aumentos en los rendimientos y no una expansión de la superficie cultivada. Su producción aumentaría de 961 000 toneladas [16 millones de sacos] en 1998-2000 a 1.1 millones de toneladas [19 millones de sacos] a finales del año 2010. Su tasa anual de crecimiento de las exportaciones será de 1.6%, situándose en un millón de toneladas [17 millones de sacos] y representando el 18% de las exportaciones mundiales.

Entre los países que registrarían este 2010 las mejores tasas de crecimiento productivo se encuentran: Etiopía [mayor país productor de café *arabica* continental] con 1.6%, igual a 207 000 toneladas [3 millones de sacos]; Costa de Marfil con el 3.8%, 217 000 toneladas [3,6 millones de sacos]; Kenia [mayor productor continental de cafés dulces colombianos] con 1.1%, equivalente a 88 000 toneladas [1,5 millones de sacos]; y Uganda [país con los rendimientos más altos del continente] con 0.7%, situándose a finales de año en 220 000 toneladas [4 millones de sacos].

- **Asia**

Su producción que registra un crecimiento anual de 2.1% a mediados de la presente década, a finales de 2010 ascendería a 1.7 millones de toneladas [29 millones de sacos]. Sus disponibilidades exportables aumentarían a 1.5 millones de toneladas [24 millones de sacos] en 2010, correspondiéndole el 27% de las exportaciones mundiales de café.

Los países con mayor crecimiento productivo serían: Indonesia [que a finales de año quedaría como el mayor país productor de la región] le correspondería el 1.7% con 654 000 toneladas [11 millones de sacos]; Vietnam con el 2.0%, equivalente a 561 000 toneladas [9 millones de sacos]; e India con 3.1% anual, llegando a 409 000 toneladas [7 millones de sacos].

- **Oceanía**

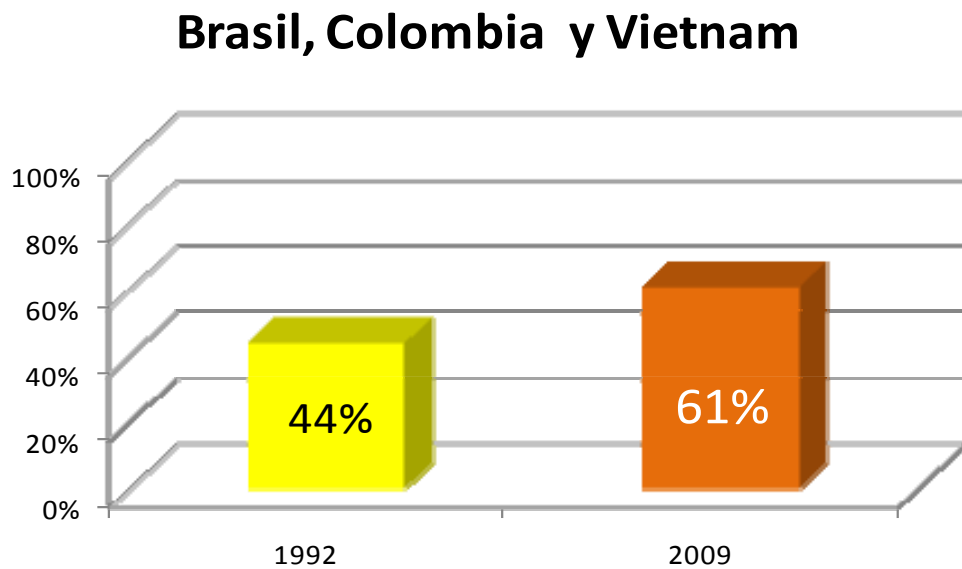
Sus disponibilidades exportables aumentarán en un 7.3%, alcanzando las 150 000 toneladas [2.5 millones de sacos], alrededor de un 3% de las disponibilidades mundiales exportables. Papúa Nueva Guinea, único país productor importante de la región, desde el decenio de 1980 tuvo una producción relativamente estable, la cual debería llegar a 150 000 toneladas [3 millones de sacos] en 2010.

Con relación al consumo en los países productores y en vías de desarrollo, la FAO prevé un aumento de 1.7 millones de toneladas [29 millones de sacos] en 1998-2000 a 1.9 millones de toneladas [32 millones de sacos] en 2010, con una tasa de crecimiento anual de 1,3%, y su participación en el mercado mundial pasaría del 26% al 28% en 2010. La tasa de crecimiento superior prevista en comparación con los países desarrollados se debe sobre todo al incremento de los ingresos y al crecimiento demográfico en los países en vías de desarrollo, entre los cuales el consumo mayor seguiría concentrándose en los principales países productores de café (FAO, 2004:68-69).

La actualidad nos marca que entre los tres principales países productores, Brasil, Vietnam y Colombia, se concentra aproximadamente el 61% de la producción cafetalera mundial, lo que origina que la industria multinacional concentre sus compras en estos tres países. Esta concentración de oferta

obliga a los países productores de café de menor escala [entre los que se encuentra México] a buscar nichos de mercado especializados [orgánicos, especialidad, etc.] (Rivas, 2008:4, 7; Trampe Teubert, 2010, Conferencia no publicada).

Gráfico 2. CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA CAFETALERA GLOBAL



Fuente: Conferencia no publicada “El Café de México en el contexto Internacional” (24 de Marzo de 2010) con base en datos de la Organización Mundial del Café

1.3.2 Países consumidores-importadores.

El café es una bebida que se consume en grandes cantidades alrededor del mundo y más de dos terceras partes de la población mundial gusta del café como bebida (Rivas, 2008:22).

El consumo de café en los países desarrollados tiene su antecedente en el antiguo sistema de dominación colonial que ejercieron sobre los territorios conquistados, el cual hizo posible trasladar los recursos de éstos a la estructura económica de las metrópolis. Ello propició el desenvolvimiento de ciertas costumbres alimenticias y de ingesta de estimulantes en el seno de las capas acomodadas de esas sociedades (Martínez Morales, 1996:10).

Por esa razón es que hoy en día, la demanda de distintas calidades de café se encuentra en función de la tradición cultural de los consumidores. Francia, por ejemplo, posee una predilección añeja por los cafés *robustas*, situación similar a la de los casos de España, Reino Unido y Japón, donde se observa una tendencia hacia un mayor consumo de cafés fuertes, y su demanda se caracteriza por un mayor peso de los *robustas* y *arabicas* no lavados. En cambio, en Estados Unidos, Canadá, Alemania y Suiza existe una fuerte tradición de consumo de mezclas de distintas calidades de café, donde el precio representa un papel importante para establecer la proporción en que participa cada una de las calidades en la mezcla. Sin embargo, estos países tienen cierta predilección también por los cafés suaves (Rivas, 2008:23; <http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>).

La OIC estimó en el periodo 2002 al 2007 que el 75% del consumo mundial de café correspondía a los países importadores y un 25% a los países exportadores y productores. El consumo interno en los países exportadores fue de 1.9 millones de toneladas para el 2007, con un crecimiento de 3.74% para el periodo 2003-2007, mientras que el consumo interno de los países importadores fue de 5.4 millones de toneladas, reportando un crecimiento de 1.60% para el periodo 2003-2007 (Rivas, 2008:23).

Desde mediados de la década de 1990, se han identificado tres polos principales en cuanto a la demanda mundial del grano: Estados Unidos, los países conformantes de la Unión Europea y Japón.

Estados Unidos. Es el primer mercado del mundo en cuanto a la demanda del aromático con un consumo para 2007 de 1 958.94 toneladas. Esta situación dentro del mercado internacional proviene aproximadamente de la década de 1950, teniendo su cúspide en 1962, para luego disminuir lentamente aunque hasta hoy mantiene la primacía en el mundo (Ver Cuadro 3). Aquí también cabe señalar que este país es un importante *re-exportador* del aromático ya procesado (Rivas, 2008:23; <http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>).

Estados Unidos encabeza, de igual manera, la tendencia decreciente del consumo *per capita*. Para ejemplificar lo anterior, baste hacer una comparación entre el consumo de café y refresco entre 1970 y 2000. Así, en la década de 1970 el consumo de café era de 136.27 litros anuales *per capita* frente a 87.06

litros de refresco; para el año 2000, estas cifras habían cambiado notablemente, teniéndose un consumo de café de 64.35 litros de café por año frente a 200.62 litros de refresco *per capita* en el mismo periodo (Gresser y Tickell, 2002:19).

La composición de sus importaciones también ha cambiado; la participación de los cafés *suaves colombianos* y de los *no lavados* [procedentes de Brasil] disminuyó, en tanto que los *otros suaves* [de México y América Central] y *robustas* [Sudeste asiático], crecieron en los últimos cinco años (<http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>).

Unión Europea. Sus países en conjunto, se han convertido en las últimas tres décadas en los principales soportes del consumo mundial, con más del 40% de las importaciones. El consumo total de café en Europa ha crecido con una tasa promedio de un 3.8% por año, siendo los principales países importadores Alemania, Francia e Italia. Por su parte, el Reino Unido también ha empezado a aumentar su demanda de café debido principalmente a que los jóvenes están reemplazando el consumo del té (<http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>; Véase Cuadro 3).

Con el estancamiento del consumo en Francia a comienzos de la década de 1990, Alemania se consolidó formalmente como el consumidor más importante de la región y segundo en el planeta, realizando el 17% de las importaciones mundiales, gracias a la incorporación de la ex República Democrática Alemana.

Este país compra sobre todo cafés del tipo *suaves* colombianos y los *arabicas no lavados*, con la peculiaridad de que re-exporta, después de tostar, aproximadamente una cuarta parte de sus importaciones, convirtiéndose, con más de 3 millones de sacos, en el sexto exportador del mundo (<http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>).

A semejanza de lo que sucede en Estados Unidos, los niveles actuales de consumo han disminuido en varios países europeos, sobre todo debido a los elevados precios al detalle, a la disminución de los ingresos de los consumidores, a los cambios de preferencias de los jóvenes en materia de bebidas y a veranos excepcionalmente calurosos. Entre estos países figuran Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Dinamarca, Francia y los Países Bajos (<http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>; Martínez Morales, 1996:127).

Japón. En contraste con los dos ejemplos anteriores, Japón ofrece una contratendencia en el consumo del aromático: allí donde la demanda era insignificante hace 20 años (200,000 Qq. al año), se presentó una progresión del 5% anual, ocupando actualmente el quinto lugar de los países importadores, aunque otros autores lo sitúan como el tercer importador mundial, después de los Estados Unidos y Alemania superando, incluso, a Francia e Italia. La demanda de este país está compuesta mayoritariamente por cafés *arabicas no lavados* y *robustas*, aunque también se importa en menor escala café del tipo “*otros suaves*”. Aunque desde el 29 de septiembre de 2009,

no ratificó al Convenio Internacional del Café de 2001, sus principales proveedores en orden de importancia son Brasil, Colombia e Indonesia (<http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>; Renard, 1999:66; <http://www.ico.org/listmembers.asp>).

Cuadro 3. Importaciones generales de los principales países consumidores incluidos en el Convenio Internacional del Café 2001⁴. (Noviembre 2009-Abril 2010)

País	Bolsas de 60 kilogramos					
	Nov 2009	Dic 2009	Ene 2010	Feb 2010	Mar 2010	Abr 2010
Unión Europea	5,632,539	5,119,721	5,298,167			
Alemania	1,635,274	1,635,175	1,586,564	1,685,698	1,828,047	1,632,499
Austria	136,485	115,997	101,773	96,023	129,617	
Bélgica	487,845	522,309	529,450	523,358	552,434	
Bulgaria	50,360	47,074	36,825	42,344	50,749	
Chipre	4,995	6,687	6,170	6,097	6,783	
Dinamarca	78,581	69,988	70,728	71,741	79,195	28,833
Eslovaquia	44,904	29,760	32,986	60,234	59,086	
Eslovenia	19,926	17,594	15,655	11,515	20,020	
España	414,844	332,454	401,630	420,046	412,737	
Estonia	35,371	22,207	21,791	23,839	34,384	20,737
Finlandia	127,567	74,897	87,704	82,410	118,764	
Francia	606,131	572,470	499,661	518,308	617,328	569,766
Grecia	87,164	102,090	83,997	80,932	120,436	
Hungría	61,651	50,407	46,661	41,303	59,273	
Irlanda	10,837	20,005	15,012	11,478	15,441	
Italia	719,336	501,113	779,712	663,426	749,471	
Letonia	11,978	7,423	9,678	14,034	11,116	14,065
Lituania	37,316	29,033	21,586	25,194	30,155	27,759
Luxemburgo	42,159	33,043	22,792	18,544	23,007	30,900
Malta	2,749	517	1,317	641	2,569	1,717
Países Bajos	198,225	210,150	178,813			

⁴ El Convenio Internacional del Café 2001 incluye a 32 países miembros importadores. (<http://www.ico.org/listmembers.asp>. Descarga: Abril 2010).

Cuadro 3 (Continuación)

País	Bolsas de 60 kilogramos					
	Nov 2009	Dic 2009	Ene 2010	Feb 2010	Mar 2010	Abr 2010
Polonia	106,066	98,931	110,487	110,118		
Portugal	74,201	68,141	61,357	60,394	99,373	
Reino Unido	306,871	318,462	311,947	319,114	424,035	377,310
Rep. Checa	86,578	75,141	64,572	78,480	88,830	78,980
Rumania	74,829	50,892	70,165	81,359	79,098	
Suecia	170,297	107,764	129,133	156,119	159,100	
Otros						
Estados Unidos	1,475,117	1,904,543	1,799,800	1,785,778	2,108,943	2,072,232
Japón	377,685	438,365	514,909	515,940	687,146	700,632
Noruega	50,872	57,980	52,061	54,078	65,240	74,604
Suiza	178,375	140,976	151,505	173,776	232,673	178,347
TOTAL	7,714,589	7,661,585	7,816,442			

Los espacios en blanco indican que no se cuenta actualmente con esa información.

Fuente: Elaboración propia con base en OIC (<http://www.ico.org/prices/m5.htm>). Descarga: Mayo 2010), la FAO (FAO, 2004:73, 75-77) y el USDA (USDA, 2009:7).

Las proyecciones indican que el consumo mundial de café aumentará anualmente en 0.4%, de 6,7 millones de toneladas [111 millones de sacos] en 1998-2000 a 6,9 millones de toneladas [117 millones de sacos] a finales de 2010 (FAO, 2004:69).

Si bien la parte correspondiente a los países desarrollados en el consumo mundial de café sufrirá una contracción, seguirá siendo la más importante. Su participación del 75%, con cerca de 5 millones de toneladas [83 millones de sacos], pasará a cerca del 72% proyectado para finales del 2010. Según las proyecciones de la FAO, el consumo de café en los países desarrollados crecerá con un ritmo de 0.1% anual a 5 millones de toneladas [83 millones de sacos] en 2010. En Europa la demanda de café debería aumentar anualmente

en un 0.4%, y ser de 3.1 millones de toneladas [51 millones de sacos] en 2010; la parte correspondiente a la Unión Europea sería de 2.2 millones de toneladas [36 millones de sacos], es decir, el 68% del consumo total en el continente. En Norteamérica la demanda tendrá un crecimiento anual de 1%, reflejando en particular el crecimiento de los ingresos y de la población en la región (FAO, 2004:69).

Los consumos de café *per capita* más altos los registran los países europeos con niveles de 2.29 a 17 kilos por habitante año, muy estables en el tiempo [Luxemburgo, 17.35 kg., Finlandia, 12.03 kg., Noruega, 9.93 kg., Dinamarca, 8.76 kg., Holanda, 8.66 kg., Suecia, 8.22 kg., Suiza, 7.96 kg., Bélgica, Alemania, Austria, Italia y Eslovenia con 6 kg., Grecia y Francia con 5 kg.]. En América, entre los mayores consumidores se encuentran Canadá, 7 kg., Brasil, 5.36 kg. y Estados Unidos, 4.17 kg. También existen otros países con alto consumo como Japón, 3.41 kg. y Argelia, 3.30 kg. (Rivas, 2008:24-25; Véase Cuadro 4).

En general, los países importadores del grano son los que presentan un mayor nivel de consumo *per capita*, mientras que los productores y exportadores [exceptuando notablemente a Brasil y modestamente a Costa Rica, como se observa en el Cuadro 4], registran bajos consumos. Resalta el caso de Vietnam, segundo exportador mundial, cuyo consumo asciende a menos de un kg./hab., inclusive inferior al promedio mundial que se calcula en 1.2 kg./hab. (Rivas, 2008:25).

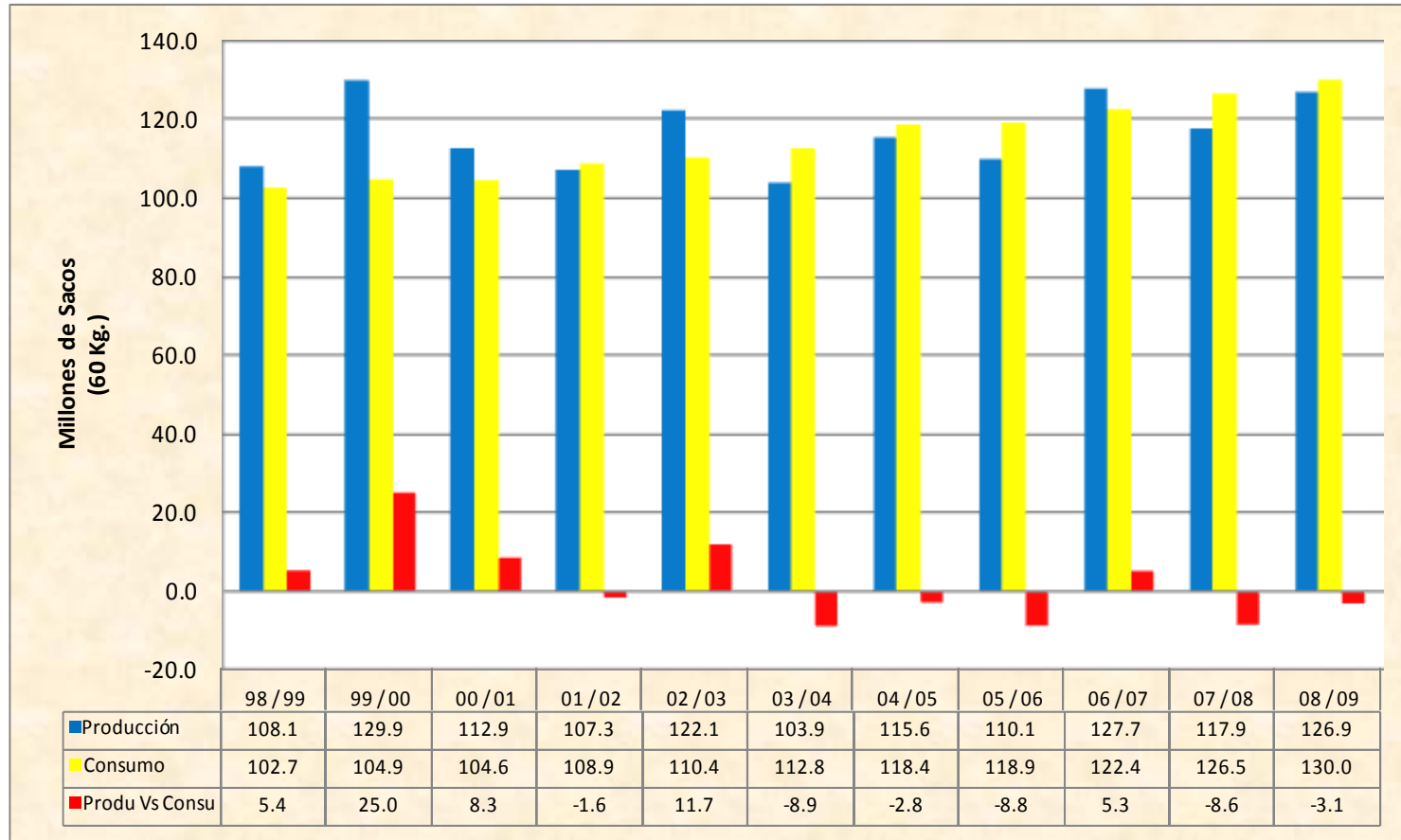
Cuadro 4. Consumo *per cápita* de café al año en los principales países productores y consumidores (2002-2007)

Región/País	Kilogramos por persona por año					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
PRODUCTORES						
América Latina y el Caribe						
Brasil	4.6	4.7	4.9	5.0	5.2	5.3
Colombia	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
Costa Rica	3.3	3.9	5.2	5.0	4.4	3.8
El Salvador	1.4	1.4	1.6	1.8	2.0	1.9
México	0.9	0.9	0.9	1.0	1.1	1.2
África						
Camerún	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Costa de Marfil	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0
Etiopía	1.5	1.5	1.4	1.4	1.4	1.3
Kenia	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Uganda	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Asia						
Filipinas	0.6	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7
India	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Indonesia	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Tailandia	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Vietnam	0.4	0.4	0.4	0.4	0.6	0.7
CONSUMIDORES						
Asia						
Japón	3.4	3.2	3.4	3.4	3.5	3.3
Europa						
Alemania	6.7	6.7	7.5	6.1	5.5	6.4
Finlandia	11.0	11.3	11.7	12.6	11.8	12.0
Francia	5.7	5.3	4.8	4.6	4.7	5.4
Italia	5.4	5.7	5.6	5.7	5.4	5.9
Luxemburgo	8.9	9.3	7.8	6.9	6.6	6.8
Suecia	8.2	7.9	8.2	7.8	7.8	8.2
Suiza	6.3	7.3	5.9	8.7	8.2	7.9
Norteamérica						
Canadá	4.4	4.1	5.2	5.2	5.7	6.5
Estados Unidos	4.0	4.1	4.2	4.1	4.0	4.2
MUNDIAL	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.3

Fuente: Elaboración propia con base en datos del World Resources Institute/Earth Trends (http://earthtrends.wri.org/searchable_db/results.php?years=-1&variable_ID=294&theme=6&cID=205&cclD=0). Descarga: Mayo 2010)

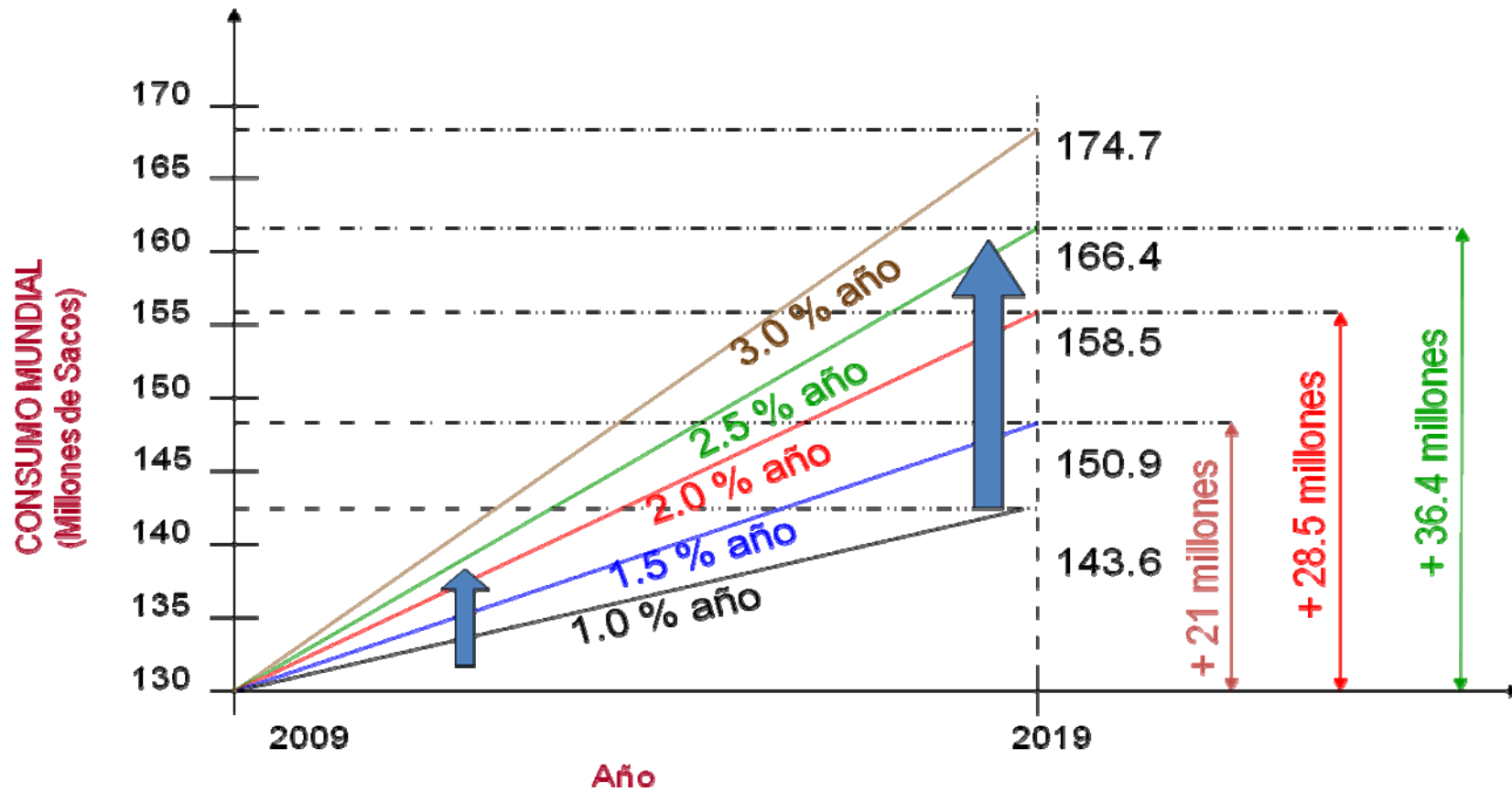
Como se mencionó anteriormente, los últimos quince años han mostrado una baja, lenta pero constante, en el consumo *per capita* en los países consumidores, la cual ha sido explicada por cambios en los hábitos alimenticios derivados de la modernización tecnológica en la fabricación de alimentos y en el aumento del consumo de bebidas frías; por la disponibilidad de mejores sistemas de calefacción, y principalmente por la difusión de algunos supuestos efectos nocivos de la cafeína. Sin embargo, de manera paradójica, las importaciones de café por parte de los principales países compradores han aumentado en el mismo período debido a la utilización cada vez mayor de la cafeína y extracto de café en las industrias refresquera, farmacéutica y de saborizantes; esta situación se espera que se incremente en la próxima década como lo indican los Gráficos 3 y 4 (Martínez Morales, 1996:127; <http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>).

Gráfico 3. LA ECONOMÍA CAFETALERA MUNDIAL: Producción vs Consumo



Fuente: Conferencia no publicada “El Café de México en el contexto Internacional” (24 de Marzo de 2010) con base en datos de la Organización Mundial del Café

Gráfico 4. INCREMENTO ESTIMADO DEL CONSUMO MUNDIAL



Fuente: Conferencia no publicada "El Café de México en el contexto Internacional" (24 de Marzo de 2010) con base en datos de la AMECAFE (Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C.)

1.3.3 La cadena del mercado del café.

Aunque existen grandes propietarios de tierras y enormes plantaciones dirigidas por empresas de gran envergadura, el café se cultiva primordialmente por pequeños productores. Éstos realizan la primera etapa de la transformación del aromático.

Después de la cosecha, la cual depende del clima y la fertilidad de la tierra [los frutos maduran generalmente en un periodo de 6-8 meses en el caso del *arabica* y 9-11 meses en el caso del *robusta*], el café pasa por varias fases de transformación; como señalamos anteriormente, la primaria se hace en el país de origen antes de ser exportado. Lo que se hace en el sitio de producción es la separación de la piel y de la pulpa de la fruta, liberando el grano de café, a través de dos formas diferenciadas entre sí según si se emplea agua o no en su procesamiento: el método seco [café no lavados] y el método húmedo [café lavados]. El resultado de ambos procesos es el denominado café crudo, generalmente denominado café *Verde* u *Oro* (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2007:11; http://www.nodo50.org/espanica/p_cafe.php).

El método seco, más sencillo y barato, se aplica a semillas de menor calidad, principalmente en lugares con mucho sol; se trata del método más antiguo utilizado por los árabes. El grano *arabica* de Brasil se procesa por este método, consistente en extender los frutos en capas delgadas para que se sequen al sol

durante tres ó cuatro semanas, rastrillándolos de vez en cuando, hasta que la pulpa quede desecada. En ese momento, se procede al descascarillado de los granos de café (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Trasnacionales, 2007:11; http://www.nodo50.org/espanica/p_cafe.php).

El método húmedo, que da lugar a los cafés lavados [implementado por primera vez en Costa Rica desde 1838], es el más costoso y complejo, por lo que muchas veces recae en manos de grandes empresas trasnacionales. Se emplea principalmente con los cafés *arabicas* de alta calidad, para conservar todas sus propiedades, por lo tanto, los mejores y más caros cafés son los *arabicas* lavados. Este proceso consta de tres fases (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Trasnacionales, 2007:11; http://www.nodo50.org/espanica/p_cafe.php; Bethell, 2000:192):

1ª Fase: Beneficiado húmedo, que a su vez consta de tres etapas:

a) **Despulpado.** Mediante una máquina de fricción llamada despulpadora y bajo un chorro de agua, se separa la pulpa o parte carnosa del fruto de los granos que contiene. Este paso debe realizarse dentro de las 24 horas inmediatas a la recolección.

b) **Fermentación.** Los granos se dejan en remojo durante un periodo que oscila entre 8 y 36 horas según la temperatura ambiente, para que comiencen a fermentar, a fin de potenciar sus características de aroma y sabor.

c) **Lavado.** Tiene por objetivo interrumpir la fermentación, limpiar todas las impurezas que todavía puedan quedar sobre el grano y eliminar los granos enfermos.

2ª Fase: Beneficiado seco

Los granos de café, recubiertos ahora tan sólo por el pergamino, se dejan secar al sol y se trillan. Cuando están adecuadamente secos, el café en este punto se denomina Café Pergamino y es el estado ideal para almacenar el grano hasta su exportación.

3ª Fase: Descascarillado, pulido y clasificación

El último paso consiste en eliminar el pergamino de los granos, pulirlos para eliminar los últimos restos de membranas [estos dos pasos se realizan con máquinas] y clasificarlos mediante cribas. Esta última fase se realiza antes de poder exportarlo o comercializarlo al interior del país productor.

A continuación, el café *Verde* se encuentra listo para ser comercializado, mayoritariamente en los grandes mercados o en las bolsas internacionales [mercados de futuros] de los principales países importadores [Estados Unidos, Alemania, Francia]. Las distinciones antes mencionadas son de suma importancia para el sector, ya que el café se comercializa internacionalmente separado en cuatro grupos o calidades básicas que, de acuerdo a su lugar de origen y características [variedad del cafeto, aroma, gusto, etc.], son los siguientes en orden de importancia: 1) *Arabicas* suaves tipo colombiano, 2) Otros *arabicas* suaves, 3) *Arabicas* no lavados y 4) *Robustas* (Rivas, 2008:3; IDEAS/Observatorio de Corporaciones Trasnacionales, 2006:9; Waridel, 2004:32-35).

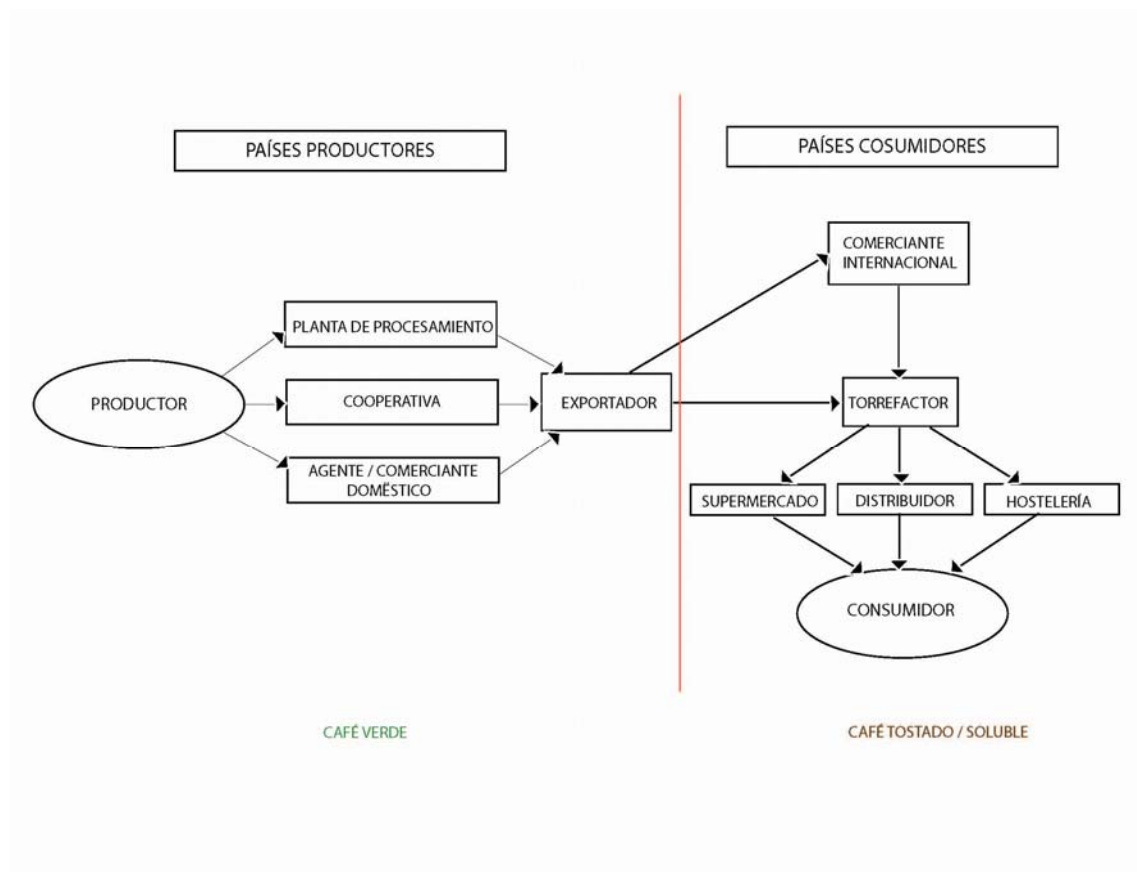
Las compañías intermediarias-comercializadoras trasnacionales vuelven a limpiar el café *Verde* para posteriormente venderlo directamente a una compañía torrefactora o a un *broker* [agente de bolsa].

Una vez adquirido, las compañías torrefactoras se encargan de realizar distintas mezclas de varios tipos de café [si no se comercializa como café de origen], lo tuestan, lo muelen, y en algunos casos realizan el descafeinado.

Finalmente, los productos de las compañías torrefactoras llegan a los consumidores por medio de los grandes centros distribuidores [mayoritariamente supermercados].

Basándonos en el siguiente gráfico, y gracias a la información contenida en los siguientes dos apartados, podemos dilucidar que la fuente de mayor beneficio económico dentro de la cadena, no radica en la fase de producción sino en la distribución final y en el comercio al detalle [minorista], fases de la cadena de producción de café que tienen lugar en los países más desarrollados (Mendoza Vidaurre, 2002:105).

Las cadenas comerciales del café son distintas dependiendo el país, la empresa o la corporación que compra el café, sin embargo, puede simplificarse de la siguiente manera para el mercado convencional (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:9-10; Waridel, 2004:30-37):



Fuente: Elaboración propia.

1.4 La concentración del comercio, la industria y la distribución del café.

Al margen del escenario representado por la Organización Internacional del Café y sus Convenios Internacionales [CIC] que se encargaban de regular el mercado internacional [y que de hecho incluía al denominado mercado fuera de cuota], hay otra serie de actores involucrados en la cadena productiva-comercial del aromático, los cuales adquirieron mucho mayor poder y notoriedad después de la liberalización del mercado en 1989 y se consideran el segmento menos afectado por la crisis internacional del café. Todos ellos se localizan en los países importadores-consumidores.

1.4.1 Los mercados de futuros.

Aunque el CIC sigue existiendo [desde 1989 se ha firmado en otras tres ocasiones: 1994, 2001 y 2007], en la práctica ha perdido su poder regulador y desde entonces las acciones de especulación, acaparamiento, boicots y arreglos especiales entre los vendedores, se realizan en las Bolsas de Café de Nueva York [*New York Coffee, Sugar and Cocoa Exchange*] y Londres [*Coffee Terminal Market Association of London Ltd.*]. La primera se especializa en el *coffea arabica* [cotizado en centavos de dólar por libra de café], y la segunda en el *coffea robusta* [cotizado en libras esterlinas por tonelada de café]. Ambas se componen de un mercado físico, donde las compras se hacen de contado, y de un mercado a futuro, donde las compras se hacen por adelantado y los pagos se realizan a la entrega de la mercancía. Es en estos lugares donde se fijan los precios reales del café (Martínez Morales, 1996: 115; Gresser y Tickell,

2002:17; Renard, 1993: 44-45; http://vinculando.org/mercado/datos_cafe.html; Waridel, 2004:32).

Es en estas plazas y otras, como son los puertos de Le Havre [Francia] y Hamburgo [Alemania], donde se ubican los denominados *brokers* [conocidos también como corredores de bolsa] que trabajan ya sea para las compañías intermediarias-comercializadoras, o para las compañías de la transformación (Renard, 1993: 45; http://vinculando.org/mercado/datos_cafe.html).

1.4.2 Las compañías intermediarias-comercializadoras.

Las primeras casas de negocios fundadas a finales del siglo XIX y principios del XX, fueron desplazadas por los Estados productores durante todo el periodo que duraron los CIC. Aunque nunca desaparecieron, sí vieron reducido su campo de acción como intermediarios en el mercado debido a las restricciones impuestas desde la OIC (Renard, 1999:146).

Con la privatización de los institutos públicos del café, los operadores nacionales no tienen más la capacidad de controlar la oferta, pues el desplome de los precios a comienzos de la década de 1990 sumió en dificultades financieras a las naciones productoras, y los productores de esos países ven sumamente limitado su acceso a los créditos necesarios para la comercialización (Renard, 1999:146).

Es en este contexto en el que retornan con mucha más fuerza las grandes compañías comercializadoras como intermediarios en el mercado internacional del café. Éstas tienen acceso a millonarias líneas de crédito bancario que les permiten actuar de lleno en las mismas regiones productoras, donde sus agentes tienden a sustituir a los intermediarios locales (Renard, 1999:146; Waridel, 2004:31-32).

Las actuales casas de negocios experimentan un acelerado proceso de concentración debido a la quiebra de un importante número de firmas intermediarias tras el desplome de los precios en 1989 [entre las más importantes estaban la suiza *Bozzo*, la inglesa *Rayner*, la anglo-estadunidense *Phillip Brother*, la francesa *Merkuria* ó la belga *Bunge*], y a la multiplicación de las operaciones de compra realizadas durante los últimos años (Renard, 1999:147-148).

En la actualidad, son dos las compañías comercializadoras que acaparan prácticamente todo el mercado del café:

- ***ED & F Man***

Con base en Londres, surge en 1783 como una empresa intermediaria en el comercio del azúcar. En la actualidad cuenta con más de 5000 empleados y opera en 59 países como líder proveedora de azúcar, melaza, alimento animal,

aceites tropicales, caucho, biocombustibles, servicios de gestión de riesgo y café (Renard, 1999:148; http://www.edfman.com/aboutus_h.php?cs=history).

VOLCAFE es el nombre de la división cafetalera del conglomerado de *ED & F Man*. Fundada en 1851 paralelamente en Winterthur [Suiza] y Bombay [India] con el nombre de *Volkart Brothers*, se inició en el comercio algodonero y seis años después en el cafetalero. Entre 1950 y 1980 se ubicaba ya como una empresa líder en el comercio del café operando empresas subsidiarias en Brasil, Guatemala, Costa Rica, Colombia, Honduras, Kenya y Papúa Nueva Guinea, así como oficinas importadoras en Nueva York, Osaka y varias ciudades alemanas (Renard, 1993:46; Renard, 1999:148; <http://www.volcafe.ch/history/index.html>).

En 1989 es adquirida completamente junto a todas sus subsidiarias por otra corporación suiza, el grupo ERB, renombrándola como *VOLCAFE Limited*. En 2004 es finalmente adquirida por *ED & F Man* (<http://www.volcafe.ch/history/index.html>).

Actualmente opera gracias a una extensa red de oficinas de compra-venta en 16 de las 20 mayores naciones productoras del grano [lo que equivale al 86% de la producción mundial]: Brasil, Camerún, Colombia, Costa Rica, Costa de Marfil, Etiopía, Guatemala, Honduras, Indonesia, Kenya, Tanzania, México, Papúa Nueva Guinea, Perú, Uganda y Vietnam. Además, realiza sus ventas en

las naciones líderes del consumo como son: Alemania, Australia, Estados Unidos, Japón y Suiza (<http://www.edfman.com/coffee.php?cs=coffee&ss=bd>; <http://www.volcafe.ch/business/index.html>).

En México se encuentra presente gracias a su compañía subsidiaria BECAFISA S. A., con base en la ciudad de Veracruz (<http://www.volcafe.ch/contacts/northamerica.html>).

- ***Neumann Kaffee Gruppe [NKG]***

Con base en Hamburgo, esta compañía surge en 1934 como empresa intermediaria en el comercio del café con el nombre de su fundador, Hanns R. Neumann. En 1988 adquiere formalmente a su máximo competidor, la compañía *Bernhard Rothfos AG* [fundada también en Hamburgo pero en 1922], con lo que en 1990 surge finalmente la *Neumann Kaffee Gruppe* [NKG] integrando todos los negocios de las dos antiguas compañías (Renard, 1999:148; <http://www.nkg.net/aboutus/history>).

Actualmente se posiciona como una de las empresas líderes en el ramo sirviendo a más de 1 500 torrefactores y productores de café instantáneo a nivel mundial. Cuenta con poco más de 2 100 empleados y tiene presencia en 17 países exportadores [Brasil, Burundi, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Etiopía, Guatemala, Honduras, Indonesia, Kenya, México, Papúa Nueva

Guinea, Perú, Singapur, Tanzania, Uganda y Vietnam], y 10 importadores [Alemania, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia, Japón, Polonia, Rusia y Suiza] (<http://www.nkg.net/aboutus/factsandfigures>; <http://www.nkg.net/groupcompanies>).

En todos estos países operan 48 compañías subsidiarias diferentes, las cuales incluyen primordialmente 27 plantas de beneficiado seco, 16 plantas de beneficiado húmedo y varias granjas que abarcan aproximadamente 7 431 hectáreas. La compañía es reconocida por su alta especialización en los rubros de la administración agrícola, la exportación de café molido, la importación y el comercio de volúmenes industriales de cafés especializados e instantáneos, además de prestar servicios de gestión de riesgo (<http://www.nkg.net/aboutus/factsandfigures>; <http://www.nkg.net/groupcompanies>).

Hacia 2007 poseían el 7% de las exportaciones y el 15% de las importaciones en el mercado cafetalero internacional, percibiendo una ganancia de cerca de 1.7 mil millones de dólares (<http://www.nkg.net/aboutus/factsandfigures>).

En México se encuentra presente con la compañía Exportadora de Café California S. A. [ubicada dentro de las 10 primeras exportadoras del país] localizada en la ciudad de Veracruz, y con la Finca La Puebla en el municipio poblano de Xicotepec de Juárez (<http://www.nkg.net/groupcompanies>).

Ambas casas de negocios desempeñan un papel de vital importancia en la cadena del café, pues tienen acceso a redes ultramodernas de información vía satélite que les permiten realizar estudios que les prevengan de problemas climatológicos en países como Brasil. De tal manera, son los primeros en saber los precios que adquirirán las distintas variedades del grano, pues están sumamente conscientes de que los rumores y otros factores psicológicos ejercen gran influencia en la determinación de los precios del mercado (Renard, 1993:45-46; http://vinculando.org/mercado/datos_cafe.html; Waridel, 2004:32).

Además, a través de sus agentes locales, operan con una extensa gama de orígenes concentrando las funciones de exportadores e importadores [gracias a sus almacenes estratégicamente ubicados], y propiamente son las únicas instancias en condiciones de negociar con las compañías torrefactoras (Renard, 1999:150; <http://www.volcafe.ch/business/index.html>; <http://www.edfman.com/coffee.php?cs=coffee&ss=lo>; Renard, 1993: 45; <http://www.nkg.net/aboutus/factsandfigures>; Waridel, 2004:32).

1.4.3 Las grandes compañías de la transformación.

Hay una gran cantidad de tostadores en todo el mundo que compran los granos de café *Verde* y lo convierten en café tostado y molido, o instantáneo. Sin embargo, desde mediados de la década de 1980, el sector cafetalero mundial estuvo dominado por cuatro grandes corporaciones multinacionales

agroalimentarias en el siguiente orden descendente: *Philip Morris* [gracias a su subsidiaria *Kraft General Foods*], *Nestlé*, *Procter & Gamble* y *Sara Lee* (Renard, 1999:151; www.ideas.coop/html/OCTboletincafe.htm; Gresser y Tickell, 2002:6, 25; http://vinculando.org/mercado/datos_cafe.html; Waridel, 2004:33-34; FAO, 2005:32-33).

Estas empresas agroalimentarias se definen como unidades organizadas de producción dentro de una estructura socio-rural, conectadas a redes comerciales de diversa índole, cuyo objetivo primordial es ofertar alimentos y materias primas resultado de la agricultura, la ganadería, las técnicas forestales y agroindustriales, con un plan gestor del que forma parte la explotación de la tierra (Ballesteros, 2000:35; Galindo Bueno, 2004:16).

En conjunto, controlaban cerca del 80% del mercado mundial para café tostado y molido para el consumo en el hogar a mediados de la década de 1990. Además, para ellas, el volumen anual de sus ventas es mayor que el producto nacional bruto de muchos de los países productores de café. Por ejemplo, para finales de 1996, las cifras de ventas de la Nestlé [poco más de 60 mil millones de dólares estadounidenses] superaba el Producto Nacional Bruto de naciones productoras como Colombia, Guatemala, Kenia, Costa Rica o Nicaragua (Renard, 1999:151; www.ideas.coop/html/OCTboletincafe.htm; http://vinculando.org/mercado/datos_cafe.html; Gresser y Tickell, 2002:6; Waridel, 2004:36; FAO, 2005:32-33).

Ya desde comienzos del siglo XX, Lenin nos explicaba en su ensayo “El imperialismo fase superior del capitalismo” que: “El incremento enorme de la industria y el proceso notablemente rápido de concentración de la producción en empresas cada vez más grandes constituyen una de las particularidades más características del capitalismo” (Lenin, 1977:148).

Así podemos comprender que la tendencia a la concentración, es el fenómeno más relevante en la evolución de estos grupos agroindustriales, la cual responde a la obligación de ampliarse para sobrevivir en un contexto de liberalización comercial, y a su necesidad de extenderse para ampliar sus mercados.

Para entender este fenómeno, es necesario remontarse hasta la década de 1950 para hallar el génesis del crecimiento de las industrias del café. No obstante, es claramente la década de 1980 la que marcó el punto de despegue de toda esta industria a niveles insospechados, a raíz de una larga serie de adquisiciones y absorciones entre firmas, lo que condujo a una situación de oligopolización del mercado (Renard, 1999:58, 151).

Estas grandes empresas torrefactoras se benefician básicamente de los siguientes aspectos esenciales (Gresser y Tickell, 2002:6, 25-27; Renard, 1993:47; Renard, 1999:55-57; FAO, 2005:32-33):

- los volúmenes de distintas clases de café que compran
- la importancia de sus marcas [*Maxwell House, Nescafé, Folgers, Douwe Egberts*, etc.], gracias a sus tremendos aparatos publicitarios que terminan aportándole un valor añadido al importe real de sus productos
- control de costos [por un lado de la materia prima ya sea en forma de grano verde o en forma de café tostado y molido; y por otro el de las plantas procesadoras]
- control de patentes de procesamiento e innovaciones tecnológicas en los procesos de conservación, refrigeración, separación y fabricación de los alimentos
- su habilidad para combinar e igualar mezclas [entre cafés de excelente y de pésima calidad]
- el uso de herramientas financieras [contratación de intermediarios y especulación en los mercados de valores] que les aportan una flexibilidad de compra aún mayor
- su gran poder de presión [ejemplificado en el capítulo anterior por la *National Coffee Organization* en los Estados Unidos]

La primera década de este nuevo siglo, nos permite observar que, a medida que la globalización avanza, la concentración del mercado se incrementa y éste tiende a recomponerse. Por eso es que a continuación, dedicamos nuestra atención a las dos más grandes torrefactoras hasta el momento.

- **NESTLÉ**

Surge en 1866 gracias al éxito del sustituto lácteo en polvo creado por el farmacéutico suizo Henri Nestlé, el cual le permitió darse a conocer en toda Europa. Hacia 1904 comienza a dar sus primeros pasos en la industria del chocolate invirtiendo en la *Swiss Generale Chocolate Company*, fabricante de las marcas *Peter* y *Kohler*, a las que pronto se añadiría el chocolate con leche Nestlé (<http://www.nestle.com/AllAbout/History/AllHistories/1866-1905.htm>).

En 1905, la compañía se fusiona con su competidora, la *Anglo-Swiss Condensed Milk Company*, pasando a denominarse *Nestlé & Anglo-Swiss Milk Company*. De esta manera logra un rápido crecimiento que, sumado a lo sucedido durante la Primera Guerra Mundial [1914-1918] y el consiguiente crecimiento de la demanda de productos comestibles por parte de la población, le permitió expandirse y abrir fábricas en Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, España, Singapur, Hong Kong y Australia (<http://www.nestle.com/AllAbout/History/AllHistories/1905-1918.htm>).

A finales de la década de 1920, siguiendo un sentido de reorganización de la compañía a cargo de Louis Dapples, se decide incrementar su línea de productos. En 1930, el Instituto Brasileño del Café decide entrar en negociaciones con Dapples con el fin de encontrar nuevos productos que le permitieran al país amazónico reducir sus enormes excedentes. Ocho años después, como resultado de la investigación conjunta, surge una solución en

polvo bautizada con el nombre de su futura marca emblema, el café instantáneo *Nescafé* (<http://www.nestle.com/AllAbout/History/AllHistories/1918-1938.htm>).

La Segunda Guerra Mundial [1939-1945] interrumpió sus operaciones en Europa y Asia, pero aprovechando la neutralidad de Suiza, la compañía decide reubicar sus oficinas centrales en Estados Unidos y establecer fábricas en países en desarrollo, particularmente en Latinoamérica, para de esa manera comenzar a superar sus problemas de distribución. El conflicto armado le permitió incrementar vertiginosamente sus ganancias pasando de los 100 millones de dólares en 1938, a 225 millones de dólares en 1945 (<http://www.nestle.com/AllAbout/History/AllHistories/1938-1944.htm>).

El primer gran momento de desarrollo y expansión de la Nestlé se da entre 1947 y 1975, pues sólo las ventas de su café instantáneo se triplicaron entre 1950 y 1959, y para el periodo 1960-1974, se cuadruplicaron. Por otro lado, la compañía realiza una importante serie de adquisiciones como fueron:

- *Alimentana S. A.* [fabricante de las sopas y sazonadores *Maggi*] en 1947,
- *Crosse & Blackwell* [firma británica fabricante de alimentos en conserva] en 1960,
- *Locatelli* [empresa italiana productora de quesos] en 1961,

- *Findus* [compañía escandinava de alimentos congelados] en 1962,
- *Libby* [firma norteamericana productora de jugos embotellados] en 1970,
- *Stouffer* [empresa estadounidense de alimentos congelados que, además, tenía intereses en hoteles y restaurantes] en 1973,
- *Beech-Nut* [compañía estadounidense dedicada a los alimentos para bebés] en 1979,

A lo anterior se sumó en 1974 su compra de una participación minoritaria en la reconocida firma francesa y líder en el mercado de los cosméticos *L'Oréal*, expandiendo así su influencia más allá de la industria alimentaria (<http://www.nestle.com/AllAbout/History/AllHistories/1944-1975.htm>).

Aunque la crisis energética, el deterioro en los tipos de cambio y el incremento de los precios del café y el cacao pusieron en predicamentos a la compañía durante la década de 1970, su segundo periodo de expansión y bonanza comienza en 1985 gracias a ajustes internos y a la adquisición de la empresa estadounidense *Carnation* por 3 mil millones de dólares, la operación más importante dentro del mercado alimentario de la época (<http://www.nestle.com/AllAbout/History/AllHistories/1981-1995.htm>).

Los cambios sociopolíticos a comienzos de la década de 1990 favorecieron mucho a la compañía, pues la apertura de los mercados de Europa central y oriental, así como de China, le permitieron una mayor expansión a sus

productos. Desde entonces, su estrategia de adquisiciones no se ha detenido y es cada vez más agresiva.

En la actualidad se sitúa como la empresa agroalimentaria líder a nivel mundial con ventas de 109 908 millones de francos suizos solamente en 2008. Se encuentra presente en todos los continentes con más de 8 500 productos [su cartera abarca alimentos para niños, alimento para mascotas, confitería, alimentos congelados y bebidas], los cuales son elaborados en 500 fábricas ubicadas en más de 70 países y cuenta con poco más de 253 000 colaboradores en todo el mundo. Entre sus principales marcas podemos encontrar *Kit Kat*, *Milo*, *PowerBar*, *Nido*, *Maggi*, *Perrier* o *Purina* entre las más conocidas a nivel mundial. En lo concerniente al café, comercializa las marcas *Nescafé*, *Nespresso*, *Taster's Choice*, *Ricoré*, *Ricoffy*, *Bonka*, *Zoégas* y *Loumidis* (http://www.nestle.com.mx/acerca_nestle/historia.asp; <http://www.nestle.com/AllAbout/AtGlance/MainBrands/MainBrands.htm>).

Advertising Age [una de las más grandes y respetadas fuentes de noticias sobre mercadotecnia y medios de comunicación] estimó sus gastos de publicidad en alrededor de los 2.3 mil millones de dólares estadounidenses en 2008, colocándose como el décimo anunciante más grande e influyente del mundo (http://www.adbrands.net/ch/nestle_ch.htm).

Con casi 4 000 tazas consumidas por segundo, *Nescafé* es por mucho, la marca de café más importante del mundo, y también es la tercera marca de bebidas más importante sólo detrás de *Coca-Cola* y *Pepsi*. En 2008, *Interbrand* [la consultora de marcas más importante del mundo] la situó en el lugar 25 entre las marcas más importantes del orbe, con un valor estimado de más de 13.3 mil millones de dólares estadounidenses. El perfil mundial de *Nescafé* se ha ido modernizando acercándose a las bebidas frías aunque su tradicional negocio de bebidas calientes solubles, se ha topado en los últimos años con el gusto, sobre todo en Estados Unidos, por el tradicional café tostado y molido y su creciente popularidad en otros mercados desarrollados (Gresser y Tickell, 2002:6; http://www.adbrands.net/ch/nescafe_ch.htm).

- ***KRAFT FOODS***

Fundada en Chicago en 1903 por James L. Kraft como empresa manufacturera de quesos, durante las décadas de 1910 y 1920 se consolidó como líder de su ramo en los Estados Unidos tras la adquisición de cerca de una docena de pequeñas empresas, y entre las que destacó la de su principal competidor, la *Phenix Cheese Corporation* en 1928 (<http://www.kraftfoodscompany.com/About/history/index.aspx>).

En 1984 la principal compañía tabacalera del mundo, *Philip Morris Companies Inc.*, comenzó a diversificarse temiendo una disminución de sus ganancias en su tradicional sector, lo que llevó a sus ejecutivos a prestar atención al sector

agroalimentario, comprando a *General Foods* por 5.6 mil millones de dólares en 1985; y a *Kraft* por 12.9 mil millones en 1988; siendo fusionadas en 1990 bajo el nombre de *Kraft General Foods* (KGF) como principal compañía subsidiaria (Renard, 1999:152).

En 1990, *Kraft General Foods* adquiere a *Jacobs-Suchard AG*, la compañía torrefactora más importante de Alemania, por un monto de 4.2 mil millones de dólares, lo que le permitió hacia finales de esa década, realizar el 32% de las ventas en el sector café a nivel mundial (Renard, 1999:152; <http://www.kraftfoodscompany.com/About/history/index.aspx>).

El negocio del tabaco y sobre todo los litigios ligados al mismo entorpecían el desarrollo de *Kraft General Foods*, por lo que desde 2001, *Philip Morris* introdujo buena parte de la compañía en la Bolsa de Valores aunque siempre se mantuvo firme en no querer separarse de sus operaciones alimentarias. Sin embargo, en 2004 inició la separación de *Kraft General Foods* como entidad independiente, lográndose a cabalidad en marzo de 2007 (<http://www.kraftfoodscompany.com/About/history/index.aspx>).

El grupo, ya independiente, ha seguido ampliando su presencia global desde entonces. Por ejemplo, el mismo 2007 adquirió la división europea de *Galletas Lu* hasta ese momento propiedad de *Danone* [otra compañía líder a nivel global en la industria de la alimentación] y en 2009 lanzó una oferta inicial para

adquirir al gigante de la confitería británico *Cadbury* [la segunda compañía más grande en el ramo detrás del conglomerado *Mars-Wrigley*] (<http://www.kraftfoodscompany.com/About/history/index.aspx>).

Es la compañía de alimentos líder en Norteamérica y la número dos del mundo [después de Nestlé]. Realiza sus ventas en 160 países y tiene ingresos aproximados a los 50 mil millones de dólares, con marcas de éxito como los quesos *Kraft* [de donde el conglomerado toma su nombre], las galletas *Nabisco*, los embutidos *Oscar Mayer* o el queso crema *Philadelphia* (<http://www.kraftfoodscompany.com/About/who-we-are/index.aspx>).

En lo que respecta al café se encarga de surtir, sobre todo a países europeos, las marcas *Gevalia*, *Grand Mere*, *Jacobs*, *Kenco*, *Onko* y la marca más representativa y poderosa del café en los Estados Unidos, *Maxwell House*, gracias a que fue el mayor proveedor de café para sus tropas durante la Segunda Guerra Mundial (<http://www.kraftfoodscompany.com/Brands/largest-brands/brands-W/Pages/index.aspx>).

Advertising Age estimó en 2008 sus gastos de publicidad global en torno de 1.8 mil millones de dólares estadounidenses, colocando a *Kraft Foods* como el décimo octavo anunciante más importante del mundo (http://www.adbrands.net/us/kraftfoods_us.htm).

1.4.4 Los grandes centros distribuidores.

Al lado de las mencionadas compañías multinacionales torrefactoras, el mercado se lo disputan de igual manera otras empresas, sobre todo en el continente europeo y en los Estados Unidos. Éstas se ubican como el último eslabón en la cadena de distribución del café.

Nos referimos en este caso a las compañías o centros distribuidores los cuales, controlan un elevado porcentaje del mercado del café tostado y soluble gracias a la enorme penetración de sus marcas comerciales, además de contar con una multiplicidad de productos para ofertar, y que muchas veces no están ligados al mundo del café. Aquí se incluyen supermercados, hipermercados, tiendas de descuento y tiendas especializadas [cafeterías].

Entre este selecto pero importante grupo, podemos encontrar como los mejores ejemplos a las italianas *Lavazza* e *Illy Caffè*, *Rombouts* de Bélgica, *Cafés Legal* en Francia, las alemanas *Aldi* y *Tchibo*; y la estadounidense *Starbucks*. Es importante señalar que, al igual que las multinacionales torrefactoras, estas empresas surgen atendiendo la demanda de sus respectivos mercados locales sin embargo, actualmente todas ellas han logrado expandirse a otros países gracias a compañías subsidiarias (Renard, 1999:154; Sainz de Vicuña Ancín, 2001:466; Miquel Peris, 2006:152).

Los casos tanto de *Aldi Gruppe* como de *Tchibo* son muy reveladores, ya que ambas empresas controlan entre el 80 y el 90% del consumo de café en Alemania, el mayor país consumidor dentro de la Unión Europea.

- ***Aldi Gruppe***

Fundada en 1948 en la ciudad de Essen [entonces parte de la República Federal Alemana], es una de las cadenas de supermercados con descuento más grande e importante de Alemania [junto a su competidor *Lidl*] y el mundo pues en 2004, su facturación global alcanzaba los 38 000 millones de euros colocándola como la undécima cadena de supermercados a nivel mundial (<http://www.aldi.com/>).

La reunificación alemana y la posterior situación económica en varios países europeos en la década de 1990, contribuyeron a que grandes grupos de población se preocuparan por adquirir productos de consumo diario a precios económicos. El éxito local le permitió dividirse administrativamente en dos [*Aldi Süd* y *Aldi Nord*] y comenzar a expandirse al resto de Europa occidental [exceptuando Italia], Estados Unidos y Australia; contando en la actualidad con más de 7 500 establecimientos (<http://www.aldi.com/>).

En lo concerniente al café, se encarga de distribuir en todas sus sucursales nacionales e internacionales [sobre todo en Alemania y Estados Unidos] las

famosas marcas *Beaumont Coffee*, *Grandessa*, *Markus*, *Tizio* y *Amaroy*, en muy variadas presentaciones, puesto que también se dedican a la torrefacción tanto de la variedad *arabica* como de la *robusta*. Además, los ofrece a precios muy económicos pues rondan los tres ó cuatro dólares por bolsa de 12 onzas [mientras que las marcas tradicionales estadounidenses *Maxwell House* y *Folgers* ofrecen la misma cantidad al doble de precio] (<http://www.aldi.com/>; http://www.aldifoods.com/index_ENU_HTML.htm; http://www.aldi-sued.de/themen/kaffeeroester/index.html?WT.z_src=main).

- ***Tchibo***

Se trata de la empresa multiservicios líder de ventas de café tostado y molido en Alemania, Austria, Polonia y la República Checa. Fundada el 15 de marzo de 1949 en Hamburgo [entonces parte de la República Federal Alemana] por Max Herz y Carl Tchilling-Hiryan, comenzó como una empresa innovadora de distribución de café a través de correo, ya que resultaba la forma más rápida y eficaz para vender su producto (<http://www.tchibo.com/content/309646/-/en/about-tchibo/distribution-system.html>).

Ya en 1953, las personas podían comprar de igual manera su café directamente en el edificio contiguo a la planta de tostación de *Hoheluftchaussee*, en pleno centro de Hamburgo. Entre 1954 y 1955, abre sus puertas la primera cafetería *Tchibo* y, lo más importante es que crea su mezcla propia con nueve tipos diferentes de café denominada “*Oro-Moca*”, que desde

entonces es la marca con mayor éxito comercial en Alemania (<http://www.tchibo.com/content/309014/-/en/about-tchibo/history.html>).

Entre 1963 y 1990, logran consolidarse como la compañía expendedora de café más importante de Alemania [en parte gracias a la reunificación] inauguran plantas tostadoras a gran escala en diversas ciudades y expandiendo su gama de productos y actividades y logran que sus productos se vendan en todas las cadenas de supermercados alemanes. Desde 1991 comienzan a expandirse a algunos países de Europa oriental tales como Hungría, Polonia, Eslovaquia, la Republica Checa y Rusia (<http://www.tchibo.com/content/309014/-/en/about-tchibo/history.html>).

En 1996 la empresa es pionera en la utilización de internet para la realización de ventas y es dividida en dos áreas, una especializada en productos no comestibles y tiendas departamentales [*Tchibo Shop*]; y otra especializada en el café, sus servicios y productos complementarios [*Tchibo Coffee Service*]. Al siguiente año, adquieren en su totalidad a su máximo competidor, *Eduscho* [empresa tostadora surgida en la ciudad de Bremen en 1924], comenzando a comercializar su tradicional marca *Gala* y aprovechando el impacto de esta última sobre todo en los mercados austriaco y polaco. De tal manera, se encarga de distribuir nacional e internacionalmente sus marcas *Tchibo*, *Gala von Eduscho*, *Davidoff Café* y *Jilhavanka* [creada y distribuida por su subsidiaria ubicada en la República Checa] (http://www.gala-von-eduscho.de/rund_um_gala/historie_von_gala/default.aspx#; <http://www.tchibo-coffeeservice.de/>).

En la actualidad esta empresa se ha diversificado ofreciendo una extensa gama de servicios entre los que se encuentra: la venta de boletos para espectáculos, la telefonía celular [en asociación con la telefónica O2 de Alemania], servicios de asesoría financiera y cuenta con su propia agencia de viajes.

En 2008 se halla consolidada a nivel europeo como la empresa número uno en el mercado del café, en parte gracias a su entrada en otros países como Austria, Gran Bretaña, Rumania, Suiza y Turquía; cuenta con 900 tiendas en Alemania [500 con servicio de *Coffee Bar*] y 300 en el resto del continente [todas con servicio de *Coffee Bar*] (<http://www.tchibo.com/content/309642/-/en/about-tchibo/facts-figures.html>).

Para el mismo año, contaba con 12 000 empleados a nivel mundial aproximadamente [de los cuales unos 7 500 trabajan en Alemania], su sitio web *tchibo.de* ocupa el quinto lugar con mayor número de visitas en su país de origen [además de contar con un sitio internacional que atiende a 17 países de la Unión Europea] y sus ingresos se calcularon en alrededor de los 3.2 mil millones de euros (<http://www.tchibo.com/content/309642/-/en/about-tchibo/facts-figures.html>).

- ***Starbucks Corporation***

Su primer local fue abierto en la ciudad de Seattle, Washington en 1971 por tres socios: Jerry Baldwin, Zev Siegel y Gordon Bowker. La tienda en un

principio se dedicó a la venta de granos y máquinas para café (<http://www.starbucks.com/about-us/company-information>; Bussing-Burks, 2009:1-3).

En 1982 se les une Howard Shultz como director de operaciones de menudeo y mercadotecnia. Después de un viaje de éste a Italia en 1984, les propone a los fundadores la idea de darle un giro a la empresa y convertirla en una cadena de cafeterías, inspirado en el concepto de las barras de café *espresso* de Milán. Rápidamente en 1987 comienzan a expandirse al abrir una cafetería en Chicago y otra en Vancouver [Canadá] (<http://www.starbucks.com/about-us/company-information>; Bussing-Burks, 2009:9-11).

En 1996 comienza su definitivo despegue como empresa, ya que logra una alianza estratégica con la *Pepsi-Cola* estadounidense para poder comercializar su marca *Frappuccino* [café frío listo para beberse]; además abre su primer local fuera de Norteamérica en Tokio [Japón]. Dos años después, la empresa comienza a entrar en el juego de las adquisiciones con la compra de *Tazo*, una compañía de té originaria de Portland, Oregón (<http://www.starbucks.com/about-us/company-information>).

Actualmente es considerada la cadena de cafeterías más grande del mundo y una de las empresas con mayor proyección a nivel global, con más de 16 000 establecimientos en 50 países: Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Aruba, Australia, Austria, Bahamas, Bahrein, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, Chile, China, Chipre, Dinamarca, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Escocia, España,

Estados Unidos, Filipinas, Francia, Gales, Grecia, Hong Kong, Indonesia, Irlanda, Irlanda del Norte, Japón, Jordania, Corea del Sur, Kuwait, Líbano, Malasia, México, Nueva Zelandia, Omán, Países Bajos, Perú, Polonia, Portugal, Qatar, República Checa, Rumania, Rusia, Singapur, Suiza, Taiwán, Tailandia y Turquía (<http://www.starbucks.com/about-us/company-information>).

Ofrecen más de 30 mezclas diferentes de café *arabica* de diversos orígenes, y han logrado diversificarse al ofrecer distintos tipos de alimentos y bebidas [incluye té, licuados, pasteles, helados, ensaladas y otros bocadillos], accesorios relacionados al café [máquinas para preparar café en casa, molinillos, tazas] y una serie de artículos diversos [discos, libros y regalos]. Sus marcas principales son: *Tazo Tea*, *Ethos Water*, *Frappuccino*, *Seattle's Best Coffee* y *Torrefazione Italia Coffee* (<http://www.starbucks.com/about-us/company-information>; Simon, 2009:15-16).

En conclusión, la información anterior nos permite ver y entender de manera clara que las actividades económicas vinculadas a la cadena del café, en sus fases de transformación, comercialización y distribución, constituyen grandes negocios controlados por grupos trasnacionales gigantescos ligados al mundo del comercio y las finanzas.

Los grandes márgenes de ganancia y el poder adquirido durante los últimos quince años, les han permitido a todos los organismos mencionados en este

apartado no ser prácticamente afectados por la denominada crisis internacional del café, además de soslayar la influencia de los gobiernos de los países productores del grano, en medio de un mercado internacional desregulado.

1.5 La situación de los pequeños productores.

La implantación y posterior expansión del café provocó una reorganización completa de las estructuras sociales y económicas en varios países africanos, latinoamericanos [especialmente Centroamérica] y asiáticos, además de contribuir a la plena integración de estos países en el mercado mundial. Esto trajo consigo una serie de ventajas y desventajas. Entre las primeras, se encuentran los préstamos extranjeros, pero sobre todo, los impuestos por las exportaciones, los cuales generaron fondos para financiar proyectos modernizadores de importancia como carreteras, ferrocarriles y edificios públicos (Portillo, 1993:388; Bethell, 2000:192, 195; Banco Mundial, 2002:54).

De tal manera, y como se ha venido mencionando en apartados anteriores, los países productores se vieron beneficiados con el rompimiento de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café [CIC] en 1989, pues se eliminaban los obstáculos que impedían la comercialización internacional de sus existencias; sin embargo, poco tiempo después los precios descendieron dramáticamente, con lo que las oportunidades esperanzadoras de corto plazo se revirtieron en pérdidas. Con este hecho se inauguró el periodo denominado por algunos investigadores sociales como la crisis internacional del café.

Se considera como periodo crítico ya que, en un lustro [1989-1993], los productores dejaron de recibir más de 8 000 millones de dólares a pesar de que exportaron 26 millones de sacos más; puesto que para ese momento los precios habían caído al nivel más bajo de los últimos treinta años (Gresser y Tickell, 2002:6, 9; Portillo, 1993:388; FAO, 2004:8-9; Banco Mundial, 2002:52).

Mientras entre las décadas de 1970 y 1980 [hasta el fin del CIC], los países productores percibían el 20% de los ingresos totales de la cadena cafetalera, y los países consumidores retenían entre el 53% y el 55%; a partir de 1989, estos ingresos se diferenciaron gravemente dejando a los productores con sólo el 13%, y los consumidores aumentaron su parte hasta alcanzar el 78% (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2007:11; FAO, 2004:3-4; Banco Mundial, 2002:54).

En 1997 se inició un pronunciado declive en los precios que, a mediados de 2002, indicaron una equivalencia a tan sólo el 25% del nivel de precios alcanzados a comienzos de la década de 1960, lo cual significa que el dinero que los agricultores ganan con el café sólo les permite comprar una cuarta parte de lo que podían comprar hace cincuenta años. Los expertos indican que éste fue probablemente el precio real más bajo que se haya pagado a los agricultores por el café en los últimos 100 años, e indica el periodo más fuerte de la crisis (<http://ipsnoticias.net/interna.asp?idnews=29640>; FAO, 2004:3-4; Banco Mundial, 2002:54; Samper Kutschbach, 1994:182).

A nivel mundial, el café representa la segunda materia prima de importancia en los mercados internacionales, sólo superado por el petróleo. Por ello, el hundimiento de los precios es todavía más grave para muchos pequeños países productores en vías de desarrollo, para los que el café constituye la primera fuente de divisas (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:10; Portillo, 1993:388; http://www.rainforest-alliance.org/agriculture_spanish.cfm?id=coffee; Samper Kutschbach, 1994:54, 57).

La dependencia por la exportación cafetalera es especialmente alta en algunos países africanos y centroamericanos. Así, una cuarta parte de la población de Uganda basa su sustento en sus ventas; representa más del 50% de los ingresos por exportaciones en Etiopía, y en Burundi la cifra asciende a casi el 80%. Más del 7% de la población guatemalteca depende del café para su sustento, y en la vecina Honduras casi el 10%. En Nicaragua, el segundo país más pobre de la América Central, el café representa poco más del 7% de los ingresos nacionales totales (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2004:11; Gresser y Tickell, 2002:8; FAO, 2004:8-9).

Incluso cuando las economías nacionales no dependen por entero del aromático, algunas regiones y muchas comunidades sí pueden hacerlo. Este es el caso de México, con cerca de 300 000 campesinos indígenas ubicados mayoritariamente en los estados de Oaxaca, Chiapas, Veracruz y Puebla. En Brasil, aunque el café representa menos del 5% de los ingresos por

exportaciones, proporciona un medio de vida a unos 300 000 campesinos [que junto a otros trabajadores de su industria cafetalera suman casi 3 millones de personas]. En la India, la industria del café da empleo a 3 millones de trabajadores (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:13).

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, vemos que el impacto de la crisis afectó a poco más de 25 millones de productores en todo el mundo. Sin embargo, lo que llama más la atención sobre este hecho, es que el café es uno de los pocos productos básicos comercializados a escala internacional que se sigue produciendo principalmente en minifundios cultivados por campesinos y no en grandes plantaciones [el 70% del café mundial se cultiva en granjas o terrenos familiares de entre una y cinco hectáreas] (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:13; <http://revistafortuna.com.mx/contenido/index.php/2008/02/15/la-crisis-de-pequenos-productores-del-cafe/>; Samper Kutschbach, 1994:251).

Además, ocupa el primer lugar como producto agrícola generador de divisas y empleos en el medio rural. Por las características del cultivo, emplea para sus labores de limpia, cosecha y beneficio del grano a hombres, mujeres y niños que conforman toda una familia (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:13; Banco Mundial, 2002:51; http://www.rainforest-alliance.org/agriculture_spanish.cfm?id=coffee).

Lo más alarmante de todo es que el reto al que se enfrenta el mercado mundial del café, sólo ejemplifica de manera cruda, los retos a los que se enfrentan una diversidad de productos básicos de los que dependen los países en vías de desarrollo.

Pero los agricultores de todos los países en vías de desarrollo dedicados al café, ven con desesperación que la crisis que arrastra los precios de su mayor fuente de sustento, significa que la siembra del aromático ha dejado de representarles la esperanza de un futuro mejor. Por el contrario, éstos son tiempos malos para ellos y se ven envueltos en una enorme serie de problemáticas. Éstas por supuesto son muchas, sin embargo, a continuación nos centramos en las que distintas Organizaciones No Gubernamentales (ONG), especialistas y organismos internacionales centran más su atención.

1.5.1 Crisis financieras en las economías nacionales.

La caída del precio del café tiene un impacto importante que va mucho más allá de las comunidades agrícolas: se ha convertido en una crisis de desarrollo para los países más pobres que lo cultivan.

En general, la economía de la mayoría de las naciones productoras resintió el mayor desequilibrio de la balanza de pagos, la pérdida de empleos, el recorte de programas sociales, la caída de los ingresos fiscales, el deterioro de los ingresos de los cafecultores, el desmantelamiento de las instituciones públicas

abocadas al ramo y, en algunos casos extremos, la pérdida del patrimonio cafetalero (Portillo, 1993:388; FAO, 2004:7).

La disminución de los ingresos por el café en la economía local es una de las principales razones del hundimiento de varios bancos. En Centroamérica, los países han visto caer los ingresos por las exportaciones de café en un 44% en sólo un año, de los 1 700 millones de dólares en 1999/2000 a los 938 millones de dólares en 2000/2001 (Gresser y Tickell, 2002:12).

Los países productores se han visto inmersos en una encrucijada, reflejada en un deterioro de sus relaciones de intercambio: el precio de sus exportaciones tiende a disminuir en el tiempo, pero el precio de sus importaciones, normalmente bienes manufacturados, no disminuye tan rápidamente. A esto se suma el inquietante problema del costo de la deuda externa [fijada en dólares], la cual resulta imposible de pagar, mientras el valor en dólares de las exportaciones de café continúe bajando de manera constante. La caída en los ingresos por exportaciones arruina todos los esfuerzos por equilibrar las finanzas de los países empobrecidos (FAO, 2004:8; Gresser y Tickell, 2002:12-13).

Desgraciadamente, lejos de crear un sector agrícola sano que produzca las divisas necesarias, el café ha obligado a los gobiernos a tomar medidas de emergencia para ayudar a sus cultivadores. Así, Colombia ha destinado 72

millones de dólares para financiar un precio interno subsidiado para los cultivadores, y Costa Rica tuvo que destinar 73 millones de dólares a créditos de emergencia sin intereses a los agricultores (Gresser y Tickell, 2002:13; Banco Mundial, 2002:52).

1.5.2 Migración y trabajadores temporales [braceros] en la miseria.

Desde mediados de la década de 1990, miles de campesinos cafetaleros en todo el mundo han caído en la desesperación y comenzaron a vender sus tierras a precios ínfimos, provocando con ello el aumento del desempleo, y el abandono de sus hogares y sus familias para buscar oportunidades de trabajo en otros lugares [en la mayoría de las ocasiones migran a las grandes ciudades de los países desarrollados], produciendo muchas veces reacciones en cadena en comunidades enteras. Uno de los casos más conocidos de esa época, fue el representado por seis cultivadores cafetaleros, oriundos del estado de Veracruz, encontrados muertos juntos con otras doce personas, en el desierto de Arizona en 2001 (Gresser y Tickell, 2002:10-11; Renard, 1993: 40; <http://www.globalexchange.org/campaigns/fairtrade/coffee/dowjones052901.html>; La Jornada, Domingo 12 de mayo 2002; Banco Mundial, 2002:54-55)

Los trabajadores temporales constituyen el eslabón más vulnerable y más pobre dentro de la cadena productivo-comercial del café. Anualmente llegan a desplazarse miles de kilómetros para laborar, a cambio de un salario, en las explotaciones medias [entre 10 y 50 hectáreas] y en las grandes plantaciones

[superiores a las 50 hectáreas], produciendo más del 30% de todo el café consumido en el mundo (Gresser y Tickell, 2002:11; Banco Mundial, 2002:54-55).

Lejos de sus lugares de origen, se enfrentan a una larga serie de obstáculos que incluyen: una mala alimentación, el abandono de sus tierras de labor, el desempleo repentino, condiciones sanitarias deplorables, violaciones de sus derechos humanos y laborales de diversa índole [la explotación de mano de obra infantil es habitual] (Gresser y Tickell, 2002:11; Banco Mundial, 2002:55-56).

Es precisamente Centroamérica la región que más está sintiendo la crisis del café con un desempleo que ha afectado directa o indirectamente a más de un millón y medio de personas. Se entiende fácilmente que las crisis en el mercado mundial del café [causadas por una producción excesiva o por una crisis capitalista general] tuvieran consecuencias económicas muy serias para esta región. Ejemplos de lo anterior fueron las caídas de los precios derivadas de la sobreproducción entre 1897-1907, y las afectaciones económicas durante el decenio 1930, derivado de la crisis de 1929 (Bethell, 2000:194; Banco Mundial, 2002:54).

Casi la mitad de la población dedicada al cultivo de los cafetales en Guatemala, la gran mayoría de origen indígena, ha tenido que cambiar de trabajo o marcharse a la ciudad con la esperanza de ganar dinero suficiente para

comprar los productos básicos que les permitan permear su difícil situación para el resto del año. Esta situación es alarmante si tomamos en cuenta que, incluso antes de la caída de los precios del café, las condiciones laborales y de vida de estos trabajadores solían ser deplorables (Gresser y Tickell, 2002:11-12; <http://www.elcorreo.eu.org/?lang=fr>; Banco Mundial, 2002:53).

1.5.3 Hambruna entre las familias cafetaleras.

El hambre es especialmente grave en las familias que han optado por dedicar una mayor parte de su tierra al café y no a otros cultivos de subsistencia. Sin embargo, este problema no es nuevo.

Desde la década de 1920, las actividades de subsistencia se vieron desplazadas ininterrumpidamente por el café en ciertas zonas de los países centroamericanos para dedicarlas a la exportación. Paulatinamente, el avance del monocultivo no sólo cambió el campo, sino que provocó una grave dependencia alimentaria (Bethell, 2000:185, 194).

Por ejemplo, a mediados de 2002, en plena crisis del café, el Programa Mundial de Alimentos [agencia especializada de la ONU encargada de distribuir alimentos para apoyar proyectos de desarrollo, refugiados de larga duración y personas desplazadas] alertó que la crisis se había sumado a los graves efectos de una intensa sequía que afectó prácticamente a toda Centroamérica y su producción de granos básicos. Los países más afectados han sido desde

entonces: Guatemala, El Salvador [con un índice de desnutrición infantil que sobrepasa el 23%], y Honduras con más de 30 000 personas sufriendo de hambre (Gresser y Tickell, 2002:10; <http://www.elcorreo.eu.org/?lang=fr>).

Antes, en enero del mismo año, tanto la Unión Europea como la USAID (Agencia Estadounidense de Cooperación para el Desarrollo) alertaron sobre los problemas de empobrecimiento y de seguridad alimentaria de los agricultores de café en Asia y África, resaltando los casos de Vietnam [especialmente la provincia de Dak Lak], y Etiopía donde muchos campesinos estaban vendiendo sus posesiones y ahorrando en comida (Gresser y Tickell, 2002:10; Piot, 2003:10)

1.5.4 Empeoramiento de la atención sanitaria.

La atención sanitaria de diversas naciones, sobretodo africanas, está siendo rebasada por la devastadora combinación entre una creciente demanda de la misma, y la obtención de menores ingresos por el café.

El caso de Etiopía es sumamente revelador y alarmante, ya que el café es su exportación más importante y cerca de 700 000 hogares dependen de él para su sustento, y millones de personas más, de manera indirecta, ven beneficiados sus ingresos con esta actividad. La caída en los beneficios por la exportación de café plantea retos muy serios a la capacidad del país para luchar contra la crisis del SIDA, pues cerca de tres millones de adultos [equivalentes al 5% de la población del país según la agencia de las Naciones

Unidas para el SIDA, ONUSIDA] están infectados por el virus (Gresser y Tickell, 2002:11; Piot, 2003:3-4).

El gobierno etíope, al igual que el de otros países empobrecidos, sufre al contar con presupuestos sumamente limitados para la sanidad pública, los cuales podrían ser financiados por los ingresos del café.

Los costos socioeconómicos del SIDA son altos: la baja productividad provocada por enfermedades, la necesidad de disponer de dinero para pagar la atención sanitaria, los medicamentos, así como los gastos funerarios. Estos costos ya son superiores a los ingresos familiares medios de la gente pobre de las áreas rurales etíopes. Para aquellas familias que confían en los cada vez menores ingresos procedentes del café, la situación es insostenible (Gresser y Tickell, 2002:11; Piot, 2003:11)

1.5.5 Falta de opciones productivas.

El café es un cultivo ideal para pequeños productores pues les ofrece varias ventajas: no necesita demasiada inversión, ni equipo, ni administración sofisticada; las matas producen siempre [aunque sea poco], necesita mano de obra intensiva, es fácil de manejar y de almacenar, y su valor es relativamente alto para un producto agrícola.

Teniendo en cuenta lo anterior, el principal problema al que se enfrenta la población de pequeños productores alrededor del orbe, es el de la diversificación [principal exigencia por parte de los países industrializados], ya que es muy difícil encontrar alternativas viables al café. El proteccionismo y las restricciones de los países desarrollados han dificultado la capacidad de los productores de materias primas para diversificar su economía (Renard, 1993: 40-41).

1.5.6 Crece la atracción por el cultivo de droga.

Una de las consecuencias más inesperadas en materia de desarrollo de los países cafeticultores, resultado de la crisis internacional, ha sido la rápida sustitución del café por los cultivos “ilegales”. Sobre todo en el Perú, Colombia y Bolivia, las condiciones necesarias para cultivar café son muy similares a las del cultivo de la hoja de coca [materia prima para la cocaína]. En Etiopía, los campesinos están cambiando el café por la *catha* o *khat*, una planta de efectos sumamente estimulantes, cuya venta está prohibida en países como España o Estados Unidos. Muchos cafeticultores consideran que el café se ha convertido en una pérdida de tiempo, por eso, al tener pocas opciones de subsistencia, se han convertido en unos de los mejores y más rentables aliados de los cárteles del narcotráfico (Gresser y Tickell, 2002:12; Portillo, 1993:388; http://www.noticias.info/archivo/2003/200312/20031210/20031210_15341.shtm)

1.5.7 La situación de las mujeres cafetaleras empeora.

A los problemas antes expuestos, se suma el de la situación de mujeres que participan en la agricultura cafetalera, siendo éste el grupo más amenazado y olvidado.

Cuando los varones emigran, como resultado de su condición de trabajadores temporales, las mujeres son las encargadas de trabajar la tierra y de asumir los trabajos adicionales como el de la recolección del grano. Cuando la situación se invierte y son ellas las encargadas de fungir como trabajadoras temporales, normalmente reciben un salario menor al de los hombres, no obstante realizar el mismo trabajo [hasta un 30% menos en los países centroamericanos]; cuando los problemas de salud invaden a las familias cafetaleras, las mujeres son las últimas en recibir tratamiento médico pues se considera que su papel es menos prioritario. Las familias se ven obligadas a emplear a todos los miembros de la misma, obligando a los hijos a abandonar sus estudios [especialmente a las niñas] (Gresser y Tickell, 2002:10-11; http://www.noticias.info/archivo/2003/200312/20031210/20031210_15341.shtm; Piot, 2003:8-9).

1.5.8 Las perspectivas a corto y mediano plazo lucen poco alentadoras.

Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo, la mayoría de los cuales son pequeños propietarios empobrecidos, venden ahora sus granos de café a un precio muy inferior a sus costos de producción. Por eso la crisis del

café se ha convertido en un lastre y un serio obstáculo para el desarrollo y sus efectos, sumamente devastadores hasta el día de hoy, se notarán durante mucho tiempo.

Diversas organizaciones, principalmente Oxfam Internacional, alertaron desde principios de la presente década que, de hacer caso omiso a esta situación, se corría el peligro real de que la crisis en los mercados mundiales de café minara considerablemente los esfuerzos para alcanzar los objetivos de desarrollo humano impulsados por la ONU para el 2015.

El hecho de que en 2004 Estados Unidos regresara a formar parte de la OIC, coincidió con un nuevo repunte de los precios [para mediados de 2005 los precios se acercaron al mínimo propugnado por el sistema de “Comercio Justo”] el cual se conservó estable hasta mediados de 2006, situación que llevó a muchas organizaciones y países a anunciar el fin de la crisis internacional del café. Sin embargo, algunos analistas alertan que el alza se debió al aumento en la especulación de los grandes fondos de inversión en el mercado de materias primas; además de la posibilidad de nuevas y recurrentes caídas de los precios, característica esencial de los mercados internacionales de materias primas (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:13; <http://ipsnoticias.net/interna.asp?idnews=29640>).

Aunado a lo anterior, no son pocos los que se inquietan ante la falta de regulaciones económicas plasmadas en los Convenios Internacionales del Café

posteriores a 1989, por lo que se considera que el mercado internacional se sostendrá gracias a la buena voluntad de todos los participantes que conforman la cadena productiva del café, principalmente las naciones desarrolladas y sus empresas (IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2006:13; <http://ipsnoticias.net/interna.asp?idnews=29640>; Banco Mundial, 2002:56-57).

CAPÍTULO 2. LA AGRICULTURA ORGÁNICA Y EL COMERCIO JUSTO DENTRO DEL CONTEXTO INTERNACIONAL: EL CASO DEL CAFÉ.

2.1 Agricultura orgánica a nivel mundial y el caso del café orgánico.

2.1.1. Introducción: la “Revolución Verde”.

Antes de la Primera Guerra Mundial, la agricultura desarrollada sin agroquímicos era la práctica común en el mundo. En el periodo comprendido entre la Primera y la Segunda Guerras Mundiales tanto Estados Unidos como los países más avanzados de Europa implementaron la agricultura científico-técnica, que destacaba por la incorporación de medios mecanizados de producción y de los últimos avances tecnológicos de las ciencias agroquímicas. Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, se promueve en todo el mundo el modelo de producción agrícola denominado “revolución verde”, que tiene por propósito obtener la máxima ganancia en el uso de la tierra, y consiste en fortalecer las semillas por medio de procesos controlados, como son la obtención de semillas mejoradas intervenidas por la genética convencional, el empleo del riego y maquinaria agrícola, la práctica del monocultivo en terrenos planos y extensos y la aplicación de agroquímicos (abonos químicos, pesticidas, fungicidas, insecticidas, herbicidas), los cuales son productos que contaminan el ambiente además de ser perjudiciales para la salud humana (Lamas, Neri, Sánchez, Galaviz, 2003:9-14; Mejía, 2001:2-4).

Posteriormente, a partir de 1980 se da la llamada “nueva revolución verde”, que aplica los adelantos en biotecnología a la elaboración de semillas y otros insumos

agrícolas. Esta nueva forma de producción es promovida por los oligopolios multinacionales especializados en la manufactura de agroquímicos y semillas. La nueva revolución verde reside en el uso de semillas transgénicas, que son aquellas semillas a las que se les ha modificado en forma artificial su cadena original de ADN [ácido desoxirribonucleico], implantándoles genes de otra especie o de otro reino. Ello ha dado como resultado, por ejemplo, que la papa contenga genes del pez; el algodón, la soya o el maíz contenga genes de bacilos, etc. (Lamas *et al.*, 2003:13; Mejía, 2001:2-4).

La agricultura desarrollada con la tecnología de la revolución verde, llamada también “convencional” ha degradado y contaminado el ambiente y lo que lo conforma: aire, agua, suelos, plantas, animales y seres humanos. Algunos de los daños causados por este tipo de agricultura industrial han sido los siguientes:

- Perjuicios cada vez más usuales en la salud de las personas que usan agroquímicos o las que habitan en las poblaciones cercanas a los campos donde son usados. La ciencia médica ha comprobado que, por causa del uso masivo de agroquímicos, se incrementa el cáncer, las alergias, daños agudos o crónicos en los sistemas del cuerpo humano; cabe decir que, de 4,500 sustancias usadas en este tipo de agricultura, el 51% puede inducir a la producción de alteraciones genéticas y tumores.

- Pérdida de la riqueza genética de las semillas en las variedades locales o tradicionales por la introducción de variedades transgénicas. Como ejemplo, en los Estados Unidos, principal nación que impulsa este tipo de agricultura, se han perdido las variedades de col en un 95%, el 94% de las de los chícharos, el 91% en las de maíz, el 86% de las de manzanas y el 81% de las de tomate.

- Daño en los agrosistemas debido a las grandes plantaciones de monocultivos que afectan la biodiversidad y los recursos naturales.

- Daños a la salud humana por los transgénicos, que aún son desconocidos.

- La contaminación de los mantos acuíferos, la deforestación de bosques y selvas, la degradación y erosión de los suelos por acumulación de sales y pérdida de nutrientes y materia orgánica (Lamas *et al.*, 2003:9-14; Mejía, 2001:2-4;
<http://www.autosuficiencia.com.ar/shop/detallenot.asp?notid=958>).

- México tiene un problema creciente con la contaminación en el maíz que han producido los organismos genéticamente modificados o transgénicos, que fueron traídos en semillas de maíz compradas a Estados Unidos de América. Por este hecho se dice que todas las tortillas en México tienen residuos de organismos transgénicos. Este problema es de sumo cuidado,

porque México fue el centro de la biodiversidad del mundo para el maíz, que ahora se encuentra en peligro (Lernoud, Piovano, 2006:166).

Por lo anteriormente expuesto, se puede decir que este tipo de agricultura ha demostrado ser un modelo de producción equivocado, que perjudica el bienestar ambiental y la salud humana. En la actualidad, es duramente criticada por todos los efectos que ha tenido a través de los años. Con todo, aún es el método más usado en el mundo, pero sus efectos adversos desde sus inicios a principios del siglo XX, han propiciado también, el surgimiento de formas alternativas de producción agrícola, que buscan corregir el rumbo de la agricultura en el mundo.

2.1.2 Definición de la agricultura orgánica.

La agricultura orgánica es el tipo de agricultura que, en su proceso, utiliza métodos respetuosos con el medio ambiente en todas sus etapas, evitando así la destrucción de los recursos naturales, en contraposición de la agricultura convencional o vinculada a la revolución verde. La producción orgánica va más allá de ocuparse sólo del producto, además se aplica a todo el sistema utilizado para su producción, manejo y distribución (El-Hage, Hattam, 2003:3; Sligh, Christman, 2003:5).

El término orgánico o agricultura orgánica, tiene su base en entender este tipo de agricultura como un organismo, en la que todas sus partes: el suelo, el agua,

materia orgánica, microorganismos, insectos, plantas, animales y humanos; se conjugan para formar un todo coherente, es decir, un sistema biológico (Lamas *et al.*, 2003:15).

Existen dos fuentes principales de principios y requerimientos generales que a nivel internacional rigen a la agricultura orgánica. Una de las dos es el *Codex Alimentarius*, que es el conjunto de normas internacionales para la agricultura establecido por la Organización de la Alimentación y Agricultura de las Naciones Unidas [FAO siglas en inglés] y la Organización Mundial de la Salud [OMS], que en las Directivas del *Codex Alimentarius* para la Producción, Procesamiento, Etiquetado y Comercialización de los Alimentos Producidos Orgánicamente, establece (El-Hage, Hattam, 2003:3; Sligh, Christman, 2003:5; Rodríguez, 2005:19):

"La agricultura orgánica forma parte de una vasta gama de metodologías que apoyan la protección del medio ambiente. Los sistemas de producción orgánica se basan en normas de producción específicas y precisas cuya finalidad es lograr agroecosistemas óptimos, que sean sostenibles desde el punto de vista social, ecológico y económico. En el intento de describir más claramente el sistema orgánico se usan también términos como biológico y ecológico. Los requisitos para los alimentos producidos orgánicamente difieren de los relativos a otros productos agrícolas en el hecho de que los procedimientos de producción son parte intrínseca de la identificación y etiquetado de tales productos, así como de las declaraciones de propiedades

atribuidas a los mismos. Orgánico es un término de etiquetado que indica que los productos se han producido con arreglo a las normas de la producción orgánica, y que están certificados por un organismo o autoridad de certificación debidamente constituida. La agricultura orgánica se basa en la reducción al mínimo del empleo de insumos externos, y evita el empleo de fertilizantes y abonos sintéticos. Debido a la contaminación ambiental generalizada las prácticas de agricultura orgánica no pueden garantizar la ausencia total de residuos. Sin embargo, se aplican métodos destinados a reducir al mínimo la contaminación del aire, el suelo y el agua. Los manipuladores, elaboradores y vendedores al por menor se adhieren a normas que mantienen la integridad de los productos de agricultura orgánica. La meta principal de la agricultura orgánica es lograr un nivel óptimo de salud y productividad de las comunidades interdependientes de organismos del suelo, plantas, animales y seres humanos".

(http://www.codexalimentarius.net/web/standard_list.do?lang=es).

La otra fuente de información es la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica [IFOAM, siglas en inglés], que es un organismo internacional del sector privado que agrupa a unas 750 organizaciones miembros en más de 100 países, cuya oficina central se encuentra en la ciudad de Bonn, Alemania (El-Hage, Hattam, 2003:3; Rodríguez, 2005:19).

La definición de IFOAM de agricultura orgánica fue aprobada por su Asamblea General en Vignola, Italia, en junio de 2008, y es la siguiente (IFOAM, 2008:1):

"La agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella" (IFOAM, 2008:1).

[Para nombrar este tipo de agricultura, las palabras orgánica, ecológica y biológica se consideran sinónimos] (IFOAM, 2008:1).

2.1.2.1 Certificación y características de la agricultura orgánica.

La agricultura orgánica responde a la demanda de productos sanos, además del creciente apoyo por el respeto al medio ambiente por parte de los consumidores. Los productos orgánicos en su mayoría, tienen un precio por encima de los productos de la agricultura convencional, el consumidor está de acuerdo en pagar este sobrepeso por las características que hacen diferente a los productos orgánicos. Por ello que se torna necesaria la certificación de los productos orgánicos, para respaldar y garantizar a los consumidores que dichas

características se cumplen (El-Hage, Hattam, 2003:66; Lamas *et al.*, 2003:50-51; Renard, 1999:177).

La certificación en la agricultura orgánica permite a los productores acceder a este nicho del mercado y obtener el sobreprecio que el sello de orgánico brinda a sus productos. Este sobreprecio es muy variable y responde a los altos costos de certificación, el largo tiempo de transición (tres años), la disminución del rendimiento en los cultivos, el incremento en el costo de la mano de obra y las leyes de la oferta y la demanda. La certificación es un instrumento mercantil, en el que los productores obtienen un sello que aparece en sus productos, con el cual se garantiza al consumidor que el producto cumple con todas las normas de la agricultura orgánica. El sello de orgánico, es obtenido a través de las empresas certificadoras (Lamas *et al.*, 2003:35,50-51).

Las reglas de la certificación en un principio fueron desarrolladas por granjeros y pequeñas organizaciones de granjeros en Europa y Estados Unidos, dichas reglas obedecían a las condiciones y el mercado local. Pero con la expansión internacional de la agricultura orgánica surgieron organizaciones más grandes y con carácter internacional, las cuales establecieron reglas globales. A través del tiempo y en diferentes partes del mundo las empresas del comercio, organizaciones no gubernamentales y, más recientemente, los gobiernos nacionales, también han comenzado a crear sus propias reglas de certificación.

Actualmente existen certificaciones gubernamentales por parte de la Unión Europea y Estados Unidos de América, que son el principal mercado de los productos orgánicos de los países en desarrollo, situación que ha aumentado la complejidad del comercio de lo orgánico en el mundo, por lo que se pretende armonizar las reglas entre los distintos actores internacionales de la certificación orgánica para beneficiar con ello a todos los involucrados (Sligh, Christman, 2003:5,19-20).

La mayoría de las empresas certificadoras son representadas por la IFOAM, la cual no certifica los productos, sólo acredita a las empresas que lo hacen. El servicio de acreditación lo lleva a cabo el Servicio de Acreditación Internacional Ecológico [IOAS, siglas en inglés] (Rodríguez, 2005:19; Sligh, Christman, 2003:5).

El proceso de la certificación orgánica tiene dos etapas: la inspección y la certificación. El proceso inicia cuando es contactada la empresa certificadora por el productor, la cual le da a conocer las normas, el productor envía información relativa a su cultivo, llena formularios, firma los acuerdos de membresía y cubre la cuota de inscripción.

El proceso de certificación requiere, a su vez, de una inspección, la cual es hecha por un inspector independiente asignado por la empresa certificadora, que revisa a

nivel de empresa u organización de productores todo el proceso de producción orgánico:

"A) el proceso de producción, para lo cual se realizan recorridos a las parcelas y sus alrededores, a efecto de verificar el cumplimiento de las técnicas orgánicas.

B) el acondicionamiento y/o procesamiento, en donde la inspección comprende la visita a los beneficios (café, vainilla, etc.) y los tratamientos postcosecha (hortalizas, frutas, entre otros); esta revisión puede hacerla el mismo inspector u otro diferente, ya que en algunos casos se considera como una inspección separada del cultivo.

C) el control administrativo, en donde se comprueban las cifras reportadas de productos orgánicos generados y las ventas realizadas, también se examinan los registros de los insumos adquiridos y todos los materiales utilizados para la producción.

Algunos de los requisitos que se solicitan al productor y que se verifican al realizar la inspección son: el plano de localización de la unidad de

producción, el historial productivo, el plan de manejo, las bitácoras, el sistema de seguimiento y los registros de cosecha, almacenamiento y ventas.

Entre las obligaciones que tienen los inspectores al verificar una unidad de producción están las de garantizar la confidencialidad de la información que le proporciona el productor, conocer las normas de la agencia para la cual está verificando, realizar la inspección y enviar su reporte al comité de certificación con información verídica.

La certificación corre a cargo del Comité de Certificación de la agencia certificadora que analiza y evalúa el reporte entregado por el inspector. Las resoluciones del Comité pueden ser: a) certificación del sistema de producción, b) certificación condicionada a la realización de algunos cambios al sistema, o bien c) sin certificación. Sólo en los dos primeros casos el productor tiene derecho a utilizar el sello de la empresa certificadora" (Lamas et al., 2003:52).

2.1.2.2 Características de la agricultura orgánica.

La agricultura orgánica, como ya hemos mencionado, responde a la demanda por parte de los consumidores de alimentos sanos, sin residuos químicos, y de un

creciente interés de proteger el medio ambiente, dando apoyo a las formas de cultivo que respetan y protegen la naturaleza (Mejía, 2001:5; Renard, 1999:177).

La agricultura orgánica es un sistema de producción sostenible que tiene como principios el proveer de alimentos sanos de alta calidad nutritiva, proteger el medio ambiente para garantizar la fertilidad natural del suelo, dar seguridad a los productores, aprovechar los recursos locales para tener un modo de producción lo más independiente posible, disminuir el gasto de energía, mantener y proteger la diversidad genética de los cultivos y de las plantas con las que comparte la tierra, apoyar la protección del hábitat natural de las especies de animales y plantas silvestres (Lamas *et al.*, 2003:17).

Es un sistema de producción agrícola que garantiza la independencia alimentaria y económica, genera fuentes de trabajo y fomenta la calidad de vida de los productores. Todos sus procesos son amigables con el medio ambiente, utiliza insumos naturales, control biológico y mecánico de plagas, prácticas de labranza que protegen el suelo, en ninguna de sus fases de producción presenta residuos tóxicos. Además, su éxito en el mercado mundial da seguridad económica a la población rural (*Ibid.*).

Con base en lo acordado en la Asamblea General de 2005 de la IFOAM, la agricultura orgánica se maneja con base en los principios de salud, ecología, equidad y precaución.

El principio de salud es: *"La agricultura orgánica debe sostener y promover la salud de suelo, planta, animal, persona y planeta como una sola e indivisible"*. La agricultura orgánica debe, en todas sus fases desde la producción, transformación, distribución y consumo, mantener y proteger la salud de todos los seres vivos, suelo, aire, agua, de todos los elementos involucrados. Por esta directiva, la agricultura orgánica no usa agroquímicos o cualquier otra sustancia que pudiera resultar nociva para la salud (IFOAM, 2006:3-4).

El principio de ecología es: *"La agricultura orgánica debe estar basada en sistemas y ciclos ecológicos vivos, trabajar con ellos, emularlos y ayudar a sostenerlos"*. El sistema de la agricultura orgánica es ecológico y de reciclaje, respetándose siempre el ambiente en el que se trabaja; obedeciendo los ciclos naturales que son específicos de cada lugar; diseñando sistemas agrarios que permitan proteger y mantener el medio ambiente en su totalidad (IFOAM, 2006:3-4).

El principio de equidad es: *"la agricultura orgánica debe de estar basada en relaciones que aseguren equidad con respecto al ambiente común y a las oportunidades de vida"*. Se debe asegurar que predomine la justicia en toda relación y nivel dentro de la agricultura orgánica, se requiere para ello que los sistemas de producción, distribución y comercialización sean abiertos y justos, que tengan en cuenta los costos reales en el ámbito social y ambiental. Se debe asegurar y otorgar a todos los involucrados una buena calidad de vida, apoyar la soberanía alimentaria y reducir los niveles de pobreza.

Se debe otorgar un trato justo a los animales, que sus condiciones de vida sean dignos y les propicien bienestar (IFOAM, 2006:3-4).

El principio de precaución es: *"La agricultura orgánica debe ser gestionada de una manera responsable y con precaución para proteger la salud y el bienestar de las generaciones presentes y futuras y el ambiente"*. La agricultura orgánica crea sus estrategias o planes agrícolas combinando el saber científico y del conocimiento tradicional y local que ha sido comprobado por el tiempo y la experiencia. Se beneficia de los adelantos de la ciencia y la tecnología, pero tiene cuidado en elegir sólo las que sean acorde a sus normas, rechazando las que puedan poner en riesgo la salud del ser humano o el equilibrio natural del medio ambiente, como el caso de la ingeniería genética (IFOAM, 2006:3-4; tabla 2.1).

Tabla 2.1: Diferencias entre agricultura orgánica y convencional.

AGRICULTURA ORGÁNICA	AGRICULTURA CONVENCIONAL
Manejo versátil de producción de alimentos ajustado a las condiciones del productor	Paquete tecnológico rígido derivado de la “Revolución Verde”
Manejo integral y holístico de los recursos naturales agua-suelo-planta-animal-medio ambiente-hombre	Especialización por cultivo
Prohibición de agroquímicos sintéticos y reguladores de crecimiento	Fuerte contaminación por agroquímicos Agua-suelo-salud humana
Combinación de conocimientos científicos modernos con los tradicionales	Eventualmente ingeniería genética y biotecnología sofisticadas
Normas estrictas de producción y certificación del sistema de producción, que garantizan a los consumidores la autenticidad de los productos	Certificación del producto
Dos orientaciones: Autosuficiencia alimentaria Conservación ambiental sostenible	Producción directa para la exportación: Criterio productivista
Manejo adecuado del bosque y sustratos inferiores Alternativa para la agricultura de montaña	Después de aplicar durante 4 décadas el modelo: -No autosuficiencia alimentaria -Contaminación de suelos y aguas -Erosión del suelo -Abandono de tierras por improductivas

Fuente: (Lamas *et al.*, 2003:21).

2.1.3 Origen de la agricultura orgánica.

La agricultura orgánica surgió a principios del siglo XX como alternativa a la agricultura industrial, llamada también revolución verde. Son varios los pioneros de este tipo de agricultura alternativa; por la importancia reconocida de sus aportaciones, mencionaremos el método orgánico del inglés Albert Howard y la agricultura biodinámica desarrollada por seguidores del austriaco Rudolf Steiner (http://journeytoforever.org/farm_library/howard.html; El-Hage, Hattam, 2003:3; Lamas *et al.*, 2003:15; Mejía, 2001:6-7).

2.1.3.1 El método orgánico de Albert Howard.

Albert Howard [1873-1947], considerado como el fundador del movimiento de la agricultura orgánica, estudió agronomía en la Universidad de Cambridge, se especializó en micología [la ciencia de los hongos], con énfasis en los patógenos a cultivos. Trabajó como investigador de agricultura en la India a partir de 1905, primero como asesor agrícola en la India Central y Rajputana, luego como director del instituto para la Vida de las Plantas de Indore, donde desarrolló el conocido proceso de compostaje Indore como base agrícola, que le dio al antiguo sistema de abonado una base científica firme, su método de compostaje, que está basado en las prácticas milenarias hindúes se compone de 2/3 de estiércol y 1/3 de hierbas (Mejía, 2001:6; http://journeytoforever.org/farm_library/howard.html).

En la India, Howard amplió sus conocimientos prácticos a la vez que observó el contraste entre las técnicas agrícolas contemporáneas que él venía a enseñar en

un principio y las tradicionales, de las que parte su método, que se contraponen con la agricultura industrial. En 1931, publicó "*The Waste Products of Agriculture: Their Utilization as Humus*", libro en el que explica su método de compostaje Indore, en el que la composta es un instrumento agrícola fundamental. A partir de la experiencia demostrada durante cinco mil años por 500 mil aldeas hindúes, donde la salud proviene de alimento sano y éste de tierra sana y la tierra se mantiene sana a través del compostaje de origen natural. Además, durante el tiempo que estuvo en la India observó que las cosechas y los animales más sanos eran los que evitaron los fertilizantes químicos para el abonado (Mejía, 2001:6; http://journeytoforever.org/farm_library/howardAT/AT1.html).

Albert Howard regresó a Inglaterra en 1935 donde, junto con sus seguidores, se dio a la tarea de divulgar y desarrollar el conocimiento que había adquirido en la India. De su experiencia en el país asiático surgió su sistema de cultivo al cual llamó método orgánico, el cual es explicado en su libro "*Un testamento agrícola*" ("*An Agricultural Testament*", 1940). Howard dejó de lado las restricciones de la agronomía convencional y la forma de investigación convencional conducida por equipos de especialistas en las condiciones de laboratorio, donde cada uno es un fragmento del conjunto, aportando un fragmento aislado de conocimiento. La especialización para él era: aprender cada vez más sobre cada vez menos (Mejía, 2001:6; http://journeytoforever.org/farm_library/howardAT/AT1.html).

El método orgánico de Howard consiste en adoptar a la naturaleza como maestro, la llamaba "el granjero supremo", a los parásitos y malas hierbas los llamó "profesores de la agricultura", porque actúan como censores de los niveles de fertilidad del suelo y de las cosechas inadecuadas que crecen en malas condiciones. Howard argumentaba que lo que tenía que hacerse era corregir las malas condiciones, siguiendo métodos naturales, y no aplicando venenos químicos (http://journeytoforever.org/farm_library/howardAT/AT1.html).

Howard afirmó que las pérdidas en la fertilidad de los suelos pueden ser revertidas solamente con la producción de humus a partir de los restos vegetales y animales mediante el proceso de abonado. Investigó también un aspecto nutricional de la planta poco conocido, la asociación de micorrizas, que es el puente fungoso vivo entre el humus en el suelo y la savia de plantas. [Las micorrizas son órganos formados por la raíz de una planta y el micelio de un hongo. Funcionan como un sistema de absorción que se extiende por el suelo y es capaz de proporcionar agua y nutrientes (nitrógeno y fósforo principalmente) a la planta, y proteger las raíces contra algunas enfermedades. El hongo, por su parte, recibe de la planta azúcares provenientes de la fotosíntesis] (<http://es.wikipedia.org/wiki/Micorriza>; http://journeytoforever.org/farm_library/howardAT/AT1.html).

La madre tierra cultiva siempre con la acción viva. Levanta siempre cosechas mezcladas, no hay monocultivos en la naturaleza, el medio natural preserva el

suelo y previene la erosión. Los restos y residuos mezclados de vegetales y animales se convierten en humus, no hay basura, todo es utilizado. Los procesos de crecimiento y los procesos de abatimiento están en equilibrio. Se mantiene así la fertilidad. La idea de Howard era volver a una agricultura rural que diera prioridad a la fertilidad del suelo mediante la aportación de materia orgánica, el compostaje, el cual, además de mejorar las condiciones físico-químicas del suelo, favorecería la resistencia de la planta ante las plagas y las enfermedades (Mejía, 2001:6; http://journeytoforever.org/farm_library/howardAT/AT1.html).

Algunos seguidores de esta modalidad difundieron estas ideas por el Reino Unido y por los Estados Unidos, dando lugar a una de las asociaciones promotoras más antiguas en este campo, la *Soil Association*, que fue fundada en 1946 en Inglaterra, portavoz de un modelo de agricultura natural y no contaminante. La doctrina de Howard llegó a Estados Unidos de la mano de J. I. Rodale. La lectura del libro "*Un testamento Agrícola*" de Albert Howard, condujo a J. I. Rodale a publicar las revistas, aún vigentes, "*Organic Farming and Gardening*" (llamada ahora "*Organic Gardening*"), y "*Prevention*", considerada la primera, como la Biblia del movimiento orgánico, que actualmente tiene muchos seguidores en Estados Unidos. Fundó también, en 1947, la Fundación del Suelo y la Salud, que es el precursor del Instituto Rodale, que es reconocido internacionalmente por su compromiso con la investigación e innovación de la agricultura orgánica, abogando también por políticas que apoyen a los agricultores, y educando a la gente acerca de cómo lo orgánico es la más segura y sana opción para las

personas y el planeta (Mejía, 2001:6-7; http://www.rodaleinstitute.org/about_us; <http://www.soilassociation.org/Aboutus/Ourhistory/tabid/70/Default.aspx>).

2.1.3.2 La agricultura biodinámica de Rudolf Steiner.

La llamada agricultura biodinámica, fue formulada por Rudolf Steiner [1861-1925], fundador de la Antroposofía. Dictó su ideario agrícola en ocho conferencias realizadas ante un grupo de agricultores, del 7 al 16 de junio, en el castillo de los condes de Keyserlingk, en Koberwitz, Breslau [ciudad que antes de 1945 pertenecía a Alemania y después pasó a formar parte de Polonia], en el año 1924. La Antroposofía considera que la ciencia no ha de limitarse a considerar sólo el mundo material, sino que ha de incluir otras dimensiones suprasensibles (El-Hage, Hattam, 2003:3-4; Lamas *et al.*, 2003:15-16; Mejía, 2001:7).

Corresponde a Pfeiffer, un discípulo de Steiner, el desarrollo inicial de los principios de esta agricultura biodinámica establecidos por Steiner, principios sobre los que, actualmente, reposa este sistema agrario de producción (El-Hage, Hattam, 2003:3-4; Lamas *et al.*, 2003:15-16; Mejía, 2001:7).

Los principios de la agricultura biodinámica mencionan que el suelo no es un material inerte o un mero substrato físico de amarre para los vegetales. Su parte orgánica (especialmente el humus) y su parte viviente (microorganismo, etc.) son

de gran importancia; que los microorganismos del suelo son los encargados, mediante su actividad metabólica, de transformar los elementos químicos insolubles, necesarios para el crecimiento vegetal, en elementos solubles y asimilables para las plantas. Por ello que ha de favorecerse su presencia y actividad mediante la aportación de materiales orgánicos a través de la composta, ricos en humus; establece que los abonos minerales solubles han de evitarse, puesto que favorecen el desarrollo de plagas y enfermedades en las plantas; por último, las plagas y enfermedades sólo aparecen cuando las plantas de cultivo sufren algún desequilibrio (El-Hage, Hattam, 2003:3-4; Lamas *et al.*, 2003:15-16; Mejía, 2001:7).

Para evitar estos desequilibrios, se potencia el uso de técnicas preventivas aplicándose los llamados preparados biodinámicos, unos productos obtenidos de la dilución y dinamización de elementos naturales [según principios similares a los de la homeopatía] que se incorporan al suelo, sobre las plantas y sobre la composta (El-Hage, Hattam, 2003:3-4; Lamas *et al.*, 2003:15-16; Mejía, 2001:7).

2.1.4 Desarrollo y estado actual de la agricultura orgánica.

El desarrollo de la agricultura orgánica de principios del siglo XX a 1970 fue un período difícil y con problemas financieros para el movimiento orgánico. Después de la Segunda Guerra Mundial, a pesar de los esfuerzos de diversos grupos, el movimiento orgánico aún carecía de fuerza en Europa en los años 1950's, ya que el objetivo principal de la agricultura era mejorar la producción y satisfacer las necesidades inmediatas, dando los gobiernos por tal razón el apoyo total a la agricultura convencional o de revolución verde (Lamas *et al.*, 2003:16).

Entre 1970 y 1980 debido al incremento en la demanda de productos orgánicos por parte de los consumidores de países del primer mundo, se pudieron establecer las estructuras y esquemas del movimiento orgánico, y hacer crecer los adeptos a los movimientos ecologistas. En 1972 se constituyó en Francia la IFOAM, cuya misión, además de acreditar a las empresas certificadoras, era poner en evidencia los efectos nocivos de la agricultura de revolución verde y demostrar que la agricultura orgánica era un medio eficaz de resolver los diferentes problemas que la agricultura convencional había causado y causaría en todo el planeta (Lamas *et al.*, 2003:16).

Es hasta después de 1980 que la agricultura orgánica ganó presencia y aceptación a nivel nacional e internacional y algunos gobiernos introdujeron planes económicos para apoyar a los productores orgánicos. El reconocimiento internacional a este sistema de producción se hizo cuando los gobiernos de Suiza, Dinamarca y Alemania apoyaron económicamente a los productores para convertirse a la producción orgánica, desarrollando posteriormente la legislación

correspondiente. Los años 1980 vieron desarrollar la agricultura orgánica en la mayor parte de los países europeos y los Estados Unidos, países que son también los principales consumidores de los productos de este tipo de agricultura (Lamas *et al.*, 2003:16).

2.1.4.1 El estado actual de la agricultura orgánica y el café orgánico en el mundo.

De acuerdo a datos de los informes anuales "*The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2006*" y "*The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2009*" publicados en inglés por el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica [FiBL, siglas en alemán] y la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica [IFOAM, siglas en inglés], en el año 2009 la agricultura orgánica mantiene su crecimiento continuo en 141 países del mundo.

- En el mundo hay 32.2 millones de hectáreas que son manejadas dentro de las normas de la agricultura orgánica por 1.2 millones de productores. En adición a la tierra cultivada, hay 0.4 millones de hectáreas de acuacultura certificada como orgánica (Willer, Klicher, 2009:19).
- Las regiones con las extensiones más grandes de tierra cultivada orgánicamente son: Oceanía, Europa y América Latina. Los países con las extensiones más grandes de tierra cultivada orgánicamente son: Australia, Argentina y Brasil (Mapa 1; Willer, Klicher, 2009:19).

- El mayor porcentaje de tierras manejadas orgánicamente están en Europa: Liechtenstein, Austria y Suiza (Willer, Klicher, 2009:19).

Mapa 1: Tierra agrícola bajo manejo orgánico por regiones 2007.



Fuente: Willer y Klicher, 2009:20.

- Los países con el mayor número de productores son: Uganda, India y Etiopía. Casi la mitad de los productores orgánicos del mundo se encuentran en África (Willer, Klicher, 2009:19).

- Más o menos un tercio de la tierra cultivada orgánicamente en el mundo, casi 11 millones de hectáreas, está localizada en países en desarrollo. La mayor superficie está en países de América Latina, con Asia y África en segundo y tercer sitio. Los países en desarrollo con mayor extensión de tierra cultivada orgánicamente son: Argentina, Brasil, China, India y Uruguay (Willer, Klicher, 2009:19).
- Casi dos tercios de la tierra bajo el manejo orgánico es tierra de pastizales [20 millones de hectáreas]. El área de cultivo [tierra cultivable y cultivos permanentes] constituye 7.8 millones de hectáreas. Hay una clara tendencia de crecimiento de las tierras de cultivo, de los que ciertos cultivos orgánicos tienen las tendencias más altas. Tal es el caso del café y el olivo, que en ciertos países representan más del 5% del total de la superficie cosechada, y en algunos países como México, el 30% del café que se produce es orgánico (Willer, Klicher, 2009:19).
- A nivel global, la tierra orgánica en 2009 ha aumentado en casi 1.5 millones de hectáreas comparada con los datos del 2006. 1.4 millones de hectáreas manejadas orgánicamente más fueron reportadas para América Latina. 0.33 millones de hectáreas se incrementó en Europa la tierra cultivada orgánicamente y en 0.18 millones de hectáreas más en el caso de África (Willer, Klicher, 2009:19).

La situación actual de la agricultura orgánica en las diferentes regiones del planeta es de continuo crecimiento.

En África, hay casi 900,000 hectáreas de tierras cultivadas de agricultura orgánica certificada. Ésta constituye el 3% de la tierra cultivada orgánicamente en el mundo. Se han reportado 530,000 productores. Los países con el mayor número de tierras orgánicas son: Uganda con 296,203 hectáreas, Túnez con 154,793 hectáreas y Etiopía con 140,398 hectáreas. El mayor volumen de la producción orgánica certificada está destinado al mercado de exportación, siendo la mayor parte de los productos exportados a la Unión Europea, la cual es para África el mayor mercado para sus productos agrícolas. El mercado africano de productos orgánicos es todavía pequeño. Tres países tienen una regulación orgánica y siete están en el proceso de legislación (Willer, Klicher, 2009:21).

En Asia el área total de tierra manejada orgánicamente es de 2.9 millones de hectáreas, lo que constituye el 9% de la tierra de cultivo orgánico en el mundo. Se han reportado 230,000 productores. Los países líderes son: China con 1.6 millones de hectáreas e India con 1 millón de hectáreas. La mayor proporción de tierras cultivadas orgánicamente con respecto a toda la tierra de uso agrícola se da en Timor Oriental, con un 7%. Cabe resaltar que la recolección de productos orgánicos en áreas silvestres en India y China tiene un papel preponderante. El consumo interno de los productos orgánicos está creciendo en las grandes ciudades de Asia. Se tiene regulaciones orgánicas en nueve lugares y siete países están legislando sus reglamentaciones (Willer, Klicher, 2009:21-22).

En Europa a fines de 2007 7.8 millones de hectáreas eran manejadas orgánicamente, por más de 200,000 granjas. En la Unión Europea 7.2 millones de hectáreas eran manejadas orgánicamente, por más de 180,000 granjas orgánicas. 1.9% del área agrícola en Europa y 4% del área agrícola en la Unión Europea era orgánica y 24% de la tierra orgánica del mundo está en Europa. Los países con las mayores extensiones de tierra cultivada con sistemas orgánicos en ese año eran: Italia con 1,150, 253 hectáreas, España con 988,323 hectáreas y Alemania con 865,336 hectáreas. Las ventas de productos orgánicos fueron aproximadamente de 16 billones de euros en el año de 2007. El mercado más grande para productos orgánicos en 2007 fue Alemania con 5.3 billones de euros, seguido por el Reino Unido con 2.6 billones de euros, Francia e Italia, ambos con 1.9 billones de euros. Como porción del total del mercado, el más alto nivel fue encontrado en Austria, Dinamarca y Suiza, con aproximadamente el 5% para los productos orgánicos. En estos mismos países se dieron también las compras más altas por persona de productos orgánicos (Willer, Klicher, 2009:22).

El apoyo a la agricultura orgánica en la Unión Europea y sus países vecinos incluye subvenciones correspondientes a programas de desarrollo rural, protección legal, planes como bloque europeo, así como también planes nacionales de acción. Uno de los principales instrumentos del Plan de Acción Europeo de alimentos orgánicos y agricultura, fue una campaña de información que se puso en marcha en el año de 2008 con el fin de aumentar la conciencia sobre la agricultura orgánica en toda la Unión Europea. Aunado a esto, la mayoría de los Estados miembros de la Unión Europea cuentan con planes nacionales de

acción para impulsar la investigación de la agricultura orgánica, una plataforma tecnológica unida al esfuerzo de la industria y la sociedad civil en apoyo a lo orgánico. Los responsables políticos han priorizado la investigación y la visión de que el potencial de la producción de los alimentos orgánicos es fundamental para mitigar algunos de los principales problemas mundiales del cambio climático y la seguridad alimentaria de la amplia gama de retos socioeconómicos en las zonas rurales (Willer, Klicher, 2009:22).

En América Latina 220,000 productores manejaban 6.4 millones de hectáreas de tierra orgánica en el año de 2007, lo que constituye el 20% de la tierra orgánica en el mundo. Los países líderes para ese año eran: Argentina con 2'777,959 hectáreas, Brasil con 1'765,793 hectáreas y Uruguay con 930,965 hectáreas. El más alto porcentaje de tierras orgánicas en comparación con el total del área agrícola total se encontraba en República Dominicana y Uruguay con más del 6% y en México y Argentina con más del 2%. La mayor parte de la producción orgánica en América Latina está destinada al mercado de exportación. Los cultivos importantes son: frutas tropicales, granos y cereales, café y cocoa, azúcar y carne. Las mayores ventas de alimentos orgánicos en el mercado interno de los países ocurren en las ciudades más grandes, como Buenos Aires y San Paulo (Willer, Klicher, 2009:22).

Quince ciudades tienen una legislación de agricultura orgánica, y cuatro más están actualmente desarrollando una regulación orgánica. Costa Rica y Argentina tienen

estatus de tercer país de acuerdo a las regulaciones de agricultura orgánica de la Unión Europea (Willer, Klicher, 2009:22).

En reconocimiento del importante crecimiento del sector orgánico en la economía agrícola de América Latina, las instituciones de gobierno han empezado a estar más involucradas, y han desempeñado un papel central en la promoción de la agricultura orgánica. Los tipos de apoyo a la agricultura orgánica en los países de América Latina son variados, hay programas de promoción y de apoyo para facilitar el acceso al mercado por las agencias exportadoras; en algunos países se da un apoyo financiero para pagar el costo de la certificación durante el periodo de conversión (Willer, Klicher, 2009:23).

En Norte América casi 2.2 millones de hectáreas son manejadas orgánicamente, representando aproximadamente un 0.6% del total del área agrícola. Actualmente, el número de granjas es de 12,064. La mayor parte de la tierra orgánica se encuentra en los Estados Unidos de América que posee 1.6 millones de hectáreas de acuerdo a datos de 2005. El 7% de la tierra orgánica del mundo se encuentra en Norte América (Willer, Klicher, 2009:23).

Valuado en más de 20 billones de dólares en 2007 por el Monitor Orgánico, el mercado en Norte América cuenta con el 45% de los ingresos globales de la agricultura orgánica. El creciente consumo demanda alimentos saludables y nutritivos y el crecimiento de la distribución en los canales convencionales de comestibles hace que el mercado se maneje mejor. La industria de lo orgánico en

Estados Unidos de América creció 21% en ventas en el 2006, se preveía que experimentaría un crecimiento del 18% en ventas crecientes cada año en promedio de 2007 al 2010, aunque había cierta inseguridad en que no se podría dar así por la crisis económica del 2008. En Canadá aunque se esperaba que hubiera un detrimento por la crisis a pesar del crecimiento de su mercado, aunado a la introducción de sus nuevas regulaciones orgánicas, se preveía que mejoraría en los siguientes años (Willer, Klicher, 2009:23).

El Programa Nacional Orgánico de los Estados Unidos de América ha sido reforzado desde el año 2002. Canadá tuvo un fuerte estándar orgánico desde 1999; aunque éste había sido voluntario y no obedecía a ninguna regulación; a partir de 2009 cuenta con la Regulación de Productos Orgánicos de Canadá. El etiquetado orgánico canadiense es muy similar al de Estados Unidos de América y al de la Unión Europea. En 2008 la nueva Ley de Granjas fue aprobada por el congreso de los Estados Unidos de América, lo que permitió incrementar aproximadamente en 112 millones de dólares los gastos de la agricultura orgánica y programas, en otras palabras, esta nueva ley que tiene un tiempo de vigencia de cinco años proveerá de cinco veces más apoyo al sector orgánico en comparación a lo que recibía en la anterior ley (Willer, Klicher, 2009:23).

En Oceanía, región que incluye Australia, Nueva Zelanda, los Estados isleños Fidji, Papúa Nueva Guinea, Tonga y Vanuatu, todas juntas tienen 7,222 productores, que manejan casi 12.1 millones de hectáreas, constituyendo el 2.6% de la tierra agrícola en el área y el 38% de la tierra orgánica en el mundo. El 99%

de la tierra orgánica en la región se encuentra en Australia, con 12 millones de hectáreas, de las que el 97% son tierras extensivas de pastoreo, es seguida por Nueva Zelanda con 65,000 hectáreas y Vanuatu con 8,996 hectáreas. La creciente industria de la región ha sido fuertemente influenciada por el rápido aumento de la demanda de los otros continentes, con todo, los mercados internos mantienen su crecimiento (Willer, Klicher, 2009:23-24).

Australia ha tenido un estándar nacional para los productos orgánicos y biodinámicos desde 1992; cuenta además junto con Nueva Zelanda con estatus de tercer país para la Unión Europea. Tanto Australia como Nueva Zelanda, cuentan con programas de apoyo y promoción de la agricultura orgánica (Willer, Klicher, 2009:21-24).

2.1.4.2 Agricultura orgánica en México.

En México, de acuerdo a datos de la Encuesta 2005/2006 del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica [FiBL, siglas en alemán] hay más de 300,000 hectáreas de tierra orgánica. Hay cerca de 120,000 granjas con certificación orgánica, muchas de ellas son pequeñas y pertenecen a personas indígenas; se manejan bajo el sistema de control interno que les permite a las asociaciones de campesinos ser certificadas. Existen dos grupos de productores: a) los de pequeña escala, que son productores de bajos ingresos, campesinos indígenas que poseen tierras de 2.25 hectáreas en promedio de extensión, están agrupados en cooperativas, usan el sistema de control interno que les permite la certificación y el comercio; y b) los productores de gran escala, que son empresas

privadas que poseen de 100 a 2,000 hectáreas y operan independientemente. Los pequeños productores comprenden el 98.6% del total de productores, cultivan el 84.1% del total de la tierra orgánica y generan el 68.8% de las divisas extranjeras obtenidas; por su parte, los grandes productores representan el resto. Cerca de la mitad de la tierra certificada está destinada a la producción de café orgánico. **México es el mayor productor de café orgánico en el mundo** (Lernoud, Piovano, 2006:165).

La mayor parte de la producción es exportada, mayormente a los Estados Unidos de América y a Europa. Los productos más importantes son: **café**, vegetales, semillas de sésamo, maíz azul y maguey. En menor escala también se produce: vainilla, plátano, papaya, manzana, aguacate, miel, plantas medicinales, frijoles de soya, cocoa, aceite de palma y nueces. La exportación orgánica está valuada en alrededor de 280 millones de dólares, que es el 8.5% del total de los ingresos de la agricultura (Lernoud, Piovano, 2006:165).

El mercado interno es muy pequeño, sólo el café, algunos vegetales, frutas, jaleas de frutas, té, salsas, miel y leche están a la venta. Menos del 5% es vendida por tiendas especializadas en las grandes ciudades [México, Monterrey y Guadalajara], cafeterías, mercados y áreas para turistas. Más o menos el 10% del total de la producción que no es exportada, es comercializada en el mercado nacional, pero como si fueran productos convencionales. Hay una gran exhibición anual que se llama Expo Orgánicos, apoyada por el gobierno federal y los estatales. También hay mercados orgánicos abiertos de campesinos en la Ciudad

de México, que se llaman tianguis. En los últimos años ya es posible encontrar algunos de los productos orgánicos en las grandes cadenas transnacionales de venta al menudeo de alimentos, como *Wal-Mart* o *Costco* (Lernoud, Piovano, 2006:166).

Hay varias empresas certificadoras internacionales con oficinas en México: OCIA México, Naturland México, Bioagricert, IMO, BCS, Oregon Tilth Certified Organic y otros más. Certimex que cuenta con certificación ISO 65 es la agencia mexicana de acreditación (*Ibid.*).

México cuenta con una alta calidad en la investigación de la agricultura orgánica, cuyos investigadores pertenecen en su mayoría a la Universidad de Chapingo (*Ibid.*).

Desde el 7 de febrero de 2006 México cuenta con la Ley de Productos Orgánicos y el 1 de abril de 2010 entró en vigor el Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos, el que destaca que la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA], podrá certificar directamente; permite el uso de la certificación participativa orgánica para pequeños productores y señala que en la etiqueta portarán la leyenda de que son libres de transgénicos, además de contar con un distintivo nacional de la SAGARPA (http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=1000&id_sec=24).

2.1.4.3 El café orgánico a nivel mundial.

En la agricultura orgánica, la producción y comercialización de café orgánico ocupa un lugar importante. Mientras el mercado de café convencional se mantiene estable o con tendencias a la baja, el mercado de café orgánico presenta una tendencia de constante crecimiento (Baraibar, 2006:55; Cifuentes, 2001:331).

El café es un cultivo que se puede cultivar en condiciones agroecológicas en las que otros cultivos no podrían sobrevivir, como son: pendientes elevadas, suelos ácidos, condiciones climáticas variables, entre otras. Su grano tiene una cualidad no perecedera, lo que permite su manejo y transportación desde puntos lejanos hasta sus puntos de venta; es común que se transporte en la espalda de los productores o sobre animales de carga por varios días, sin que se vea afectada su calidad (Cifuentes, 2001:332).

El cultivo del café es practicado en su mayoría por campesinos pobres que han desarrollado un sistema de producción con altos niveles de autorregulación y autoabastecimiento, con el uso de árboles que dan sombra a sus cultivos y la conservación de coberturas vivas sobre el suelo (*Ibid.*).

En el año 2000 el precio del café registró una tremenda caída, debido a un exceso en la oferta. De acuerdo con la Organización Internacional del Café [ICO, siglas en inglés], esta situación ha sido superada desde noviembre de 2004, pero estos últimos años de precios bajos han resultado en un incremento de la pobreza,

desempleo rural o migración de campesinos de las áreas rurales (Baraibar, 2006:55).

Aunque el café orgánico ha sido una realidad por muchos años, es en este contexto, con un futuro incierto, que muchos productores de café alrededor del mundo han encontrado en el café orgánico una alternativa de mercado para vender sus productos. Además de tener un *plus* en el precio de su producto, los productores de café orgánico están garantizando una producción sostenible por prevenir la erosión de sus suelos y por reducir su dependencia del suministro de insumos externos (*Ibid.*).

Actualmente aproximadamente 20,000 toneladas métricas de café orgánico son comercializadas a nivel mundial, lo que representa cerca del 1.5% del café del mundo. Este comercio ya es el sustento de medio millón de personas. Los más grandes mercados de este producto son los Estados Unidos de América, Europa y Japón, aunque hay otros mercados en crecimiento, como Brasil, y el sur del este de Asia (*Ibid.*).

El comercio justo es regularmente relacionado con la producción de café orgánico, porque el 80% del café orgánico es vendido bajo etiquetas de comercio justo. Algunos estudios han hecho ver que los consumidores en los países desarrollados están de acuerdo en pagar en promedio de 15 a 25% más por el café orgánico con respecto al café convencional, y este porcentaje alcanza del 20 al 50% cuando el café orgánico cuenta con la etiqueta o sello de comercio justo. Por tanto, la

combinación de orgánico y comercio justo parece atraer tanto a los consumidores como a los productores (Baraibar, 2006:56).

De acuerdo con Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica [FiBL, siglas en alemán], hay alrededor de 324,000 hectáreas de tierra que produce café orgánico en el mundo: Los dos países con mayor producción del mundo están en América Latina: **México** en primer sitio con 174,136 hectáreas y con una experiencia de 40 años en el cultivo de café orgánico, seguido de Perú, con 75,775 hectáreas. En México, el 18.9% del total del café producido es orgánico, y el estado de **Chiapas** en el sur del país, es el líder en producción con el 53.5% del total del café orgánico de México. Cabe destacar, que la mayor parte del café orgánico es producido por comunidades indígenas que usan sistemas tradicionales de cultivo, donde toda la mano de obra es familiar y donde al cultivo del café orgánico se suman otros cultivos para el autoconsumo (Baraibar, 2006:56,157; Cifuentes, 2001:332).

En África, Uganda, con más de 18,000 hectáreas es el país con la mayor producción de café orgánico, pero no hay datos para otros grandes productores de café orgánico como Etiopía, Kenia, Tanzania y Madagascar. Aunque Etiopía, Kenia y Uganda están produciendo entre 5,000 y 6,000 toneladas métricas de cafés suaves orgánicos; 2,000 toneladas de café orgánico arábigo natural son producidas en Etiopía, Tanzania y Uganda. Estos dos últimos dos países y Madagascar producen entre 1,000 y 1,500 toneladas de café orgánico de la variedad robusta (Baraibar, 2006:57).

En Asia, de acuerdo con la última conferencia sobre café orgánico que se llevó a cabo en Uganda en el año 2004, Timor Oriental es el mayor productor con 9,000 toneladas métricas de café verde orgánico, aunque éste sólo vende 2,000 toneladas como orgánico. Desafortunadamente, no están disponibles los datos del área de la tierra orgánica certificada para este país, así como para Vietnam o Papúa Nueva Guinea que producen cafés orgánicos suaves. De acuerdo con los datos [Tabla 2], Indonesia es el tercer más grande productor de café orgánico en el mundo, aunque hay que destacar que el dato es de 1998. En lo que concierne al café de variedad robusta, India es el mayor productor de Asia con un estimado de 500 toneladas en 2004 (Baraibar, 2006:57).

Cabe decir, que el café orgánico no puede por sí solo resolver los problemas de la crisis general del mercado de café. Los problemas más importantes fueron discutidos en la última conferencia de la IFOAM sobre café orgánico que se llevó a cabo en Uganda, en el año 2004 e incluyeron, entre otros, el problema de la armonización de la certificación orgánica en el sector, la necesidad de un incremento del porcentaje del precio del café que le corresponde a los productores, y el riesgo de políticas que promueven prácticas contrarias a la agricultura orgánica, como la ingeniería genética o el uso de agroquímicos (Baraibar, 2006:57).

2.1.4.4 El mercado global de la agricultura orgánica.

El mercado global de la agricultura orgánica se ha fortalecido, pues las ventas se han incrementado por encima de los 5 billones de dólares al año. Se estima que

las ventas internacionales en el año de 2007 alcanzaron la cifra de 46.1 billones de dólares. La mayoría de los consumidores de productos orgánicos están concentrados en Norte América y Europa, estas dos regiones comprenden el 97% de los ingresos globales. Asia, América Latina y Australia son importantes productores y exportadores de alimentos orgánicos (Willer, Klicher, 2009:20).

De forma excepcional, las tasas de crecimiento se han mantenido altas en casi todos los sectores de la agricultura de alimentos orgánicos: frutas, verduras, bebidas, cereales, granos, semillas, hierbas y especias. Con la crisis financiera, se espera que el mercado orgánico siga creciendo aunque a tasas menores que años anteriores (*Ibid.*).

El reto de la agricultura orgánica es ganar terreno a la agricultura convencional, aglutinar más adeptos, expandir su mercado, mantener sus normas de producción que la hacen ser una opción más saludable para el consumo, armonizar sus reglas a nivel global de forma que todos los involucrados, desde los pequeños productores, las grandes empresas, los consumidores, etc., puedan sacar provecho de esta forma de agricultura, que parece ser una mejor opción tanto para la salud humana como para la del planeta.

2.2 El sistema de comercio justo mundial.

2.2.1 Definición, estructura y funcionamiento.

De acuerdo con la agencia Organizaciones para el Etiquetado de Comercio Justo Internacional [FLO, siglas en inglés], el Comercio Justo o *Fairtrade* en el idioma

inglés, es una alternativa al comercio convencional y está basado en la cooperación entre productores, consumidores y comerciantes. El Comercio Justo otorga a los productores un trato más justo y mejores condiciones comerciales, permitiéndoles, optimizar su calidad de vida y planear para el futuro. Los productos que tienen el sello de certificación de Comercio Justo, son productos que han sido producidos y comercializados por productores y comerciantes que han cumplido los criterios del Comercio Justo. Dichos criterios tienen como objetivo corregir el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional, que ocurren sobre todo entre el hemisferio norte del planeta, donde se encuentran los consumidores de estos productos, y el hemisferio sur, donde se encuentran los productores (Rodríguez, 2005: 22-23; http://www.fairtrade.net/what_is_fairtrade.html?&L=1).

El Comercio Justo funciona en el mundo bajo la siguiente estructura y características (http://www.fairtrade.net/what_is_fairtrade.html?&L=1):

1. Organizaciones para el Etiquetado de Comercio Justo Internacional

"FLO es una organización sin ánimo de lucro, una plataforma multi-actores que se encarga de la dirección estratégica del Comercio Justo Fairtrade, establece los criterios Fairtrade y apoya a los productores.

2. FLO-CERT

FLO-CERT es una compañía independiente de certificación, propiedad de FLO. FLO-CERT inspecciona a los productores y comerciantes para garantizar que cumplen con los criterios de Comercio Justo Fairtrade.

3. Iniciativas del Sello de Comercio Justo FAIRTRADE

Son organizaciones nacionales que promocionan Fairtrade en sus países. En la actualidad, hay 19 Iniciativas del Sello que cubren un total de 23 países en Europa, América del Norte, Japón, Australia y Nueva Zelanda. Esas organizaciones también autorizan el uso del Sello de Comercio Justo FAIRTRADE en productos al consumidor en sus países.

4. Redes de Productores

Son asociaciones a las que los productores certificados de Comercio Justo Fairtrade pueden unirse si así lo desean. En la actualidad, hay tres Redes de Productores que representan a productores en África, Asia, Latinoamérica y el Caribe. A través de estas Redes, los productores pueden influenciar decisiones que afectan sus vidas.

5. Organizaciones de Marketing de Fairtrade

Se trata de organizaciones nacionales que comercializan y promocionan Fairtrade en sus países, similares a las Iniciativas del Sello. No obstante, FLO autoriza a las empresas de estos países a utilizar el Sello de Certificación de

Comercio Justo Fairtrade. Actualmente hay dos organizaciones de Marketing en Sudáfrica y en la República Checa.

6. Los criterios

Hay dos conjuntos de criterios Fairtrade, que reconocen los diferentes tipos de productores desfavorecidos. Un conjunto de criterios se aplica a los pequeños productores afiliados a cooperativas u otras organizaciones con una estructura democrática. El otro se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizan el cumplimiento de las normas de salud y seguridad y proporcionan una vivienda adecuada cuando proceda.

Los criterios Fairtrade también abarcan las condiciones comerciales. La mayoría de los productos tienen un precio justo, que es el mínimo que debe pagarse a los productores. Además, los productores reciben una cantidad de dinero adicional, la prima de Comercio Justo Fairtrade, para invertir en el desarrollo de sus comunidades.

7. Precios Fairtrade

El precio mínimo que reciben los productores Fairtrade está determinado por los criterios Fairtrade. La mayoría de los productos certificados Fairtrade tienen un precio mínimo determinado. Este precio intenta garantizar que los productores puedan cubrir sus costos medios de producción sostenible. Actúa como una red de seguridad para los productores en los momentos en

que los precios en el mercado mundial sean inferiores a un nivel sostenible. Sin este mecanismo, los agricultores están completamente a merced del mercado.

Cuando el precio de mercado es superior al mínimo de Comercio Justo Fairtrade, el comprador debe pagar el precio más alto. Los productores y los comerciantes también pueden negociar precios más altos sobre la base de la calidad y otros atributos.

8. La Prima Fairtrade

Además del precio Fairtrade, hay una suma de dinero adicional, llamada Prima de Comercio Justo Fairtrade. Este dinero va a un fondo comunal para los trabajadores y los productores con la finalidad de ser utilizado para mejorar la situación social, económica y las condiciones medioambientales de la comunidad.

El uso de este dinero adicional se decide democráticamente por los productores en el seno de la organización de pequeños agricultores, o por los trabajadores en una plantación. La Prima se invierte en proyectos educativos y sanitarios, educación, en mejoras agrícolas para aumentar el rendimiento y la calidad, o en instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos.

Puesto que muchos de los proyectos financiados por la Prima son de carácter comunitario, la comunidad en general, fuera de la organización de productores, también toca los beneficios del Comercio Justo Fairtrade".

Hoy en día hay miles de productos que llevan el Sello de Certificación de Comercio Justo. Los productos alimenticios abarcan desde el té y el café, a la fruta fresca y frutos secos. Existen también certificaciones para los productos no alimenticios, como flores y plantas, balones deportivos y semillas de algodón (http://www.fairtrade.net/what_is_fairtrade.html?&L=1).

2.2.2 Origen y desarrollo del comercio justo en el mundo.

Desde los años 1950s se practica el llamado Comercio Alternativo, que empezó como asociación entre importadores sin fines de lucro, vendedores al por menor en el norte y pequeños productores situados en países en vías de desarrollo. Los productores de aquella época vieron en el Comercio Alternativo una oportunidad para hacer frente a los bajos precios del mercado, liberarse de la gran dependencia con los intermediarios y poder acceder directamente al mercado del norte. A través de los años, se fueron creando más organizaciones del Comercio Alternativo en diferentes países, apoyadas muchas veces por grupos voluntarios y las llamadas "Tiendas del Mundo", tiendas especializadas de países europeos (http://www.fairtrade.net/faqs.html?&no_cache=1&L=1; Renard, 1999:184-187).

A pesar de los logros obtenidos por el Comercio Alternativo, su alcance era limitado, pues su distribución y venta se une con un proyecto político que rechaza

el sistema capitalista, lo que implica, para los consumidores una elección de ideología, ya que sus promotores veían en los circuitos comerciales convencionales una traición a sus principios, pues estaban restringidos a su propia red comercial, concentrando su alcance a una minoría de consumidores que compartían sus ideas. Por esta razón, el Comercio Alternativo era visto por el gran público, la mayoría de los consumidores, como de izquierda, extremista, sectario, etc., lo que no ayudaba a su aceptación y crecimiento (Renard, 1999:184-187; http://www.fairtrade.net/faqs.html?&no_cache=1&L=1).

En 1988, como una forma de ampliar la distribución de los productos del Comercio Alternativo en el mercado, la Organización No Gubernamental de Fomento al Desarrollo Solidaridad [acción interiglesias para América Latina] de Holanda, creó el primer sello de Comercio Justo [*Fairtrade*, en inglés], que recibió el nombre de Max Havelaar, así como la fundación con el mismo nombre; el nombre hace alusión a un personaje de una novela del siglo XIX, en la que se denuncia el maltrato a los productores de café en las Indias Holandesas [Indonesia], ya que se consideró que la situación de los pequeños productores de café seguía siendo similar (http://www.fairtrade.net/faqs.html?&no_cache=1&L=1; Renard, 1999:182).

El primer café con sello de Comercio Justo Max Havelaar se puso a la venta en supermercados holandeses. Con esta acción, se abrió al gran público este tipo de productos, situándolos en los sitios de gran distribución, donde la mayoría de los consumidores suelen hacer sus compras. El café usado provenía del estado de **Oaxaca**, al sur de México, de los pequeños productores de café de la Unión de

Comunidades Indígenas de la Región del Istmo [UCIRI], con los que la ONG Solidaridad había venido trabajando desde 1985 (Renard, 1999:182,187,190,194; Rodríguez, 2005:39,65; http://www.fairtrade.net/history_of_fairtrade.html?&L=1).

El Comercio Justo funcionó, se diversificó su oferta de productos y se incrementó el apoyo y certificación de productores en más países en desarrollo. En los años siguientes, organizaciones de certificación de Comercio Justo aparecieron en otros países de Europa y América del Norte, asimilando las directrices del sello Max Havelaar y haciendo crecer las ventas de productos de Comercio Justo (Renard, 1999:201-231; http://www.fairtrade.net/faqs.html?&no_cache=1&L=1).

En un principio, las organizaciones de cada país diseñaban y promovían sus propias campañas y sellos de certificación de forma independiente, pero en 1997 las organizaciones en conjunto crearon Organizaciones de Etiquetado de Comercio Justo Internacional [FLO], con base en Bonn, Alemania, cuyo propósito es unir a las diferentes iniciativas bajo una organización paraguas y hacer concordar los criterios y el proceso de certificación de Comercio Justo (Renard, 1999:201-231; http://www.fairtrade.net/history_of_fairtrade.html?&L=1).

En el año 2002, FLO emitió un nuevo sello de certificación internacional de Comercio Justo [*International Fairtrade Certification Mark*]. Sus objetivos eran los siguientes: mejorar la visibilidad del sello en los estantes de los grandes centros de distribución, los supermercados; facilitar el comercio internacional y hacer más simples los procedimientos de exportación para los productores y exportadores.

En el año 2004, FLO se dividió en dos organizaciones independientes: FLO, que define los criterios de Comercio Justo y otorga apoyo a los productores, y FLO-CERT, que inspecciona y certifica a las organizaciones de productores y hace la auditoría de los comerciantes. Desde el año 2007, los productores forman parte de la junta directiva de FLO (http://www.fairtrade.net/history_of_fairtrade.html?&L=1).

En la actualidad, las ventas en el mundo del Comercio Justo benefician a más de un millón de productores y trabajadores de 58 países en desarrollo. Se estima, que si se tomara en cuenta a los miembros de la familia de cada productor, cerca de cinco millones de personas resultarían ser las beneficiarias del Comercio Justo en el mundo. Asimismo, se cuenta con 746 organizaciones de productores certificadas de Comercio Justo en 58 países. En algunos mercados, el Comercio Justo tiene entre el 20% y el 50% de la cuota de determinados productos. En los últimos cuatro años se han triplicado las ventas en el mundo y se ha certificado a cientos de nuevas organizaciones de productores. En el año de 2008, el valor de las ventas de productos de Comercio Justo alcanzó los 2,900 millones de euros (http://www.fairtrade.net/facts_and_figures.html?&L=1).

CAPÍTULO 3. EL CONTEXTO NACIONAL DEL CAFÉ CONVENCIONAL Y ORGÁNICO.

3.1 Producción y consumo del café en México.

3.1.1 Breve historia del café en México.

Los últimos estudios al respecto han demostrado que si bien el café se desarrolló en varios lugares del actual estado de Veracruz como Córdoba o Jalapa, las primeras plantaciones de importancia económica existieron en las cercanías de la ciudad de Cuernavaca, en las haciendas de San Diego de Barreto y Nuestra Señora del Rosario de Xochimancas, en el actual estado de Morelos (Deschamps, 1977:9-10; Ramírez Castañeda, 1988:13-15).

El iniciador del cultivo en México es el español Jaime Salvet, aunque hay quienes argumentan que fue el mexicano Juan Antonio Gómez de Guevara quien cultivó el café en la hacienda de Guadalupe en Córdoba, Veracruz. En lo que coinciden todas las opiniones, es en el comienzo de la historia del café en México que es a finales del siglo XVIII, pues ya a principios del siglo XIX México exportaba alrededor de 300 quintales (Escamilla Prado, 1993:15; Ramírez Castañeda, 1988:16).

De acuerdo con datos publicados en Comercio Exterior de México por Don Miguel Lerdo de Tejada, en los años de 1802, 1803 y 1805, se exportaba café [originario de Córdoba, Veracruz] en proporciones de 272, 483 y 336 quintales

respectivamente. La guerra de Independencia influyó en el abandono del cultivo, retomándose hasta 1817 (Ramírez Castañeda, 1988:17; <http://www.cafesdemexico.com/historia.htm>).

Hasta México había llegado la fama de esta bebida como una preparación considerablemente estimulante, a la cual, al agregarle leche, se comenzó a disfrutar como alimento; este matrimonio culinario ocurre a finales del siglo XVIII [un siglo después que en Francia]. En esta misma época se abre el primer café en la calle de Tacuba en la Ciudad de México, donde los meseros se paraban en la puerta invitando a los paseantes a disfrutar café al estilo francés: “*cafe au lait*” (Ramírez Castañeda, 1988:21).

Por otro lado, hacia la década de 1820 se comienzan a tener noticias del cultivo del arbusto en la zona del Soconusco [actual estado de Chiapas], propiedad del hacendado italiano Manchinelli. Don Matías Romero, próspero hacendado de la región, fue una de las primeras personas en percatarse 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. De igual manera, 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 (Ramírez Castañeda, 1988:46; Renard, 1993:16-17).

A mediados de la década de 1880, durante el porfiriato, el estado de Veracruz estaba considerado como el más avanzado en el cultivo de café, ya que producía cerca de dos terceras partes de la cosecha total del país; lo seguían los estados de Colima, Chiapas, Guerrero, Michoacán, Morelos, Oaxaca y Tabasco; en la misma época el cultivo se extendió, con diversidad de resultados, a los estados de Jalisco, Tamaulipas, Durango, México, Nayarit, Sinaloa y Coahuila (Ramírez Castañeda, 1988:25-31).

En 1900, Chiapas se consolida como el primer productor nacional [lugar que ostenta hasta hoy] con 80 000 quintales procedentes de sus plantaciones: 32 alemanas, 25 mexicanas, 13 españolas, 10 estadounidenses, ocho francesas, cuatro inglesas y dos suizas. Una década después, 181 fincas cafetaleras de las 321 que había en el país estaban en este estado; Veracruz contaba con 98 y Oaxaca con 42 (Ramírez Castañeda, 1988:47; Renard, 1993:31).

En la Tabla 3.1 se resume la evolución de la producción cafetalera en México durante el periodo 1897-1996.

Tabla 3.1 Evolución de la superficie cultivada y la producción cafetalera en México, 1897-1996.

Año	Superficie cosechada has.	Rendimiento medio kg./ha.	Producción ton.
1897 1/	49 589	440	21 839
1898	37 062	441	16 363
1899	88 673	442	39 161
1900	47 724	442	21 088
1901	62 423	439	27 425
1902	62 041	445	27 630

1903	65 773		446		29 339	
1904	76 334		443		33 813	
1905	90 815		442		40 134	
1906	87 509		451		39 455	
1907	112 218		447		50 113	
1908 2/	87 082		445	3/	38 974	
1909 4/	42 393	3/	420	3/	17 805	4/
1909 5/	116 021	3/	420	3/	48 729	6/
1910	104 886	3/	440	3/	46 150	6/
1911	99 295	3/	448	3/	44 484	6/
1912	122 757	3/	420	3/	51 558	6/
1913	99 460	3/	422	3/	41 972	6/
1914	108 062	3/	434	3/	44 295	6/
1915	112 663	3/	380	3/	42 812	6/
1916	98 464	3/	420	3/	41 355	6/
1917	95 824		410		39 288	6/
1918	55 098	3/	450	3/	24 794	6/
1918 8/	51 000		450	3/	22 950	
1919	73 616	3/	455	3/	33 127	6/
1919 4/	127 428		455	3/	57 989	4/
1920 9/	50 625	10/	713	11/	36 075	12/
1921	50 625	10/	680	11/	34 424	12/
1922	50 625	10/	798	11/	40 390	12/
1923	50 625	10/	790	11/	39 986	12/
1924	50 625	10/	800	11/	40 500	12/
1925 14/	95 000		500		47 500	
1926	98 580		505		49 820	
1927	101 053		511		51 660	
1928	103 787		511		53 021	
1929	103 107		509		52 483	
1930	98 925		499		48 906	
1931	96 684		490		47 379	
1932	93 996		437		41 093	
1933	103 926		526		54 685	
1934	100 255		459		46 030	
1935	105 239		498		52 420	
1936	123 150		516		63 485	
1937	119 341		501		59 829	
1938	122 306		468		57 235	
1939	119 567		459		54 848	
1940	116 162		451		52 384	
1941	126 075		411		51 794	
1942	130 487		401		52 325	
1943	133 756		391		52 325	
1944	134 902		446		60 109	
1945	135 101		405		54 719	
1946	135 326		420		56 888	
1947	135 405		409		55 400	
1948	135 541		392		53 165	
1949	114 721		408		59 027	
1950	165 289		397		65 594	
1951	166 157		410		68 125	
1952	174 738		405		70 837	
1953	204 935		428		87 636	

1954	199 270	426	84 901
1955	221 124	421	93 000
1956	215 368	410	88 338
1957	271 805	358	97 292
1958	283 615	429	121 675
1959	285 187	342	97 558
1960	304 297	408	124 285
1961	307 320	412	126 616
1962	314 446	445	139 794
1963	322 819	425	137 069
1964	349 454	448	156 477
1965	350 059	463	162 149
1966	353 978	517	183 005
1967	387 655	579	224 505
1968	383 518	554	212 656
1969	307 984	561	172 734
1970	328 573	564	185 293
1971	380 597	493	187 496
1972	373 914	544	203 463
1973	378 563	586	221 716
1974	373 446	591	220 767
1975	373 554	611	228 264
1976	370 278	573	212 200
1977	389 428	467	182 010
1978	393 431	614	241 602
1979	403 866	552	223 000
1980	475 595	406	193 000
1981	419 000	628	263 000
1982	523 000	598	313 000
1983	581 000	537	312 000
1984	516 000	469	242 000
1985	456 000	571	260 000
1986	638 000	500	322 000
1987	630 000	500	337 000
1988	698 000	500	349 000
1989	678 000	600	399 612
1990	587 235	500	308 480
1991	643 264	500	341 598
1992	686 222	500	359 665
1993	698 000	500	335 628
1994	741 300	400	317 800
1995	725 000	400	322 700
1996 p/	744 800	500	328 200

1/ De 1897 a 1907: Datos publicados en el Anuario del Dr. Peñafiel.

2/ Cifras publicadas en el Resumen de los Anuarios del Dr. Peñafiel.

3/ Estimado en función de los registros de lluvias y en comparación con los ciclos conocidos.

4/ Dato que se considera muy dudoso e inaceptable obtenido de diversas fuentes.

5/ De 1909 a 1918 tomados de diversas fuentes según notas.

6/ Cifra de producción formada con los datos estimados de consumo y exportación.

7/ Tomado igual al 70% del valor declarado de las importaciones de café mexicano en las Aduanas Norteamericanas en los ciclos respectivos

8/ Dato existente en un expediente antiguo de la Secretaría de Agricultura y Ganadería.

- 9/ De 1920 a 1924, datos elaborados por el Departamento de Estadística Nacional.
- 10/ Dato que se considera dudoso (es constante para todos los años del periodo 1920-1924), subestimado.
- 11/ Dato obtenido por la división de (12) entre (10), se considera que resulta excesiva la cifra ya que (10) es bajo o subestimado.
- 12/ Dato que se considera aceptable. Elaborado por el Departamento de Estadística Nacional.
- 13/ Estimado gráficamente entre 1920 y 1925, con el precio rural de 1920 determinado según (7) y el de 1925 que es dato oficial de la SAG.
- 14/ De 1925 a 1976, datos elaborados por la Secretaría de Agricultura y Ganadería y cotejados con los publicados por la SARH para el periodo 1925-1982.
- 15/ A partir de la fecha en que se indica los valores están expresados en millones de pesos.
- p/ Cifras preliminares.
- n.d. No disponible.

FUENTE GENERAL:

- INEGI. 2010. Estadísticas históricas de México 2009. Colección Memoria. Aguascalientes, Ags. México.

Fuentes de la tabla:

- 1897-1976: Juan Gómez Cobo, *et al.*, Antecedentes Históricos de la Estadística Agrícola en México, en *Econotecnia Agrícola*, SARH. Dirección General de Economía Agrícola, Vol. I, No 5, México, 1977.
- SARH. Dirección General de Economía Agrícola, consumos aparentes de productos agrícolas, 1925-1982, en *Econotecnia Agrícola*. Vol. VII, No. 9, México 1983.
- 1983: SARH. Dirección General de Economía Agrícola, México.
- Presidencia de la República, *IV Informe de Gobierno de Carlos Salinas de Gortari*, 1992.
- Presidencia de la República, *II Informe de Gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León*, 1996.
- Presidencia de la República, *III Informe de Gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León*, 1997.

3.1.2 Importancia del cultivo del café en el contexto de la agricultura en México.

México es un productor por excelencia de la variedad *arábiga*, por lo que el café mexicano se ubica dentro del mercado mundial en el tipo llamado *otros suaves*. En tanto, el 3.0% de la producción corresponde a la variedad *robusta*, cultivada en zonas bajas de Veracruz, Chiapas y Oaxaca. Así, la producción nacional es reconocida por su alta calidad, debido a que en los principales estados productores son aprovechadas las condiciones de clima, topografía, suelo y altura (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:16).

Actualmente, el café es uno de los principales cultivos del país, tanto por su superficie sembrada y cosechada, como por su valor de la producción. En 2008 la superficie sembrada total del país era de 21,903,000 hectáreas, de las cuales 15,722,000 hectáreas [71.8%] estaba ocupada por cultivos cíclicos y 6,181,000 hectáreas [28.2%] por cultivos perennes (SAGARPA, 2009). En ese mismo año, el café ocupa el quinto lugar del total de cultivos por su superficie sembrada con 797,000 hectáreas, detrás del maíz, el sorgo, el frijol y el trigo, y el primer lugar de los cultivos perennes (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:16; Tabla 3.2).

Tabla 3.2. Principales cultivos en México por su superficie sembrada, 2008. (miles de hectáreas).

Principales cultivos	Superficie sembrada (miles de hectáreas)	% respecto a la superficie total sembrada
SUPERFICIE TOTAL	21,903	100
<i>Total cultivos cíclicos</i>	<i>15,722</i>	<i>71.8</i>
Maíz grano	7,942	36.3
Sorgo grano	1,937	8.8
Frijol	1,626	7.4
Trigo	845	3.9
Cebada grano	343	1.6
Chile verde	146	0.7
Otros cíclicos	2,883	13.2
<i>Total cultivos perennes</i>	<i>6,181</i>	<i>28.2</i>
Café cereza	797	3.6
Naranja	345	1.6
Mango	183	0.8
Limón	153	0.7
Aguacate	122	0.6
Otros perennes	4,581	20.9

Fuente: SAGARPA, 2009.

En 1990, la superficie sembrada de café cereza era de 700 mil hectáreas, las cuales representaban 19.3% de la superficie total sembrada de cultivos

perennes. En 1995, si bien la superficie cultivada se había incrementado a 765 mil hectáreas, la proporción relativa con respecto a la superficie total sembrada de cultivos perennes se había reducido a 17.5% por el incremento experimentado por otros cultivos perennes; dicha proporción ha ido disminuyendo paulatinamente hasta alcanzar el 12.9% en 2008, pese a los incrementos en la superficie sembrada hasta alcanzar 797 mil hectáreas sembradas (Tabla 3.3). Para el mismo año, del total de la superficie sembrada con café cereza, se cosecharon 767 mil hectáreas (96.3%; Tabla 3.3).

Tabla 3.3 Superficie sembrada y cosechada de café cereza en México, 1990 y 1995-2008 (Miles de hectáreas).

Año	Sup. Sembrada			Sup. Cosechada	
	Total sembrada cultivos perennes	Café cereza	%	Café cereza	%
1990	3 633	700	19.3	587	83.8
1995	4 377	765	17.5	725	94.8
1996	4 498	768	17.1	745	97.1
1997	4 853	761	15.7	690	90.7
1998	4 752	775	16.3	679	87.7
1999	5 153	769	14.9	723	94.0
2000	5 226	773	14.6	701	90.7
2001	5 252	777	14.8	747	96.2
2002	5 499	779	14.2	725	93.0
2003	5 594	789	14.1	743	94.1
2004	5 800	791	13.6	761	96.1
2005	5 884	799	13.6	762	95.4
2006	5 950	798	13.4	763	95.7
2007	6 070	801	13.2	772	96.4
2008	6 181	797	12.9	767	96.3

Fuente: SAGARPA, 2009.

De acuerdo con información de la OIC, entre los ciclos cafetaleros 2000/2001 y 2007/2008, la producción de café en México mostró una tendencia decreciente, reportando una tasa de crecimiento media anual negativa de 2.1%. Durante la década de los años 1990, la producción nacional promedió poco más de 289 mil toneladas, en tanto que durante el ciclo 1999/2000 se alcanzó el nivel máximo histórico de 373 mil toneladas. Sin embargo, la crisis ocurrida en el mercado mundial de café, que se caracterizó por precios muy bajos entre 2000 y 2004, impactó significativamente la producción nacional. Lo anterior debido a que las prácticas culturales y los trabajos de mantenimiento en las plantaciones cafetaleras disminuyeron notablemente, afectando la producción (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:16).

Del valor total de la producción agrícola en 2008 [305,951 millones de pesos], el café cereza ocupa el décimo lugar con sólo 1.8% del mismo [5,543 millones de pesos] (Tabla 3.4). Sin embargo, esta situación era diferente al inicio del decenio de 1990. En ese año, el café cereza ocupaba el quinto lugar por el valor de su producción sólo detrás del maíz, sorgo, trigo y jitomate, con 3.6% del valor total obtenido de la agricultura (Tabla 3.4). El valor de la producción alcanzado por el café cereza tuvo un máximo en 1997 de 7,105 millones de pesos, para comenzar a descender hasta alcanzar un mínimo de 2,866 millones de pesos en 2004. A partir de ese año inicia un incremento lento hasta alcanzar los valores señalados en 2008, por debajo de cultivos como el maíz, sorgo, trigo, jitomate, chile verde, frijol y papa, entre los cultivos cíclicos, y también por debajo del aguacate, entre los cultivos perennes con menos de la mitad de su valor de producción (Tabla 3.4).

En la actual cosecha cafetalera 2008/2009 se estima una producción de 279 mil toneladas, volumen que representa un incremento de 12.0% respecto a la cosecha 2007/2008. El ciclo cafetalero iniciado en octubre de 2008, tuvo un pronóstico de Incremento en la producción de 15%. Sin embargo, la estimación se redujo debido a que se disminuyeron las expectativas de producción en Chiapas. Al respecto, esta entidad ocupó durante el ciclo 2007/2008 el primer lugar entre los estados productores del grano, al aportar el 35.5% de la oferta nacional. Asimismo, destacan Veracruz con 22.2% de la producción nacional, Puebla con 20.7% y Oaxaca con 11.8% (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:17).

3.1.3 Ubicación geográfica y propiedad en las zonas cafetaleras de México.

Las especies de arbusto del cafeto que se cultivan actualmente en México son dos: la *arabica* y la robusta o *canéphora*. Aproximadamente el 98% de los cafetos son variedades *arabicas* como la *Bourbón*, *Caturra*, *Maragogipe* [o *Márago*], *Mundo Novo*, *Garnica* y *Typica*; siendo esta última la que predominaba en México hasta hace poco; sin embargo, actualmente se le está reemplazando por variedades de porte bajo y mayor producción como la *Catimor* y *Catuai*. Cada variedad posee diferencias de calidad, volumen producido, rendimiento, resistencia a las plagas y enfermedades, aroma, acidez, etc. (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:11; Nolasco Armas, 1985:108-109).

Tabla 3.4. Evolución del valor de la producción de los cultivos más importantes en México, 1990 y 1995-2008 (millones de pesos).

Año	Cíclicos							Perennes						
	Total	Maíz grano	Sorgo grano	Trigo grano	Jitomate	Chile verde	Frijol	Papa	Total	Agua-cate	Café cereza	Limón	Plátano	Naranja
1990	26 885	8 920	2 039	1 994	1 472	1 073	2 559	757	13 927	1 024	1 454	340	913	943
1995	50 890	20 033	3 926	3 130	2 564	2 514	2 779	2 248	31 964	1 101	3 843	987	1 992	1 992
1996	77 054	25 860	7 770	5 990	4 549	2 945	5 754	3 112	43 157	1 765	6 080	1 256	2 615	2 774
1997	77 679	23 902	5 608	4 825	6 624	6 344	5 279	2 847	49 510	3 255	7 105	1 511	2 118	2 331
1998	95 153	26 689	6 593	4 447	9 296	7 166	7 615	4 068	57 817	3 422	6 330	1 915	2 556	2 589
1999	90 748	25 753	5 601	4 134	9 009	6 512	5 565	5 384	73 158	7 365	6 883	2 865	3 126	3 833
2000	89 841	26 472	6 143	5 126	8 002	7 338	4 638	5 402	70 134	4 216	5 297	3 302	3 015	3 028
2001	96 776	29 216	6 507	4 012	6 552	6 901	6 639	5 355	74 074	5 031	3 053	2 205	3 816	2 441
2002	95 763	28 957	6 219	3 930	6 217	6 111	8 875	6 529	73 822	4 039	2 748	2 398	2 643	2 844
2003	111 566	33 495	8 766	3 851	9 176	7 395	7 184	7 274	80 854	5 374	2 969	3 048	2 469	3 417
2004	125 120	36 402	9 308	3 852	14 375	11 021	6 663	6 533	85 520	6 086	2 866	3 120	3 394	3 120
2005	111 490	30 515	6 607	4 895	9 914	9 852	5 708	7 551	88 761	7 617	3 614	2 580	3 978	2 682
2006	135 574	44 017	8 637	5 664	12 314	8 047	8 733	7 276	97 135	9 123	4 053	3 301	3 798	3 876
2007	157 472	57 418	11 935	7 288	11 528	12 004	6 942	7 762	112 479	12 019	4 866	4 086	5 228	4 549
2008	189 855	68 765	15 235	15 505	12 700	11 278	10 179	7 845	116 096	12 459	5 543	4 830	4 514	4 080

Fuente: SAGARPA, 2009.

Más de tres millones de mexicanos participan directa o indirectamente a lo largo de toda la cadena productiva del café; aunque hasta el día de hoy su cultivo se ha extendido a toda la república, son 11 los principales estados que dominan su producción [en conjunto abarcan 398 municipios], los cuales se agrupan en cuatro regiones fundamentales (CEDRSSA, 2008:1; Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:11; Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:15; Nolasco Armas, 1985:93-94; Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], 2007:1):

- **Vertiente del Golfo:** comprende los estados de San Luis Potosí, Hidalgo, Puebla, México, Querétaro, Veracruz y Tabasco.
- **Vertiente del Océano Pacífico:** a ésta pertenecen los estados de Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, parte de Oaxaca, Morelos y Michoacán.
- **Región Soconusco:** conformada por gran parte del sur del estado de Chiapas, en esta región se produce una parte importante del café [sobre todo orgánico] que es altamente demandado en los mercados de los Estados Unidos y Europa.
- **Región Centro-Norte de Chiapas.**

El café en México es cultivado en tierras de propiedad privada, comunal y ejidal, donde los mayores contrastes en el tamaño de las tierras se encuentran por supuesto en el sector privado. Por ejemplo, en Veracruz y Puebla la mayoría de las plantaciones de café son privadas, mientras que en Chiapas dominan los ejidos, y en Oaxaca las tierras comunales; de tal manera que el

91% de las tierras privadas se concentra en esos cuatro estados, 73% de las tierras comunales y 76% de las tierras ejidales (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:12).

En lo referente al tamaño de los predios cafetaleros, un alto porcentaje de los productores son minifundistas. El 62.4% de los cafeticultores posee superficies menores a una hectárea; 21.7% posee entre 1.1 y 2.0 hectáreas, 13.2% tiene entre 2.1 y 5.0 hectáreas, en tanto que sólo 2.6% posee superficies mayores a 5.0 hectáreas (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:16).

En porcentajes, predominan los ejidatarios con 39% de la tierra, seguidos por los pequeños propietarios con 35%, los comuneros con 21% y los tipos de usufructo, arrendatarios y tenencia indefinida con 4% (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:12).

En el estado de Chiapas [principal estado productor], el área cafetalera aparece en forma compacta o continua desde la frontera con Guatemala hasta el municipio de Escuintla. Hasta este municipio abarca el 96% de la superficie sembrada con café, siendo además la zona donde la superficie sembrada representa más del 50% de la superficie total que poseen los productores de café (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:12).

En 1992, año del último Censo Cafetalero del Inmecafé, sólo en el Soconusco existían 15 043 productores y la superficie cultivada con café ascendía a 77,123 hectáreas. Esto significa que en ese año, el 18.2% de los productores y

el 32% de la superficie cultivada con este grano en Chiapas se encontraban en esa región (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:12).

En el ciclo 1999/2000 las tres principales entidades por el número de productores cafetaleros eran Chiapas, Veracruz y Oaxaca, con más de 196 mil, que representaban casi el 70% del total nacional (Tabla 3.5).

Veracruz era también el segundo estado productor en ese mismo año, pues se cultivaban alrededor de 152 mil has. y la producción fue de un millón 531 mil 300 quintales, lo que representó el 25.2% del total nacional, con un rendimiento promedio de 11.06 quintales por hectárea. Entre las zonas productoras más importantes del estado se encuentran Córdoba, la Sierra de Zongolica y el municipio de Tezonapa, entre otros (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2001:13).

Tabla 3.5. Productores cafetaleros por entidad federativa, 1999/2000.

Entidad federativa	Número de productores	Porcentaje del total nacional
Chiapas	73,742	26.2
Veracruz	67,227	23.9
Oaxaca	55,291	19.6
Puebla	30,973	11.0
Hidalgo	25,630	9.1
San Luis Potosí	12,920	4.6
Guerrero	10,497	3.7
Nayarit	3,730	1.3
Colima	783	0.3
Jalisco	597	0.2
<i>Total nacional</i>	<i>281,390</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H. Cámara de Diputados y del Consejo Mexicano del Café (2001).

En años más recientes [periodo 2004-2008], la superficie cosechada de café a nivel nacional ha oscilado entre 760 mil y 1767 mil hectáreas. El único estado

que rebasa las 250 mil hectáreas cosechadas es Chiapas, seguido por Oaxaca y Veracruz con 153.4 y 163.3 miles de hectáreas respectivamente; en conjunto, estas tres entidades aglutinan el 74% de la superficie cosechada total de café. Un tercer grupo lo conforman Puebla y Guerrero, con menos de la mitad de la superficie cosechada por los dos estados anteriores, 70 mil y 52 mil hectáreas cosechadas; el cuarto grupo lo forman Hidalgo, San Luis Potosí y Nayarit, con una superficie cosechada que oscila entre 20.9 y 26.3 mil hectáreas; el quinto grupo está conformado por Colima y Jalisco con sólo 2,700 y 2,552 hectáreas, respectivamente, y finalmente, con menos de 1000 hectáreas cosechadas se encuentran Tabasco, México, Querétaro, Morelos y Michoacán (Tabla 3.6).

Tabla 3.6. Superficie cosechada de café por entidad federativa, 2004-2008.

Entidad federativa	Superficie cosechada (ha)				
	2 0 0 4	2 0 0 5	2 0 0 6	2 0 0 7	2 0 0 8
Total	760 581	762 261	763 418	759 174	766 984
Chiapas	241 896	251 605	249 912	243 997	251 302
Oaxaca	168 142	162 728	163 693	160 516	163 284
Veracruz de I. de la Llave	151 907	148 843	150 810	152 780	153 413
Puebla	73 610	73 800	72 732	74 321	70 169
Guerrero	51 707	50 944	51 400	51 579	52 059
Hidalgo	29 129	29 192	29 029	29 502	26 335
San Luis Potosí	19 210	19 193	19 193	22 712	22 567
Nayarit	18 943	19 304	19 024	16 920	20 863
Colima	2 245	2 450	2 519	2 137	2 699
Jalisco	1 847	2 451	3 366	2 984	2 552
Tabasco	990	854	861	861	861
México	531	473	455	455	460
Querétaro	300	300	300	300	300
Morelos	109	109	109	95	107
Michoacán de Ocampo	14	14	14	14	14

Nota: Las sumas pueden no coincidir con los totales debido al redondeo de las cifras.

Fuente: SAGARPA. 2010.

Por lo que se refiere al valor de la producción, la situación cambia pues, si bien Chiapas continúa ocupando el primer lugar a nivel nacional con 36.2% del volumen total de la producción, Veracruz y Oaxaca son desplazados por Puebla al tercero y cuarto lugar respectivamente (Tabla 3.7). No obstante que Puebla ocupaba el cuarto sitio en superficie cosechada, obtiene la segunda más alta producción de café del país [21.1% del volumen de producción nacional], lo que refleja que sus rendimientos de producción son muy altos, en comparación con los de Veracruz y Oaxaca, como resultado del empleo de una alta tecnificación en la producción, derivada de elevadas inversiones de capital. Los demás estados mantienen un comportamiento similar al señalado en el análisis de la superficie cosechada (Tabla 3.7).

Tabla 3.7. Volumen de producción de café por entidad federativa, 2004-2008.

Entidad federativa	Producción (toneladas)				
	2004	2005	2006	2007	2008
Total	1 696 978	1 598 940	1 518 931	1 427 332	1 414 669
Chiapas	636 744	637 236	588 026	538 203	512 184
Puebla	351 061	344 396	286 780	256 399	298 942
Veracruz de I. de la Llave	396 692	323 313	318 061	304 781	290 752
Oaxaca	177 985	156 852	191 304	197 731	170 029
Guerrero	48 638	48 346	48 468	48 795	49 045
Hidalgo	39 277	43 892	41 701	41 826	36 991
Nayarit	20 433	19 835	18 048	15 440	28 436
San Luis Potosí	15 335	15 805	15 927	16 102	17 834
Jalisco	2 574	2 936	4 453	2 087	4 154
Colima	3 362	2 657	2 530	2 197	2 730
México	2 330	2 040	2 041	2 052	2 064
Tabasco	1 695	855	820	1 052	858
Morelos	451	434	430	385	334
Querétaro	360	300	300	240	270
Michoacán de Ocampo	42	42	42	42	46

Nota: Las sumas pueden no coincidir con los totales debido al redondeo de las cifras.

Fuente: SAGARPA. 2010.

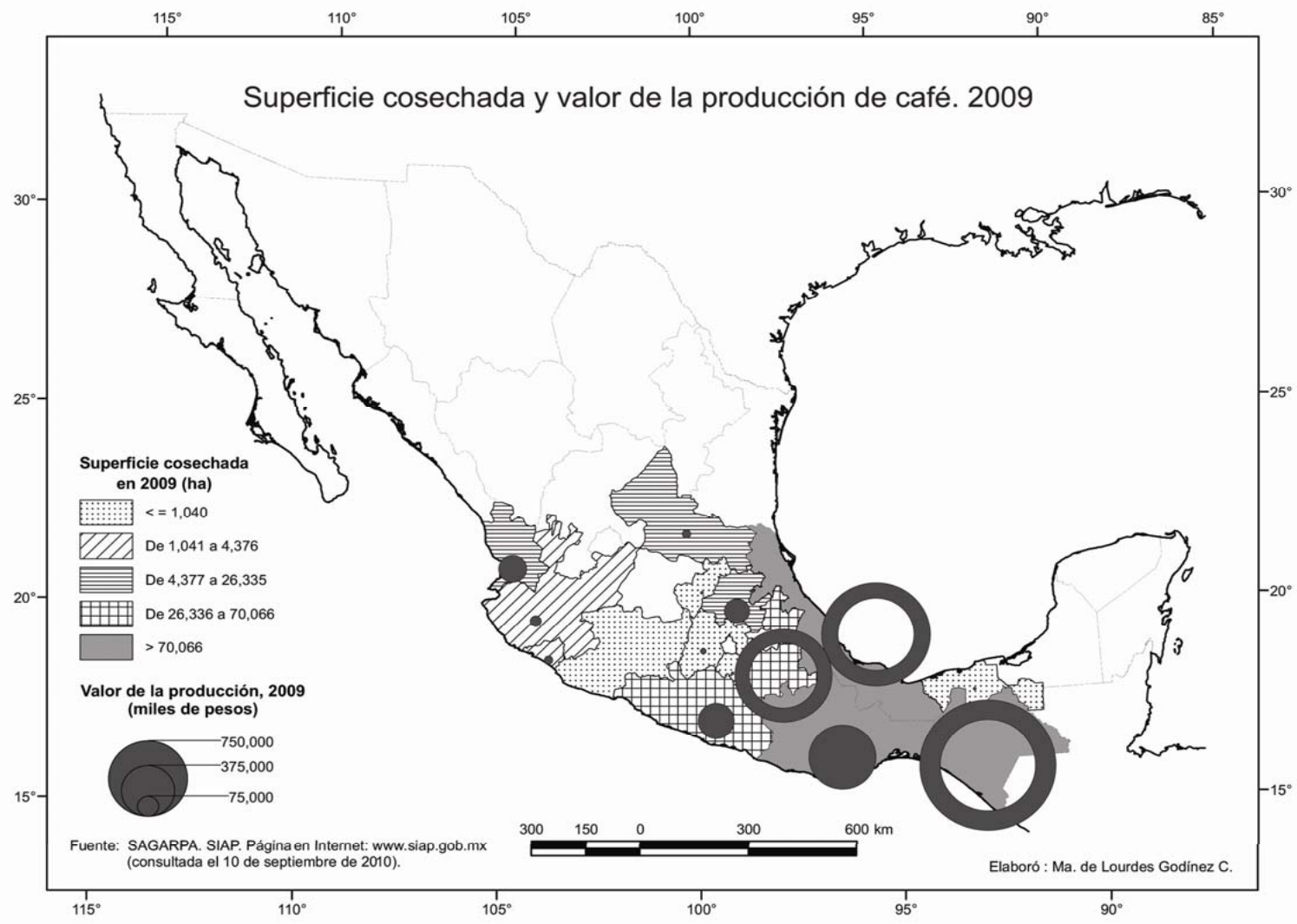
Finalmente, del análisis del valor de la producción obtenido por el cultivo del café en las entidades federativas durante el periodo 2004-2008, se destaca nuevamente el estado de Chiapas, con 36.6% del valor total, seguido nuevamente por Puebla, cuyo valor de la producción dio un salto a casi el doble de 2007 a 2008, alcanzando en este último año 23.4% del valor total: Veracruz ocupó el tercer sitio con 21.1% del valor global, muy por encima de Oaxaca, este último con 10% del valor de la producción nacional. Estas cuatro entidades concentran 91% del valor total de la producción nacional del café, en tanto que las 11 entidades restantes reúnen apenas 9% de dicho valor (Tabla 3.8).

Tabla 3.8. Valor de la producción de café por entidad federativa, 2004-2008.

Entidad federativa	Valor (Miles de pesos)				
	2 0 0 4	2 0 0 5	2 0 0 6	2 0 0 7	2 0 0 8
Total	2 866 293	3 614 474	4 053 016	4 769 565	5 542 665
Chiapas	1 232 552	1 607 527	1 608 799	1 765 022	2 029 493
Puebla	478 788	747 050	686 711	691 946	1 294 280
Veracruz de I. de la Llave	643 378	707 209	975 071	865 040	1 170 566
Oaxaca	311 691	324 597	433 104	1 105 013	557 912
Guerrero	82 423	73 861	139 076	154 797	233 758
Hidalgo	49 203	78 063	106 514	101 504	100 811
Nayarit	34 736	38 716	57 174	46 168	99 447
San Luis Potosí	13 034	13 434	15 131	15 417	15 291
Colima	6 723	7 438	7 787	7 911	12 777
Jalisco	5 431	6 253	10 626	5 648	11 994
México	3 457	6 498	8 682	6 253	8 719
Tabasco	2 826	1 744	1 945	2 383	5 402
Querétaro	720	900	1 200	1 200	1 080
Morelos	1 226	1 079	1 111	1 179	999
Michoacán de Ocampo	105	105	84	84	139

Nota: Las sumas pueden no coincidir con los totales debido al redondeo de las cifras.

Fuente: SAGARPA. 2010.



Con relación a los trabajadores rurales que se emplean en la agricultura del café, actualmente, el sector más pobre está formado por los jornaleros agrícolas, los campesinos sin tierra y los productores minifundistas. Entre los últimos se incluyen ejidatarios y pequeños propietarios con recursos insuficientes para obtener ingresos superiores a los de subsistencia (Calderón Salazar, S/F:25).

Los jornaleros sin tierra dependen para su subsistencia única y exclusivamente de la venta de su fuerza de trabajo. Por ello, se enfrentan a la escasez de empleo puesto que son pocas las áreas en las que la ocupación de dicha fuerza de trabajo es permanente, a lo que se le suma el aumento sostenido del número de campesinos que no tienen tierra y tampoco oportunidad de ocuparse en los demás sectores de la economía (Calderón Salazar, S/F:25).

Dado que la competencia que significa el ascendente proceso de mecanización en la agricultura en el caso del café es casi nulo, los jornaleros generalmente no constituyen una mano de obra especializada. Por el contrario, trabajan en lo que haya y bajo las condiciones más diversas: algunos llegan a gozar de ciertas medidas de protección social mientras laboran [como en el caso de la zafra], pero la mayoría son explotados al máximo, como ocurre principalmente en las haciendas cafetaleras de Chiapas (Calderón Salazar, S/F:25-26).

La mayoría de los jornaleros trabaja pocos días a la semana, por lo que un porcentaje muy reducido puede decirse que se emplea permanentemente durante todo el año. Sus condiciones de remuneración son notoriamente

desventajosas y, en la mayoría de las zonas del país, no se cumple con el pago del salario rural establecido por la ley (Calderón Salazar, S/F:27).

3.1.4 Las políticas entorno a la producción cafetalera en México.

Durante el período cardenista, con la expropiación de grandes propiedades cafetaleras [muchas de ellas pertenecientes a terratenientes de origen alemán] para fines de reparto agrario, se sentaron las bases materiales para la cafecultura del sector social: hacia 1940, aproximadamente la mitad de las propiedades cafetaleras se habían convertido en poco más de 100 ejidos (García Aguilar y Pontigo Sánchez, 1993:22; Renard, 1993:60, 63, 67).

Durante el sexenio del presidente Miguel Alemán, se aplicó la política de sustitución de importaciones tendiente a desarrollar la industrialización nacional mediante la ampliación del mercado interno y la adecuación de la economía nacional a las nuevas características de la estructura mundial. Su gobierno apoyó todas las fuentes agrícolas de divisas, por lo que se creó un organismo del sector público para mejorar esta industria. Así, en octubre de 1949 se formó la Comisión Nacional del Café, la cual tenía por objetivos mejorar las plantaciones aplicando los sistemas de producción más modernos, organizar servicios de investigación en laboratorios y campos experimentales de enseñanza y demostración, y hacer gestiones para que las instituciones bancarias consideraran líneas de crédito a favor de los cafecultores (Martínez Morales, 1996:76; Nolasco Armas, 1985:178).

El 31 de diciembre de 1958, las dependencias de 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 la institución denominada Beneficios Mexicanos del Café [Bemex]; se fusionaron para formar el nuevo Instituto Mexicano del Café [INMECAFE] (Martínez Morales, 1996:77; Nolasco Armas, 1985:182-184; Renard, 1993:87; Santoyo Cortés [*et al.*], 1994:95).

Durante la existencia del INMECAFE, de 1958 a 1989, los productores comercializaban su grano principalmente en cereza o en bola seca [café verde], con escaso o sin ningún proceso de transformación, dejando la labor del beneficio al INMECAFE o a algunos agentes privados. Este período se caracterizó por la participación activa del Instituto en el financiamiento, acopio, procesamiento, industrialización, exportación, asistencia técnica e investigación científica de la actividad cafetalera nacional (Nolasco Armas, 1985:187; Pérez Akaki y Echánove Huacuja, 2006:75; Santoyo Cortés [*et al.*], 1994:95).

A partir de 1973, el Instituto promovió la organización de los productores mediante la creación de las Unidades Económicas de Producción y Comercialización [UEPC], las cuales fueron utilizadas para la obtención de créditos en el sector y, de igual manera, para controlar políticamente a los productores. Tal fue el éxito de éstas, que para comienzos de la década de 1980, el INMECAFE acopiaba la mitad de la producción nacional del grano y exportaba poco más del 40% de las ventas externas, con lo que logró desplazar a un gran número de intermediarios tradicionales y competir con los

comercializadores privados (Nolasco Armas, 1985:188; Pérez Akaki y Echánove Huacuja, 2006:75, 80).

Durante la década de 1980, en un contexto de crisis económica en todo el país [debido a la deuda externa y a 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 después alcanzaría 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 liberalización cada vez mayor y bajo el supuesto de que estas inversiones coadyuvarían a capitalizar el campo (Martínez Morales, 1996:69-70).

A partir de 1989, la participación del INMECAFE en la actividad económica disminuyó con rapidez hasta desaparecer. Esta vez, sólo una pequeña parte de sus funciones pasaron a ser responsabilidad de una nueva institución: el Consejo Mexicano del Café [CMC]; el resto pasaron a manos de otras instituciones o programas gubernamentales como el Programa Nacional de Solidaridad [PRONASOL]. Los recursos fueron insuficientes y, en la práctica, tuvieron efectos clientelistas para las elecciones presidenciales de 1994; por ello, al término del gobierno de Carlos Salinas de Gortari, se debilitó el apoyo a la agricultura del café sin que se hubieran podido ni siquiera paliar los efectos de la crisis cafetalera [iniciada en 1989] sobre los productores (Martínez

Morales, 1996:87-89; Salinas Callejas, 2004:270; Santoyo Cortés [et al.], 1994:96).

Aunque la inversión extranjera directa aumentó en forma acelerada entre 1989 y 1994, se debe resaltar que dichas inversiones excluyeron a los cafecultores del sector social y a los que se encuentran dentro de las zonas marginales, quienes han debido incorporarse al sistema de créditos gubernamentales [el Instituto Nacional Indigenista instrumentó el Programa de Apoyo a los Productores de Café a principios de 1990 con recursos de PRONASOL] (Martínez Morales, 1996:66).

Bajo el CMC [que comenzó sus funciones oficialmente hasta 1993], dejó de existir la participación pública en la comercialización del grano, la cual quedó exclusivamente en manos de agentes privados [nacionales y trasnacionales], quienes adoptaron un sistema de compra de café a partir de la calidad del grano, imponiendo castigos con base en el número de defectos encontrados en muestras aleatorias de cada saco comercializado (Pérez Akaki y Echánove Huacuja, 2006:75).

En este contexto, cobró especial importancia la aprobación de las reformas al artículo 27 Constitucional, cuyas modificaciones de sus fracciones IV y VII dieron estatuto legal a la creación de sociedades mercantiles, liberaron las tierras ejidales a la dinámica del mercado y legalizaron la asociación productiva de los ejidatarios entre sí, con el Estado y con la iniciativa privada (García Aguilar y Pontigo Sánchez, 1993:46).

Esta situación continuó hasta comienzos de 2005, cuando la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA], anunció la desaparición del Consejo Mexicano del Café, el cual sería sustituido con la integración del Sistema Producto Café. De esa forma, los industriales, productores y representantes del gobierno, que integraban el organismo, definirían "los ajustes a su visión, dirección y políticas de representación del sector cafetalero en su próxima asamblea general, lo cual permitirá asegurar una participación efectiva e integral del propio sistema producto" (<http://www.jornada.unam.mx/2005/02/02/013n1pol.php>).

Finalmente, en la Asamblea General Ordinaria de septiembre de 2005 del Consejo Mexicano del Café, la totalidad de sus integrantes, entre los que se contaba a Eleuterio González Martínez, presidente de la Unión Nacional de Productores de Café de la Confederación Nacional Campesina [CNC]; Alfredo Moisés Ceja, presidente de la Asociación Mexicana de Exportadores de Café A. C.; Gaudelio García Orozco, presidente de la Unión de de Productores de Café de la Unión Nacional de Propietarios Rurales [CNPR]; y Genaro Hernández de la Mora, de la Asociación Nacional de la Industria del Café, por votación unánime acordaron proceder, conforme a las leyes y normas de la materia, a la liquidación de dicho consejo (SAGARPA, 2005:1).

De esta manera se observa que la actuación del gobierno en el ámbito de la cafecultura nacional en las últimas dos décadas, está referida a la eliminación de sus funciones de regulación económica y a proporcionar las bases

normativo-jurídicas que permitan establecer los límites de la participación gubernamental y los criterios formales para el establecimiento de un nuevo marco de relaciones entre los agentes económicos involucrados en el complejo económico del café.

A lo anterior se suma que, como se vio anteriormente, durante la etapa de liberalización del mercado mundial ocurre un cambio en la estructura global del café, la cual transita hacia una cadena dominada por los compradores, en la que las compañías torrefactoras internacionales pasan a ser los agentes dominantes [después de ocurrir la concentración del mercado].

En el caso de México, con la salida del organismo regulador gubernamental, se incrementó el poder de ciertos agentes, por lo que actualmente la cadena del café se encuentra dominada por seis grandes compañías extranjeras con sucursales en el país: AMSA [compañía subsidiaria de la *Ecom Agroindustrial Company Ltd.*], Jacobs [marca principal de la división alemana de *Kraft Foods*], Expogranos [compañía subsidiaria de la *Mercon Coffee Group*], Becafisa-Volcafé [compañía subsidiaria de la *ED & F Man*], Exportadora de Café California [compañía subsidiaria de la *Neumann Kaffee Gruppe*] y Nestlé (CEDRSSA, 2008:2; Hernández, 2005:17; Pérez Akaki y Echánove Huacuja, 2006:81).

Estas empresas ejercen un gran control en la esfera del acopio y comercialización interna del café mediante los siguientes mecanismos centrales (Pérez Akaki y Echánove Huacuja, 2006:81):

- Determinan los precios de compra a productores, acopiadores y comercializadores domésticos, asegurándose ciertos márgenes de ganancia por su intermediación.
- Establecen castigos a sus proveedores a partir de la cantidad de defectos que encuentren en muestras y, a través de la catación, definen la calidad del producto para la posterior firma de contratos.
- Realizan el beneficiado seco, ya que es un proceso que requiere equipo costoso e instalaciones adecuadas para mantener el producto en condiciones higiénicas.
- Efectúan la clasificación de los granos por tamaños, lo cual define el mercado de destino.
- Instalan sus oficinas en las regiones productoras más importantes del país, rebasando de esta forma a los comercializadores locales y acopiadores.
- Utilizan las coberturas financieras existentes en los mercados de futuros y otras opciones para protegerse de las variaciones de precios.

3.1.4.1 El surgimiento de organizaciones cafetaleras independientes en México. El ejemplo de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOC].

La coyuntura internacional a comienzos de la década de 1980, y los drásticos cambios que afectaron a las políticas gubernamentales con respecto a la modernización capitalista del agro y el desplazamiento o liquidación del

campesinado [considerado atrasado e improductivo], derivó en la organización de diversos grupos, muchos de ellos integrados mayoritariamente por indígenas con tierras (Sánchez, 1999:127).

Es así como entre las décadas de 1970 y 1980, el Estado comenzó a idear y fomentar nuevos tipos de organizaciones rurales como las uniones de crédito, sin embargo estas organizaciones se fincaron en dos conceptos básicos que las diferenciaban de las propuestas por el Estado (Sánchez, 1999:127-128):

- **La apropiación del proceso productivo.** Esto significaba que las organizaciones campesinas de productores debían ejercer el control y la autogestión de los proyectos económicos en todas sus etapas [financiamiento, planeación, desarrollo, industrialización y comercialización].
- **La autonomía organizativa.** Se refería a la independencia de las organizaciones con respecto a las centrales oficiales [empresas e instituciones paraestatales] y los partidos políticos; en lo financiero, lo comercial y lo técnico.

De esta forma, entre septiembre y noviembre de 1988, varios grupos regionales y otros grupos ligados a las organizaciones nacionales como la Central Independiente de Obreros Agrícolas y Campesinos [CIOAC], la Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas [UNORCA], la Unión General Obrera, Campesina y Popular [UGOCEP], e incluso algunos sectores de la Confederación Nacional Campesina [CNC], todos ellos encabezadas por

la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca [CEPCO] y la Alianza de Organizaciones Campesinas Autónomas de Guerrero, se reunieron y acordaron formar una nueva organización: la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOOC] (Martínez Morales, 1996:82-83; Sánchez, 1999:130; <http://conoc.org.mx/cnoc.html>).

Ya constituida en 1989, esta nueva organización se definió como una agrupación plural independiente, gremial y con un funcionamiento muy descentralizado a partir de organizaciones regionales. En octubre de ese año estableció una oficina en la Ciudad de México y comenzó a participar en los organismos públicos como el INMECAFE y el FIDECAFE (<http://conoc.org.mx/cnoc.html>).

En 1992 este organismo se constituyó como asociación civil y creció rápidamente al pasar de 26 a 70 organizaciones conformantes en los estados del sur-sureste [Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Puebla, Guerrero, San Luis Potosí e Hidalgo], con una presencia preponderante de indígenas de 20 etnias diferentes (Sánchez, 1999:130; <http://conoc.org.mx/cnoc.html>).

Esta nueva organización se encargó de cambiar del concepto de la simple apropiación del proceso productivo, por el de **apropiación de la vida social**, el cual permitiría construir regiones técnica, económica y socialmente integradas, además de impulsar programas integrales y multisectoriales de carácter regional que abarcaran no sólo aspectos productivos sino también los relacionados con el abasto de productos básicos, la salud, el transporte y otros

servicios. Ejemplo de lo anterior es su participación actual en el Consejo Nacional de Organizaciones Campesinas [CONOC] (Sánchez, 1999:133-134; <http://conoc.org.mx/cnoc.html>).

3.1.5 La actualidad cafetalera mexicana.

El sector cafetalero en México representa una de las ramas productivas estratégicas en virtud de su importancia económica y social. Adicionalmente, a la cafecultura se le atribuye una enorme relevancia ecológica, debido a que más de 90% de la superficie cultivada con café se encuentra bajo sombra diversificada, lo que contribuye a conservar la biodiversidad además de ser proveedora de servicios ambientales (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:15).

Para 2008, de acuerdo con datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], se estimó que 80% de los productores cafetaleros se localizaban en zonas marginadas, en tanto que 66% se ubicaba en zonas indígenas. Por ello, es necesario ver en el café un producto con potencial clave en el desarrollo de entidades marginadas (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:15).

3.1.5.1 Descripción de las características de las regiones cafetaleras de precios más altos y más bajos.

Los precios que se le otorgan al aromático, permiten que las distintas regiones dedicadas a su cultivo se desarrollen en mayor o menor medida, en este caso los extremos son representados entre los precios de Ixhuatlán del Café en Veracruz y Xilitla en San Luis Potosí, los cuales alcanzaron a diferenciarse en la cosecha 2008-2009 hasta los 30.0 dólares por quintal [407 pesos] (Celis Callejas y Ruiz González, 2010:18):

Precios más altos. La región de Ixhuatlán del Café se ubica en el centro del estado de Veracruz y cuenta con 22 pueblos productores con altitudes que oscilan entre los 1150 y 1250 m.s.n.m. Cuenta con buenas comunicaciones, lo que permite concentrar rápidamente el café en beneficios húmedos. Es una región compacta geográficamente, con gran homogeneidad en microclima y suelos. En 2008, una variedad de café de esta región obtuvo el premio como el café de mayor calidad en México.

Esta región fue seleccionada por la Nestlé para acopiar su café, a través de AMSA, con el esquema Nespresso [venta de café de mayor calidad destinado a Europa] que otorga un sobrepeso de hasta 35 centavos por kilo. Bajo este esquema, se paga hasta un 30% por arriba de la Bolsa, lo cual no es una práctica común en la región de Ixhuatlán del Café.

El café de esta región tiende a convertirse en un origen especial, y los productores aspiran a que realmente se les reconozca un sobreprecio por ser un café especial de origen.

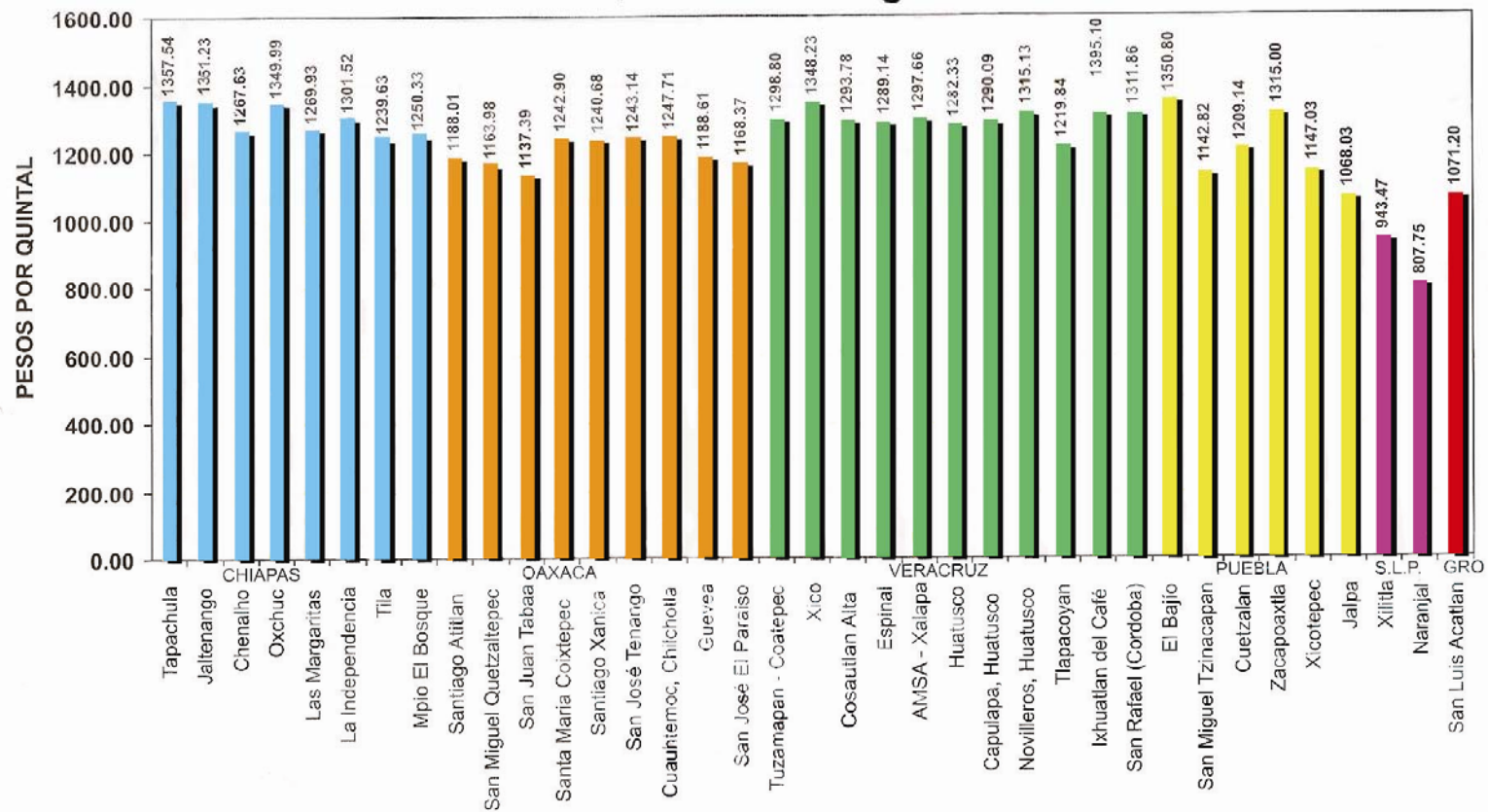
Precios más bajos. En la región de Xilitla en San Luis Potosí, las altitudes van desde los 500 a 1 400 m.s.n.m. Con una productividad baja por hectárea, los productores tienden a cortar buena parte del café junto [cafés maduros, verdes y pasados de maduros].

Los productores no cuentan con infraestructura adecuada para despulpe y secado en planilla. Existe un fuerte intermediarismo en las comunidades, los costos de transporte son altos y las vías de comunicación precarias.

No existen organizaciones de productores grandes con infraestructura de beneficiado [húmedo o seco] que permita ordenar el acopio y el mejoramiento de la calidad, y que puedan acceder a ventas a los mercados nacionales de mayores precios, o los internacionales como los orgánicos y de Comercio Justo.

PRECIOS DEL CAFÉ EN REGIONES DE MÉXICO COSECHA 2008-09

Quintal de Pergamino



Fuente: Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOC].

3.1.5.2 Consumo.

Contrario a lo que ocurre en la producción nacional, el consumo de café en México reporta una tendencia creciente. Entre los ciclos cafetaleros 2000/2001 y 2007/2008, el consumo nacional creció a una tasa media anual de 7.7%. De esta forma, en 2007/2008 alcanzó el nivel de consumo máximo histórico, con 132 mil toneladas. Para el ciclo cafetalero 2008/09, se estima que dicho nivel de consumo en el mercado nacional se mantendrá (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:18-19).

Alrededor del 38.0% de la producción nacional se destina al consumo doméstico. Actualmente, el consumo interno en México es dominado por el café soluble, con alrededor de 65.0%. En este mercado, la firma trasnacional Nestlé tiene el 80.0% de participación [de ese porcentaje, su marca emblema Nescafé representa el 42%]. Por su parte, el café tostado y molido representa el 35.0%, en tanto que el descafeinado [tostado y soluble] tiene el 14.0% de participación en el mercado (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:19; Gómez Moscoso, 2003:12-13; Sosa Hernández, 2006:97).

De acuerdo con información de la OIC, el consumo per cápita de café en México también se ha incrementado durante los últimos años. Mientras que en 2004 alcanzaba 0.84 kilogramos por persona por año, en 2008 fue de 1.24 kilogramos. Sin embargo, a pesar de este incremento, México es uno de los principales productores de café con uno de los consumos por persona más bajos (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:19).

3.1.5.3 Intercambio comercial.

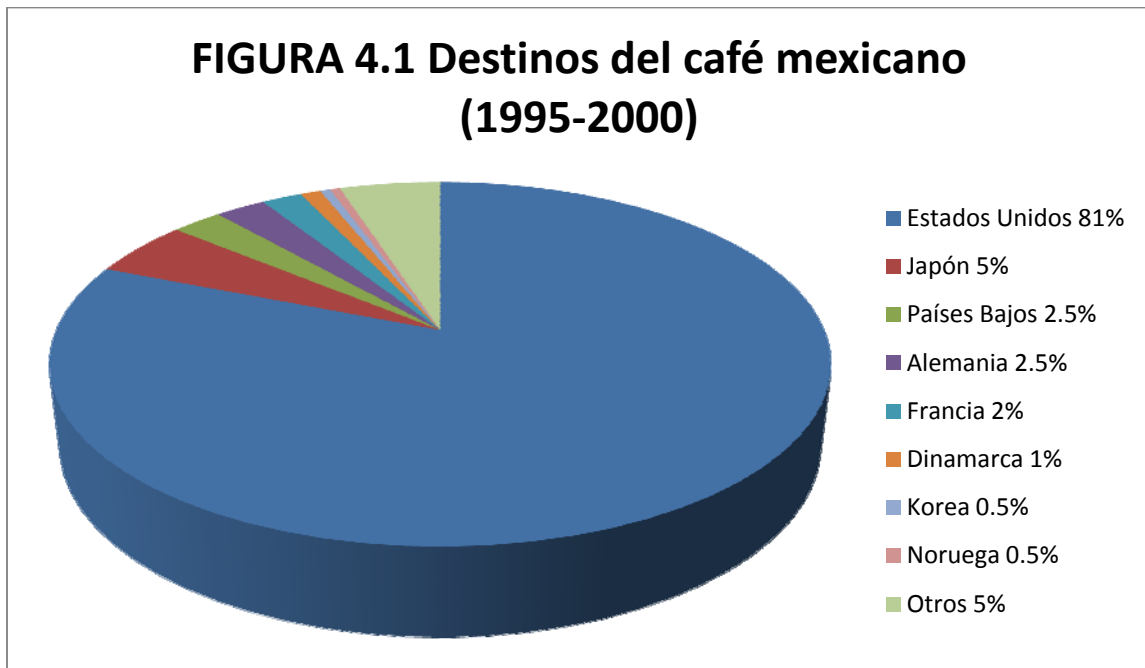
México es miembro exportador de la OIC. Alrededor de 62.0% de la producción nacional se destina al mercado de exportación. De acuerdo con información de comercio exterior reportada por el Sistema de Información Arancelaria Vía Internet [SIAVI] de la Secretaría de Economía, durante el ciclo cafetalero 2007/2008 se exportaron 114 467 toneladas de café verde, 681 toneladas de café tostado y 15 188 toneladas de café soluble y extractos de café (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:20).

Con base en datos estadísticos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos [USDA], en 2008 México abasteció el 7.2% de las importaciones estadounidenses de café (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:21).

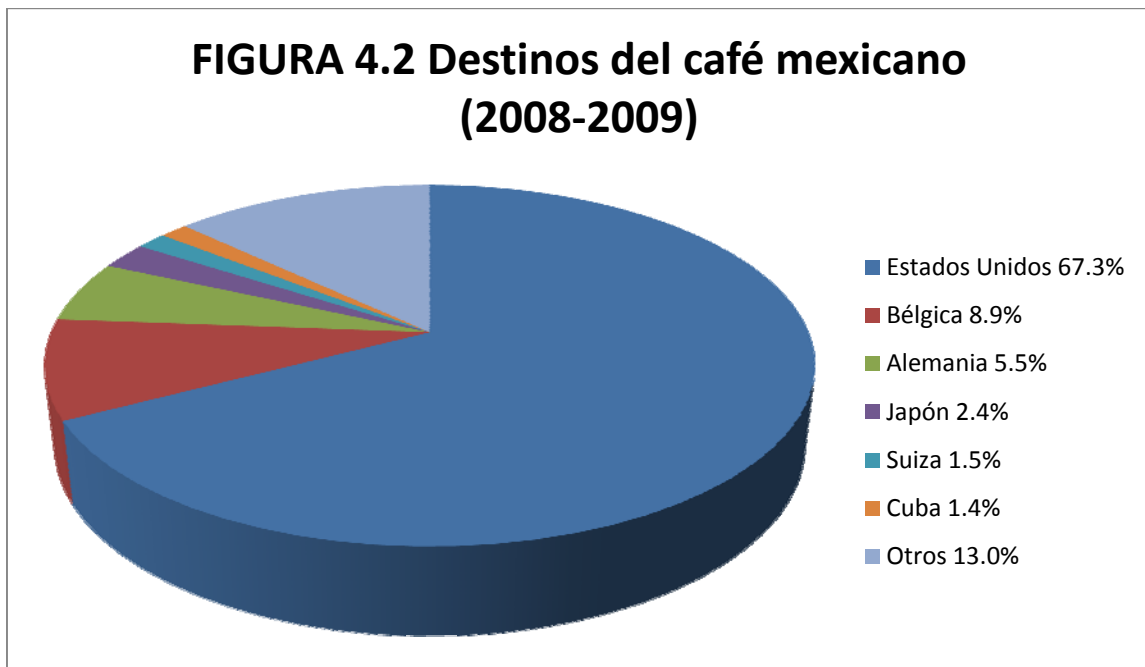
A partir del año 2003, se liberaron totalmente las barreras arancelarias para todo tipo de importación de café, con lo que se causó un efecto negativo en la economía de los cafetaleros mexicanos, derivado de la no existencia de modificaciones en la cultura exportadora (Sosa Hernández, 2006:98).

Es así como durante los últimos cinco ciclos cafetaleros, se han registrado importaciones de café por un promedio de 29 000 toneladas. De este volumen comprado en el exterior, 13.8% corresponde a café verde, 30.6% a café tostado y 55.6% a café soluble y extractos [estos últimos provenientes de Estados Unidos y Colombia] (Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:21; Gómez Moscoso, 2003:13).

Los destinos del café mexicano se muestran de manera comparativa en las Figuras 4.1 y 4.2.



FUENTE: Elaboración propia con base en Gómez Moscoso, 2003:30.



FUENTE: Elaboración propia con base en Dirección de Análisis Económico y Sectorial-FIRA, 2009:21.

3.2 El caso del café orgánico y el comercio justo en México.

3.2.1 Producción de café orgánico en México.

México es el primer productor de café orgánico en el mundo, siendo este producto de gran importancia para la cafecultura de nuestro país, ya que el 18.9% del total del café producido es orgánico.

En México, el café orgánico es producido en su mayoría por organizaciones campesinas de pequeños productores indígenas agrupados en cooperativas. De acuerdo a un estudio realizado en el año de 2005 por el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica [FiBL, siglas en alemán], México tiene 147,136 hectáreas de tierra dedicada a la producción de café orgánico (Baraibar, 2006:157; Cifuentes, 2001:332).

La producción de café orgánico en México comenzó en la región del Soconusco en 1963 en la finca Irlanda, propiedad de Peter Greters, la cual está ubicada dentro del municipio de Tapachula, en el estado de Chiapas. En el año de 1967 obtuvo su primera certificación internacional como productor orgánico-biodinámico de la certificadora *Demeter Bund* de Alemania, convirtiéndose así, en la primera finca en el mundo en recibir este tipo de certificación. Tiempo después, la Finca San Miguel en 1986 y Rancho Alegre en 1988 recibieron también su certificación de productores orgánicos (Lamas, Neri, Sánchez, Galaviz, 2003:38; Rodríguez, 2005:53; Velázquez, 2002:23-24; <http://fincairlanda.grupopeters.com/>).

Es a partir de 1980, cuando la producción orgánica ha crecido rápidamente en México, resultado de la demanda de productos sanos, no tóxicos por parte de los consumidores de los países desarrollados, ubicados principalmente en la Unión Europea y Estados Unidos. Cabe destacar que este tipo de consumidores, además de preocuparse por su salud, tienen valores o comulgan con las ideas de la sostenibilidad ambiental, la conservación de la cultura y la sociedad rurales (González, Nigh, 2005:19; Lamas *et al.*, 2003:38-39).

Con la experiencia en la producción y comercialización de café orgánico de las fincas privadas arriba mencionadas, además de la creciente demanda mundial por el café orgánico, se inició en nuestro país la promoción, apoyo e invitación de participar en la agricultura orgánica de las organizaciones sociales de pequeños productores, por parte de comercializadores, compradores, organizaciones no gubernamentales internacionales y asociaciones religiosas progresistas (Lamas *et al.*, 2003:38-39; Renard, 1999:182-183; Rodríguez, 2005:54).

Es así, que en el año de 1982 la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo [UCIRI], que tiene su sede en Ixtepec, en el estado de Oaxaca, apoyada por el clero progresista de la diócesis de Tehuantepec y, a través de ésta por organizaciones no gubernamentales europeas, comenzó la reconversión orgánica en la producción de su café, logrando comercializar café orgánico en 1986. La UCIRI es una organización que ha puesto el ejemplo en México, como una organización social que da resultados, mejorando la

calidad de vida de las personas que integran las comunidades que la forman (Lamas *et al.*, 2003:39; Renard, 1999:183; Velázquez, 2002:24).

En 1986, la UCIRI apoyó y asesoró en la reconversión orgánica de la producción de su café a las organizaciones de pequeños productores: Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla [ISMAM], que tienen su sede en Tapachula, en el estado de Chiapas; a la Sociedad de Producción Rural Yeni Navan y a la Coalición de Ejidos de la Costa Grande de Guerrero. A éstas siguieron otras organizaciones de pequeños productores de café de las distintas zonas cafetaleras del país (Lamas *et al.*, 2003:39; Rodríguez, 2005:54; Velázquez, 2002:24).

A principios de la década de 1990, con la desaparición del Instituto Mexicano del Café [IMECAFE], las organizaciones en su mayoría indígenas de pequeños productores de café, entraron al mercado orgánico, como una forma de paliar el retiro del apoyo del Estado. Los organismos no gubernamentales, a los que ya hemos hecho referencia, aportaron su apoyo y asesoría para el proceso de inserción en este nuevo nicho de mercado (González, Nigh, 2005:22-23).

Entre los factores importantes que ayudaron a una rápida conversión al sistema orgánico de producción destaca, por una parte, que los pequeños productores indígenas, por la falta de apoyos y dinero, habían cultivado desde siempre sin agroquímicos o con muy poca cantidad de ellos, por lo que su producción era muy allegada a lo establecido por la reglamentación orgánica. Otro factor de importancia en la transición hacia lo orgánico, fue el capital social que existe en

las pequeñas comunidades de productores indígenas. Las experiencias de cooperación, les ayudaron a adoptar rápidamente los principios de las estructuras de mercadotecnia cooperativa, y sus estructuras de organización dentro del plano de la comercialización les permitió promover sus intereses y entrar en contacto con los consumidores, además, les sirvió para dar una dimensión política y cultural de la agricultura orgánica, vinculando al movimiento orgánico con la identidad étnica, los intereses de los pequeños productores, la salud de las economías, sociedades y ecología de sus localidades (González, Nigh, 2005:23).

La producción de café orgánico comprende ocho entidades federativas: Chiapas, Oaxaca, Guerrero, Puebla, San Luis Potosí, Veracruz, Jalisco y Colima; de ellos, Chiapas ocupa el primer lugar, Oaxaca el segundo y Puebla el tercero. Se cuenta con 55 grupos de productores de los que 44 corresponden a organizaciones sociales y 11 son productores privados. Hoy día, 46 grupos están certificados, de los cuales 35 son de organizaciones sociales y 11 empresas privadas. Los restantes nueve grupos pertenecientes a organizaciones sociales están en el proceso de transición necesario para obtener su certificación como productores orgánicos (Lamas *et al.*, 2003:42).

El continuo crecimiento del sector orgánico en el mundo y el sobrepago pagado por este tipo de productos, han hecho posible la consolidación en el mercado, en el aspecto de la comercialización y exportación de muchas de estas organizaciones mexicanas de pequeños productores orgánicos de café (González, Nigh, 2005:19; Lamas *et al.*, 2003:43; Velázquez, 2002:24).

3.2.2 Certificación del café orgánico en México.

Tal como hemos señalado en el capítulo dos, la certificación orgánica es llevada a cabo por las distintas empresas certificadoras, que en su mayoría están agrupadas y representadas a nivel global por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica [IFOAM]. Estas empresas certificadoras pertenecen en su mayoría a los países desarrollados donde se encuentra el grueso de los consumidores de los productos orgánicos, aunque también hay algunas empresas de certificación originarias de los países productores. Además, también, existen las certificaciones gubernamentales, y en este rubro las más importantes son las de la Unión Europea y la de Estados Unidos de América, por ser los dos mercados más importantes de los productos orgánicos.

En México, a partir del primero de abril de 2010, fecha en que entró en vigor el Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos, por medio de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA], el gobierno federal puede certificar directamente productos orgánicos. En nuestro país también ofrecen sus servicios distintas empresas certificadoras internacionales de la Unión Europea, Estados Unidos de América y Japón. Además, el país cuenta con empresas certificadoras nacionales, entre las que destaca Certimex S. C., que es la compañía que certifica a un mayor número de organizaciones de pequeños productores de café orgánico del país (Lernoud, Piovano, 2006:166; Rodríguez, 2005:67; <http://www.certimexsc.com>; http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=1000&id_sec=24).

Tabla 3.9 Algunas de las empresas certificadoras que operan en México.

CERTIFICADORA	PAÍS DE ORIGEN
OCIA Internacional	Estados Unidos
Naturland	Alemania
Quality Assurance International	Estados Unidos
Oregon Tilth Certified Organic	Estados Unidos
Demeter Bund	Alemania
Demeter Association	Estados Unidos
Eko	Holanda
BCS	Alemania
Farm Verified Organic	Estados Unidos
IMO Control Latinoamérica	Bolivia
Lacon Qualitat	Alemania
Soil Association	Inglaterra
CUCEPRO	México (Colima)
Certimex	México (DF)
Asociación Dana, A.C.	México (DF y Chiapas)
CEMEXPO	México (Oaxaca)
OCIA Internacional-Capítulo México	México (DF)
CADS	México (Jalisco)

Fuente: Lamas *et al.*, 2003:55.

Certimex S.C., se creó en el año de 1997 gracias al apoyo e interés de productores mexicanos de contar con una empresa certificadora de productos orgánicos nacional, que pudiera realizar los servicios de inspección y certificación con calidad, pero con cuotas accesibles para los pequeños productores. En el año 2000, motivada por el interés de los productores, comercializadores y procesadores, comenzó a extender la certificación en comercio justo, elaborando conjuntamente con Comercio Justo México A.C., los criterios y procedimientos para dicha certificación; además, acordando los parámetros con el *Smithsonian Migratory Bird Center*, realiza inspecciones para la certificación del café bajo sombra, conocido también por el nombre, de amigable con las aves (<http://www.certimexsc.com/>).

Desde 2002, colabora con la agencia Organizaciones para el Etiquetado de Comercio Justo Internacional [FLO, siglas en inglés], para realizar las inspecciones para el café de comercio justo de acuerdo a los reglamentos de esta organización (<http://www.certimexsc.com/>).

Desde 2003 obtuvo la acreditación de parte del Organismo Alemán de Acreditación [DAKKS, siglas en alemán], que prueba que los procedimientos y normas de inspección y certificación de productos orgánicos aplicados por Certimex, son equivalentes a los requisitos del Reglamento de la Unión Europea para los productos orgánicos. De la misma forma, desde 2006 cuenta con la acreditación de la Norma Pública de Productos Orgánicos de la Secretaría de Agricultura de los Estados Unidos de América, lo que permite a los productos orgánicos certificados por Certimex la entrada en el mercado estadounidense (<http://www.certimexsc.com/>).

3.2.3 El comercio justo en México.

"El sistema de Comercio Justo ha sido hasta ahora el modelo más exitoso para ofrecer a los pequeños productores la opción de obtener ingresos mediante una relación comercial de largo plazo y de manera más directa entre productores y consumidores, en donde estos últimos obtienen productos de la mejor calidad y producidos de manera sustentable. Además, el sistema de Comercio Justo también ha demostrado que se puede avanzar rápidamente en la búsqueda de un camino para vivir con mayor dignidad y tener un desarrollo más

integral, mediante un uso adecuado de los ingresos provenientes de un sistema comercial mejor” (<http://www.comerciojusto.com.mx/>).

Las principales características del Comercio Justo son:

- *Los productos provienen de pequeños productores organizados, democráticos, transparentes e independientes.*
- *Los precios al productor cubren los costos de una producción sustentable y reconocen de su aportación al desarrollo integral.*
- *Se establecen compromisos de largo plazo entre los productores y las empresas del mercado.*
- *El mercado debe pagar oportunamente a los productores para que no sean obligados a malvender a los intermediarios.*
- *Con el sello, al consumidor se le garantiza la calidad, el origen y la sustentabilidad de los productos”.*

(<http://www.comerciojusto.com.mx/>).

Como se mencionó en el capítulo anterior, los pequeños productores de café orgánico de Oaxaca que constituyen la organización UCIRI, tuvieron un papel importante en la creación de primer sello de Comercio Justo Max Havelaar Holanda, en 1988, siendo su café el primero en comercializarse bajo este sello. Es en el año 2009, cuando se creó el Sello de Garantía de Comercio Justo México, primer sello de comercio justo en un país de productores. Asimismo, hay que resaltar que México ocupa el primer lugar mundial en exportación de café de comercio justo (Rodríguez, 2005:65).

El comercio justo en México es presidido por dos organizaciones mexicanas, que hoy en día siguen las normas establecidas por la FLO, la anteriormente mencionada Certimex S.C., y la organización Comercio Justo México A.C., que fue fundada en el año de 1999 por organizaciones de pequeños productores y civiles. En 2001 firmó un convenio con la empresa social mexicana de comercio justo Agromercados, que ese mismo año sacó a la venta café certificado con el sello de Comercio Justo México A.C. Sus objetivos y actividades son: promover los productos del comercio justo de México dentro y fuera del país, contar con un sello distintivo para los productos de los pequeños productores mexicanos, la posibilidad de crear una alianza a largo plazo, entre los consumidores y los pequeños productores, basada en la solidaridad, conocimiento, justicia en los precios y en la calidad del producto comercializado, la creación de las normas y sistemas de certificación del comercio justo en México y la aplicación del Sello de Garantía de Comercio Justo México (<http://www.comerciojusto.com.mx/>; <http://www.certimexsc.com/>).

La Norma General de Comercio Justo México A.C., en relación con los pequeños productores, establece que la obtención del sello está limitada a las organizaciones de pequeños productores que estén estructuradas de una forma democrática y que cuenten con una administración transparente, que los productores reciban un precio de garantía que cubre los costos de producción y les otorgue un ingreso justo por su trabajo, que las organizaciones reciban un premio social adicional que debe ser usado para el financiamiento de proyectos en beneficio de la comunidad, y también señala que se obtendrá un premio adicional por los productos con certificación de orgánicos, compromiso de

todas las partes involucradas con el desarrollo económico, social, cultural y ecológicamente sustentable; además, establece que se fomente la participación equitativa de la mujer y se respeten los derechos de los niños, que se mantengan relaciones comerciales justas, corresponsables y duraderas, y que los productos entregados a los consumidores cuentan con la calidad y confiabilidad que les garantiza el sello de certificación de comercio justo (Rodríguez, 2005:68).

A través de la comercialización de los productos bajo el sello de Comercio Justo México A.C., son beneficiados unas 125 mil familias de pequeños productores que son socios de la organización. Sin embargo, es una organización abierta, y cualquier otra organización de pequeños productores, puede asociarse y obtener los beneficios de contar con el sello, comercialización y promoción de sus productos (Rodríguez, 2005:66).

La empresa social Agromercados, que comercializa productos con el sello de Comercio Justo México A.C., fue formada en el año 2001 por nueve organizaciones de pequeños productores, varias de ellas de café orgánico: la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo [UCIRI], la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca [CEPCO], Unión de Ejidos Majomut, Organización Campesina Independiente de Jalisco [OCIJ], la Unión de Cooperativas Pioneras de Occidente [UNICOPO], Agroproductores Unidos de Jalisco [AGUJA], Siacomex, Ya Muntsi, Behña y los Alegres de San Ildelfonso. En el año 2002 se integró la Tosepan Titataniske y en el año 2003 la

Unión de Ejidos de San Fernando (<http://www.agromercados.net/>; Rodríguez, 2005:69).

Agromercados permite a las organizaciones de pequeños productores que la conforman, comercializar sus productos en el mercado nacional e internacional de forma colectiva, teniendo así un alto nivel de competitividad. La empresa posee su propia marca colectiva de café orgánico y de comercio justo "*Fértil*", además, posee un sistema de puntos de venta propios con servicio de cafetería y venta de diferentes productos de comercio justo (Rodríguez, 2005:69).

3.2.4 La comercialización del café orgánico mexicano.

México exporta 186 mil sacos anuales de café orgánico en los mercados internacionales. El 85% del café producido en México cuenta con certificación orgánica, una considerable cantidad es comercializada con marcas propias de las organizaciones de pequeños productores de café orgánico y se exporta a los Estados Unidos de América, Alemania, Holanda, Suiza, Inglaterra, Suecia, Austria, Italia, Japón, Francia, Dinamarca, Noruega, Bélgica y Canadá. México, como ya se ha mencionado, es considerado el principal productor y exportador mundial de café orgánico, y cubre el 20.5% de la oferta global. Los principales consumidores de café orgánico en el mundo, son los mercados de Estados Unidos de América y Alemania. El 15% restante del café orgánico producido en México es comercializado en el mercado nacional (Lamas *et al.*, 2003:44; <http://www.presidencia.gob.mx/prensa/sagarpa/?contenido=55174>; Rodríguez, 2005:63-64).

Gracias a la creciente demanda de café orgánico en el mundo, al sobreprecio por su calidad de orgánico, aunado al sobreprecio de los que cuentan con el sello de comercio justo en el café que producen y comercializan, los pequeños productores mexicanos de café orgánico han conseguido mejorar su calidad de vida, lo que les ha permitido un desarrollo integral dentro de sus comunidades.

Hasta el momento, el café orgánico ha dado mejores ingresos a los pequeños productores. No se sabe todavía si esta tendencia podrá continuar o si es esta vía la única posibilidad que tienen los pequeños cafecultores de tener mejores beneficios dentro del mercado, pero en el tiempo que lleva realizándose la actividad comercial del café orgánico en nuestro país, ha sido la que les ha permitido tener mejores ingresos y guardar la esperanza de que una realidad diferente es posible.

CAPÍTULO 4. LA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA REGIONAL TOSEPAN TITATANISKE [SCARTT] Y SU ENTORNO.

4.1 El municipio de Cuetzalan del Progreso.

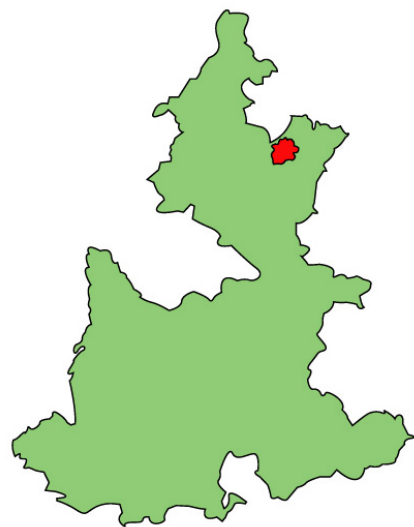
El nombre de Cuetzalan proviene de los vocablos en náhuatl *cuezali*, que significa “pájaro colorado” y la preposición *tlán* o *lan* que significa “lugar”. De esta manera, Cuetzalan puede definirse como el “lugar donde abundan los pájaros colorados” y no el “lugar donde abundan los quetzales” [es importante marcar la diferencia entre un *cuezali* y un *quetzalli*], como muchos han afirmado hasta el día de hoy. Si bien las dos son especies de aves de plumas preciosas, particularmente estimadas para la elaboración de obras de arte plumario prehispánico; el primero se trata de un pájaro de plumas rojas [**alo** o guacamayo] y el segundo, es un pájaro de plumas largas y verdes (Castillo Hernández, 2000:49; Garza, 1995:14, 50).

En las *Relaciones Geográficas del siglo XVI* (Acuña, 1984:315), se afirma:

*Dij[e]on los d[ic]hos indios q[ue] dic[ho]
pueblo se llamó Cuezala, por unos pájaros
q[ue] andaban allí del tamaño de un tordo
con la cola del largor de un palmo y medio,
q[ue] los llamaban QÜEZAL, y eran todos
colorados, q[ue] QÜEZAL quiere decir
“plumas galanas” y, porq[ue] estos pájaros
las tienen, los nombraron así, y así llamaron
al d[ic]ho pueblo Cuetzalan.*

4.1.1 Ubicación.

El municipio de Cuetzalan del Progreso se ubica en lo que era el antiguo Totonacapan [conformada originalmente en torno a la ciudad prehispánica de El Tajín]; dentro del territorio que se conoce comúnmente como la Sierra Norte de Puebla (Aramoni Burguete, 1990:16; Arizpe, 1973:3; Castillo Hernández, 2000:49-51; Gutiérrez Manzano, 2004:9). Para consultar una información más detallada sobre las generalidades físico-geográficas y socioeconómicas principales tanto del estado de Puebla, como de la región de la Sierra Nororiental del estado; acudir al Apéndice B de esta tesis.



La región es esencialmente montañosa y se extiende al norte del Estado, desde su extremo septentrional hasta un límite meridional formado por los municipios de Teziutlán, Tlatlauquitepec, Zacapoaxtla, Cuetzalan del Progreso, Zautla y Tetela. Toda la Sierra Norte se caracteriza por lluvias abundantes debido a su situación geográfica, pues recibe durante todo el año la influencia de los vientos alisios predominantes del noreste que, cargados de humedad, al

chocar con las estribaciones de la Sierra dejan gran parte de ésta en forma de abundantes precipitaciones (Aramoni Burguete, 1990:15; Castillo Hernández, 2000:45-46; Gutiérrez Manzano, 2004:19).



Vista de la Ciudad de Cuetzalan desde el camino a Yohualichan.



Plaza principal de la Ciudad de Cuetzalan.

Su extensión territorial es de 135.2 km², misma que representa el 0.40% de la superficie total del estado. Sus coordenadas geográficas son los paralelos 19°57'00'' de latitud norte; y los meridianos 97°24'36'' y 97°34'54'' de latitud occidental. Sus colindancias son con los siguientes municipios: al norte con Jonotla; al sur con Tlatlauquitepec; al este, con Ayotoxco; al oeste, con Zoquiapan; al noroeste, con Tenanpulco y al sureste con Zacapoaxtla y Nauzontla (Aramoni Burguete, 1990:15).

4.1.2 División política.

El municipio de Cuetzalan del Progreso se encuentra conformado actualmente por ocho juntas auxiliares: San Andrés Tzicuilan, San Miguel Tzinacapan, Santiago Yancuictlalpan, Xocoyolo, Zacatipan, Reyesohpan, Xiloxochico y Yohualichan [se trata de antiguas cabeceras que terminaron anexionándose a una principal contando con ciertas prerrogativas; de éstas, las primeras cuatro funcionaban como tales desde mediados del siglo XIX], además de cien rancherías (Castillo Hernández, 2000:49; Gutiérrez Manzano, 2004:29-30).

Al centro de Cuetzalan, ahora cabecera municipal, se le otorgó la categoría de "villa", y el 3 de octubre de 1986, por decreto del H. Congreso del Estado, se le declaró Ciudad Típica y Monumental (Castillo Hernández, 2000:52).

Cuadro No.1. Población de las principales localidades del municipio de Cuetzalan del Progreso, 2005.

Principales localidades	Población total	Hombres	Mujeres
Ciudad de Cuetzalan	5 513	2 561	2 952
Tzinacapan	2 833	1 386	1 447
Reyesohpan	1 678	836	842
Tzicuilan	1 187	566	621
Cuautamazaco	1 101	536	565

Fuente: Observatorio de Violencia Social y de Género de la Sierra Norte del estado de Puebla-TOTALMANIK, 2010.

Figura 4.1. Ubicación de las Juntas Auxiliares, Municipio de Cuetzalan del Progreso.



Fuente: Castillo Hernández, 2000:50

4.1.3 Orografía.

El municipio pertenece a dos regiones morfológicas, de la cota 1 000 hacia el sur corresponde a la Sierra Norte, y de la misma cota hacia el norte corresponde al declive del Golfo. La Sierra Norte de Puebla está formada por sierras más o menos individuales, paralelas, comprimidas las unas con las otras formando altiplanicies intermontañas, en tanto que el declive del Golfo es la vertiente septentrional de la Sierra Norte que da hacia la llanura costera del Golfo de México, caracterizado por numerosas chimeneas volcánicas y lomas aisladas. La principal característica morfológica que identifica a la región es la larga y baja sierra que atraviesa de oeste a este la parte sur; la sierra se levanta a mil metros sobre el nivel del mar, presenta una serie de picos más o menos alineados y se prolonga hasta Tlatlauquitepec (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

De la sierra hacia el sur se presenta un brusco declive de más de 600 metros en sólo dos kilómetros hacia el río Apulco. De la sierra hacia el norte, y que es la característica de la mayor parte del municipio, se observa un continuo pero irregular declive con gran cantidad de cerros aislados como el Totolixipil, Caxaltepec y Cuamono con algunas sierras cortas y bajas, destacando la que corre al oriente y que es continuación de la Sierra Meridional ya mencionada, de la cual el cerro Nectepec es el más representativo. El descenso sur-norte no es tan marcado como el de la sierra hacia el sur pues llega a ser de 1200 metros en sólo nueve kilómetros (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

Gracias a que el municipio presenta esta serie de pendientes y descensos pronunciados a través de la sierra, los panoramas y paisajes naturales que se observan son incomparables, por lo que la orografía del municipio representa gran parte de su atractivo turístico. Así, la ciudad de Cuetzalan tiene una altitud promedio sobre el nivel del mar de 1000 metros, siendo de 980 metros en el centro de la misma (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

4.1.4 Hidrografía.

Cuetzalan del Progreso pertenece a la vertiente septentrional del estado, formada por las distintas cuencas hidrográficas parciales de los ríos que desembocan en el Golfo de México y que se caracterizan por tratarse de corrientes jóvenes e impetuosas con gran cantidad de caídas (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

El municipio se ubica en la región hidrológica Tuxpan-Nautla, conformada por la cuenca del Tecolutla y las subcuencas hidrológicas de Tecuantepec, la cual representa el 38.4% de la superficie municipal y de Apulco, que representa el 61.7% de la superficie municipal (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

El municipio es atravesado por diferentes corrientes de agua, entre ellas se encuentran los ríos Apulco, Tozán, el arroyo Chichicazapan y el río Cuichat, éste último cuenta con los siguientes afluentes: Rosario, Zacapoaxteco, San Carlos, Santa Rosa, Comatl y Gachupinate. Además de Malacayotan, Tixapán,

Atepolihui, Pokat, Tahuil, Maxococatl, Quichat, Zoquita. Cohuat y Quezapa (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

4.1.5 Principales ecosistemas.

Aún cuando el municipio ha perdido la mayor parte de sus áreas boscosas, conserva fragmentos de bosque mesófilo de montaña con especies arbóreas como el liquidámbar y el jaboncillo en la ribera del río Apulco. Las plantas con flores ocupan un lugar importante, entre las principales se pueden mencionar: orquídeas, alcatraces, azaleas, hortensias y gachupinas (Castillo Hernández, 2000:46-47).

En cuanto a la fauna de la región, al igual que en otras zonas del estado, la depredación ha extinguido numerosas especies por lo cual actualmente sólo es posible encontrar aves cantoras como: primaveras, clarines, jilgueros, dominicos, esmeraldas, azules, calandrias y huitlacoques. Entre los roedores destacan: ardillas, tejones, tuzas y cuautuzas, así como los siguientes reptiles: serpientes coralillo, voladoras, nauyaca, mazacuate, chirrioneras y huehuetzin; también abundan los mamíferos como: zorrillo, tlacuache, marta, armadilla, mapachín, zorra, perro de agua, cacomixtle; y escasamente tucán, entre otros (Castillo Hernández, 2000:46-47).

Mención aparte merecen los helechos arborescentes, cuya etimología en náhuatl es "*Tlalquequetzal*", que significa penacho del suelo o penacho de la

tierra. En Cuetzalan es llamado “*pezma*”, el cual ha sido utilizado por nativos del lugar para la fabricación de patos y garzas y otras figuras para venderlas. Desde hace muchos años su existencia se ve amenazada debido a que tienden a desaparecer y de no protegerse, existe el peligro de su extinción, pues para que un helecho crezca y alcance una altura de 10 ó 12 metros, se necesitan de 40 a 50 años (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

4.1.6 Características socioculturales.

La presencia de varios elementos culturales antiguos en la vida actual de los nahuas [grupo étnico que arribó a la región con la expansión mexicana en la primera mitad del siglo XIV] y totonacos, es una muestra de que durante la Colonia, la penetración española en la Sierra Norte de Puebla fue muy lenta y, por lo tanto, tuvo muy poca influencia social, económica y política hasta mediados del siglo XVIII (Castillo Hernández, 2000:51-52).

Por ello, hasta el día de hoy Cuetzalan se caracteriza por conservar gran parte de sus costumbres y tradiciones antiguas [vestimentas y danzas], ya que se trata de una comunidad bilingüe [preponderantemente náhuatl-español] donde la lengua indígena mantiene una fuerte vitalidad al interior de las comunidades que conforman al municipio (Aramoni Burguete, 1990:83).

Lo anterior se manifiesta a través del sincretismo religioso y en la organización comunitaria que caracteriza ciertos actos sociales y religiosos de importancia

como son: nacimientos, bautizos, matrimonios, la siembra del maíz, la Semana Santa, la fiesta de Todos Santos y su fiesta más importante, la del santo patrón San Francisco de Asís [4 de octubre] (Castillo Hernández, 2000:52-53).

También es importante mencionar la presencia de organizaciones independientes con fuerte presencia en todo el municipio. Entre ellas podemos mencionar: la organización de artesanas indígenas *Maseualsiuamej Mosenyolchikauanij* ["mujeres que trabajan juntas"]; el Taller de Tradición Oral de la Sociedad Agropecuaria del CEPEC de San Miguel Tzinacapan; la Comisión de Derechos Humanos *Takachihualis*; y la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional *Tosepan titataniske* ["Unidos venceremos"] (Castillo Hernández, 2000:54).

Uno de los elementos más característicos de la región es el cultivo del café, no solamente por su importancia económico-comercial, sino por su fuerte presencia en la vida cotidiana de sus pobladores, especialmente de los indígenas. Éste fue introducido a Cuetzalan y sus alrededores como cultivo comercial desde la segunda mitad del siglo XIX por población de origen italiano y por mestizos que inmigraron a la región, quienes percibieron las características geográficas idóneas para su desarrollo (Aramoni Burguete, 1990:15; Arizpe, 1973:33).



Fachada de una de las tantas cafeterías que abundan en la ciudad de Cuetzalan.



“Los voladores”, ejemplo del profundo arraigo de las tradiciones en Cuetzalan.

4.1.7 Cobertura de servicios.

Al igual que el resto de la región en donde está ubicado, la cobertura de servicios básicos puede ser catalogada como deficiente en el municipio de Cuetzalan del Progreso. Según el Anuario Estadístico del Estado de Puebla del año 2009, el municipio cuenta con 18 unidades médicas atendidas por 51 médicos, lo cual representa 1.1 médicos por cada mil habitantes, que es similar al promedio de la región (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

Cuadro No. 2. Disponibilidad de servicios básicos en las viviendas, 2006.

Servicios básicos	% de población beneficiada
Agua	75.1%
Drenaje	58.7%
Electricidad	83.6%
Piso digno (firme de concreto)	65.7%

Nota: Cobertura sobre ocupantes en viviendas particulares habitadas.

Fuente: INEGI, II Censo de Población y Vivienda, 2005.

La mayor parte de las localidades del municipio tienen grados de marginación y rezago social sumamente altos, situación que resulta alarmante tomando en cuenta que del total de la población del municipio, 47 458 personas [2009], el 81.8% se ubica en localidades rurales y el 50.7% son mujeres. A esto se debe añadir que el 62% se reconozca como parte de la etnia náhuatl y el 0.02% de la etnia totonaca (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

**Cuadro No. 3. Indicadores sociales del Mpio de Cuetzalan del Progreso,
2006**

	Marginación	Desarrollo humano	Rezago social
Grado	Alto	Medio	Alto
Índice	0.9613	0.6965	0.9809
Posición*	36	162	31

*Respecto al resto de municipios del estado de Puebla.

Fuente: CONAPO, Índices de Marginación por Municipio, 2005; PNUD, IDH municipal, 2005; CONEVAL, Rezago Social municipal, 2005.

El Anuario Estadístico del Estado de Puebla 2009, arrojó que el porcentaje de analfabetismo municipal fue del 22.5%, lo que indica un necesario reforzamiento en este rubro pues, para el mismo año, sólo se contaba con tres bibliotecas públicas y una sola casa de cultura en todo el municipio. Para el ciclo escolar 2007-2008, la cobertura para el nivel preescolar fue del 82.4%, para nivel primaria de 88.8%, para nivel secundaria 77.7%, y para el nivel medio superior de 50.0%. Asimismo, el 17% de la población total del municipio no habla español.

Las diferencias en las condiciones de vida de la población son marcadas. Por ejemplo, en el centro de Cuetzalan la mayor parte de las casas son de tabique o mampostería con techos de teja y piso de mosaico; con calles empedradas y empinadas, y cuentan con todos los servicios públicos. En cambio, en las comunidades rurales muchas casas son de tabla con techo de teja y piso de tierra, y en menor número, hay de tabique o mampostería con piso de cemento.



Panorámica de una de las calles de la ciudad de Cuetzalan.



Panorámica de las casas a lo largo del camino rumbo a San Miguel Tzinacapan.

4.1.8 Actividades económicas.

Los principales cultivos del municipio son: el café, la pimienta y la vainilla como productos comercializables. Otros, como el maíz y frutos como plátano, limón, mandarina, mamey, caña de azúcar, maracuyá, naranja y guayaba se emplean básicamente para el autoconsumo (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

Como se mencionó anteriormente, es importante resaltar la presencia de organizaciones campesinas, ya que es especialmente alta en comparación del resto de los municipios de la región Nororiental.

Por otro lado, la ganadería no está debidamente explotada y se desarrolla en forma limitada, por lo que, además de la agricultura, las principales actividades económicas son: la elaboración y venta de productos artesanales, los servicios turísticos [los cuales se incrementaron considerablemente tras el ingreso de la Ciudad de Cuetzalan al Programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo en 2002], y el comercio de productos básicos (<http://www.cuetzalan.gob.mx/cuetzalan/>).

Cuadro No. 4. Características de la agricultura municipal [Año agrícola 2008].

	Sup. cosechada (ha.)	% respecto al estado	Vol. de la prod. (ton.)	% respecto al estado
Café cereza	3 500	8.0%	8 750	4.0%
Maíz grano	3 500	1.0%	4 500	1.0%

Fuente: INEGI, Anuario Estadístico del Estado de Puebla, 2009.

De acuerdo a los Censos Económicos 2004 del INEGI las unidades económicas en el municipio fueron 589, y el valor agregado censal bruto municipal fue de 65 061 pesos. El porcentaje de personal ocupado masculino es de 52.8%, mientras que el femenino es de 47.2%. El personal ocupado por sector se distribuye de la siguiente manera: 74.7% en el sector primario, 10.7% en el secundario y 14.6% en el terciario.

**Cuadro No. 5. Niveles de ingresos de la población ocupada municipal,
2005**

Niveles de ingresos de la PEAo	% del total de la PEAo
Población ocupada (PEAo)	12 301
Sin ingresos	39.7%
Menos de 1 salario mínimo	37.1%
De 1 a 2 salarios mínimos	16.0%
Más de 2 salarios mínimos	7.2%

Fuente: Observatorio de Violencia Social y de Género de la Sierra Norte del Estado de Puebla-TOTALMANIK, 2010.

Cuadro No. 6. Información demográfica comparativa, Municipio de Cuetzalan del Progreso, 2005 y 2009.

Extensión territorial	135.2 km ²	
Año	2005	2009
Población total	45 781 habitantes	47 458 habitantes
Pob. respecto al Estado	0.85%	0.80%
Hombres	49.4%	49.3%
Mujeres	50.6%	50.7%
Por grupos de edad		
0 a 14 años	36.4%	34.0%
15 a 64 años	57.4%	60.1%
65 años en adelante	6.0%	5.9%
No especificado	0.2%	N/A
Población urbana	18.2%	N/A
Población rural	81.8%	N/A
Población indígena	63.9%	N/A
Densidad	338.6	351.0
Tasa media anual de crecimiento	0.30%	1.01%

Fuente: Elaboración propia con base en la Ficha Municipal de Cuetzalan del Progreso elaborada con información de la Secretaría de Finanzas y Administración [SFA]; el Comité Técnico de Estadística y de Información Geográfica del Estado de Puebla [COTEIGEP]; y del Observatorio de Violencia Social y de Género de la Sierra Norte del Estado de Puebla-TOTALMANIK.

4.2 La Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional *Tosepan Titataniske* [SCARTT].

Históricamente, la misión de las organizaciones de productores ha sido fundamentalmente la de tener una representación frente al Estado, sobre todo para la consecución de recursos y medios que les permitan sacar provecho a las ventajas que ofrecen los programas estatales de apoyos dirigidos a los campesinos; y también han sido útiles para la autodefensa de los agricultores frente a los abusos de comerciantes y acaparadores.

Estos aspectos siguen estando vigentes gracias a la existencia de organizaciones como la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional *Tosepan Titataniske* [SCARTT], la cual ha formulado propósitos, estrategias y acciones propias a las características antes señaladas. Entre sus objetivos adicionales se encuentran: la aspiración de que sus socios incrementen sustancialmente sus ingresos, con los consecuentes potenciales en la mejora de su calidad de vida; la autonomía financiera de la organización y una mayor independencia de los programas gubernamentales; el logro de un mayor control sobre todo del proceso productivo; así como el manejo de economías de escala en la compra de insumos y en la comercialización de sus productos.

Lograr las metas anteriormente señaladas implica un gran esfuerzo de sus socios y dirigentes, además del logro de apoyos provenientes del ámbito gubernamental y de otras instancias promotoras del desarrollo; también implica

el fortalecimiento de la organización tanto en el plano de la Cooperativa misma, como de los aspectos de educación y cultura de sus socios, y de las instancias operativas y administrativas.

En la elaboración de este capítulo se utilizó como base la información recabada directamente por los autores de esta investigación durante las visitas a las instalaciones de la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional [SCARTT] *Tosepan Titataniske* entre noviembre de 2010 y marzo de 2011, resaltando las entrevistas realizadas al Ing. Leonardo Durán Olgún, asesor en el área productivo-comercial de la Cooperativa *Maseual Xicualis*; y al Sr. Apolinar Arrieta Serrano, miembro de la Cooperativa *Tosepan Kali* e hijo de uno de los cooperativistas fundadores de la *Tosepan Titataniske*.

De igual manera, se incluyó información extraída del material bibliográfico que amablemente puso a nuestra disposición la Srita. Margarita Cervantes Diego, encargada de la biblioteca del Centro de Formación *Kaltaixpetaniloan*.

4.2.1 Conformación histórica de la *Tosepan Titataniske*.

“Nuestros abuelos sembraban caña de azúcar que entregaban a los fabricantes de aguardiente; luego nosotros cultivamos pimienta, naranja y café que otros acaparaban”, comenta Apolinar Arrieta.

Así era siempre, todo lo cosechado y todo el dinero que ganaban terminaba en manos de intermediarios [“coyotes”], usureros y comerciantes dueños de las tiendas de abarrotes y de materiales de construcción; aquellos que tenían los camiones y las bodegas; quienes controlaban el mercado del café, la pimienta, las artesanías: los Soto, los Flores, los Toral, los Molina, los Ramírez o los Herrera (Bartra, Cobo y Paz Paredes, 2004:20).

A mediados de los años setenta del siglo pasado, había cada vez menos tierra para los campesinos de la región, pues los grandes ganaderos y caciques abrían nuevos potreros, situación que provocó muchas ocupaciones de latifundios por campesinos sin parcela y una cantidad enorme de conflictos (Bartra *et al.*, 2004:21).

El origen de la Cooperativa que nos ocupa está vinculado al Plan Zacapoaxtla [como parte del Programa de Inversiones Públicas de Desarrollo Rural-PIDER], un proyecto de asistencia técnica a cargo del Colegio de Postgraduados, que en 1974 inició sus actividades en la región de Cuetzalan, Puebla. Dicho programa tenía como principal objetivo organizar a los campesinos para hacerlos receptores de los servicios institucionales como crédito, seguro agrícola, tecnología apropiada, etcétera. Los promotores eran 10 ingenieros agrónomos que tenían como auxiliares de campo a más de 30 campesinos bilingües de la región (Bartra *et al.*, 2004:20; Rojas Meza, Jiménez Sánchez y Sánchez Quintanar, 2008:147).

Tres años después, en 1977, los técnicos asesores decidieron hacer un cambio de estrategia, pues los resultados alcanzados habían sido mínimos. Por ello, siguieron promocionando la organización campesina, pero ya no con el fin de recibir los servicios institucionales, sino como un medio para lograr la autonomía plena de los productores (Rojas Meza *et al.*, 2008:147).

Ese mismo año, cerca de setecientos campesinos organizados en el municipio de Cuetzalan, específicamente de las comunidades de Pinahuistan, Ayotzinapan, Xiloxochico, Yancuictlalpan y Tzicuilan, emprenden la lucha para conseguir azúcar para el consumo familiar. Esta primera agrupación fue bautizada con el nombre de Unión de Pequeños Productores de la Sierra [identificándose así hasta 1980 cuando se registran como Cooperativa] (Bartra *et al.*, 2004:21-22).

Sin embargo, aunque los productores estaban organizados, no tenían registro ni figura legal, de modo que no podían solicitar créditos ni hacer operaciones comerciales, además de que los funcionarios gubernamentales no les hacían caso.

Por ejemplo, en el decenio de 1970, los comerciantes de Cuetzalan vendían el azúcar a \$12.00 por kilogramo, cuando el precio oficial era de \$2.50; a ello se sumaban los abusos, pues si el comprador no llevaba cuando menos cincuenta pesos más de otras mercancías no le vendían el azúcar (Bartra *et al.*, 2004:23).

La lucha por el azúcar llevó a los miembros de la Unión de Productores de la Sierra a movilizarse con fuerza en la región tomando, en 1978, las bodegas de la Unión Nacional de Productores de Azúcar [UNPASA] en Zacapoaxtla y además, de enviar a una comisión para negociar en la Ciudad de México; gracias a ello obtuvieron 20 toneladas de azúcar al mes, las cuales comenzaron a ser distribuidas equitativamente en las cinco comunidades iniciadoras de la unión de productores (Bartra *et al.*, 2004:24-25).

El éxito que les representaron esas acciones, la conciencia de la carestía de otros productos y la dificultad para obtenerlos, les llevó a comercializar otros productos agrícolas de primera necesidad como maíz y frijol; así, mientras que en 1978, administraban 12 tiendas cooperativas, para el siguiente año éstas aumentaron a 26 y para 1980 ya sumaban 32 las tiendas cooperativas que administraban (Bartra *et al.*, 2004:24-25).

De esta manera, y ya con 3 651 miembros asentados en 33 comunidades de cinco municipios de la región que venían conformando la Unión de Pequeños Productores de la Sierra, el 20 de febrero de 1980 se logró constituir la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional *Tosepan Titataniske* SCARTT [palabras que en náhuatl significan “Unidos Venceremos”] con el fin de obtener la personalidad legal que les permitiera relacionarse con instancias organizativas gubernamentales, comerciales y bancarias (Rojas Meza *et al.*, 2008:148).

Ese mismo año y de común acuerdo, decidieron comenzar a operar el Programa CONASUPO-COPLAMAR destinado al abasto de productos básicos para las zonas marginadas del país [en el marco del Sistema Alimentario Mexicano implementado en el Sexenio del Presidente José López Portillo], a través del cual se encargaron de distribuir alrededor del 60% de los alimentos básicos en la región (Rojas Meza *et al.*, 2008:148).

La Distribuidora CONASUPO empezó a reproducir este sistema en todo el país, pues sus dirigentes se percataron de que funcionaba muy bien en esta zona. Sin embargo, en 1985 los miembros de la Sociedad Cooperativa decidieron apartarse de la dirección del almacén y del Consejo Comunitario de Abasto para conservar su autonomía, pues los funcionarios federales deseaban que la *Tosepan* se transformara en una Cooperativa de Participación Estatal, con lo cual había el temor de que hubiera intervenciones gubernamentales en sus decisiones internas (Bartra *et al.*, 2004:26).

En sus primeros años, la SCARTT creció mucho, pues nacieron cooperativas locales en otros municipios como Jonotla, Tuzampan de Galeana, Zoquiapan y Tlatlauquitepec. Pero, aunque ya tenía registrada la Cooperativa, hubo problemas para documentar la pimienta, ya que estaba considerada como un producto forestal (Bartra *et al.*, 2004:22-23).

Por eso, en el mismo 1980 en que había sido fundada la *Tosepan Titataniske*, sus miembros deciden formar la Unión Agrícola Regional de Productores de Pimienta y Cítricos de la Sierra Norte de Puebla. Éste fue el primer retoño de la SCARTT, con el que pudieron comercializar sus productos desde 1980 hasta 1997, año en que su nombre fue cambiado por el de Cooperativa *Maseual Xicaulis* [que significa “Fuerza Indígena”]; de ese momento en adelante, los productores deciden bautizar a las siguientes cooperativas creadas bajo el cobijo de la *Tosepan*, la cooperativa madre (Bartra *et al.*, 2004:23).

Lo anterior alentó a los productores miembros de la SCARTT a emprender otras actividades importantes durante la misma década de su fundación, pues comenzaron a impulsar la cafecultura y la construcción de sus primeras bodegas y de un beneficio húmedo de café [inaugurado en 1983]; dos años después terminaron la construcción del beneficio seco con una capacidad de diez mil quintales, así como una red de 15 bodegas comunitarias y patios de secado [asoleaderos]. Todo esto se llevó a cabo, en primera instancia, en un terreno de casi 4 000 m² adquirido en 1979 [con las ganancias del fondo social azucarero y aportaciones individuales de los cooperativistas de \$7.50] (Bartra *et al.*, 2004:20; Rojas Meza *et al.*, 2008:147).

Sin embargo, la crisis en los precios del café de 1989 causó graves estragos entre los pobladores de la región, ya que ese mismo año cayó una fuerte helada que destruyó todas las cosechas. Por ello, los integrantes de la Cooperativa decidieron intensificar sus esfuerzos en la generación de empleos,

en la diversificación de los cultivos y en la puesta en marcha de otros programas de trabajo que les volvieran menos dependientes [vulnerables] y les ayudaran a avanzar en el objetivo de alcanzar el desarrollo sustentable de la región (Castillo Hernández, 2000:48).

Durante los siguientes quince años los cooperativistas ejercieron presupuestos para abrir caminos, darles mantenimiento y pavimentar algunos de ellos, gracias a la obtención de maquinaria [tractores, camiones de volteo, retroexcavadoras, etc.] en comodato con el gobierno de Puebla. Estas actividades trajeron grandes beneficios a la zona, pues además de generar empleos, permitieron acabar con el aislamiento de las comunidades, que por estar mal comunicadas eran presa fácil de los acaparadores y comerciantes. También, lograron gestionar otras obras de servicio comunitario como la introducción de agua potable, la electrificación de las comunidades y, la construcción de escuelas y clínicas (Bartra *et al.*, 2004:62-65; Rojas Meza *et al.*, 2008:148).

De esta manera, el auge de la naciente organización propició que los intermediarios y caciques, quienes además tenían el poder político en el municipio de Cuetzalan y gran influencia a nivel de los gobiernos estatal y federal, emprendieran una campaña de desprestigio hacia la naciente organización, lo que les mantuvo las puertas cerradas en cierto grado para la obtención de apoyos provenientes del gobierno estatal y la federación (Rojas Meza *et al.*, 2008:148).

No obstante, la experiencia inicial obtenida con la gestión de productos básicos a precios oficiales en pequeñas tiendas comunitarias, les dio a los miembros de la SCARTT la confianza y la capacidad para gestionar, así como presentar sus experiencias y logros ante las autoridades de los diferentes órdenes de gobierno.

4.2.2 La *Tosepan Titataniske* y la política.

Al ir ampliando su radio de acciones, los integrantes de la SCARTT se dieron cuenta que detrás de todos los problemas que los aquejaban, estaba el poder de los caciques en las alcaldías.

Como los gobiernos municipales no tomaban en cuenta sus demandas, decidieron organizarse y lanzar candidatos propios para contender por las alcaldías. Así, en 1980 algunos de sus compañeros ganaron las presidencias de las Juntas Auxiliares de Yohualichan y Reyeshogpan [municipio de Cuetzalan] y de Reyes Vallarta [municipio de Tuzamapan]; y por su parte, las mujeres en Jonotla también alcanzaron el triunfo. Desde esta posición, comenzaron a presionar para que los gobiernos locales les dotaran de agua, luz, escuelas, clínicas y caminos, los cuales beneficiarían a la mayoría de la población y no sólo a las personas acomodadas de las cabeceras municipales (Bartra *et al.*, 2004:40).

Sin embargo, es en 1986 cuando la *Tosepan Titataniske* decide competir por el Ayuntamiento de Cuetzalan [sumamente peleado porque su cabecera municipal constituía el mayor centro comercial de la región]. La actividad comenzó cuando en las Cooperativas comunitarias se discutieron los problemas del municipio y se elaboró colectivamente el plan de gobierno [dividido en tres puntos: 1. Hacienda, gobernación y política; 2. Obras y servicios públicos; y 3. Educación y actividades culturales, deportivas y sociales] y el diseño de estrategias a seguir para alcanzar los objetivos propuestos. Finalmente, el candidato elegido por la SCARTT para contender por la alcaldía fue Agustín Ramiro Olivares [entonces supervisor de una tienda Cooperativa] (Bartra *et al.*, 2004:41-42).

Durante varios días se discutió si el registro del candidato se haría por el Partido Revolucionario Institucional [PRI], puesto que en la región no existía otra fuerza política. Finalmente, se decidió lanzarlo a través de la Confederación de Trabajadores de México [CTM] que no tenía intereses en la región, puesto que los caciques de Cuetzalan tenían mucha influencia en la Confederación Nacional Campesina [CNC]. Otro hecho que los hizo optar por la CTM fue el hecho de que, por vez primera, el PRI eligió a sus candidatos por medio del voto secreto y directo de las bases en su Sistema de Consulta Directa (Bartra *et al.*, 2004:43).

A pesar de los ataques al interior del partido y por parte de los caciques de Cuetzalan, Agustín Ramiro Olivares ganó la elección de 1987. Bajo su gestión, se conformó el Comité de Desarrollo Regional de la Sierra Nororiental, siguiendo los pasos de la Cooperativa, con el fin de atacar los problemas de toda la región (Bartra *et al.*, 2004:45).

Sin embargo, las autoridades estatales buscaron negociar por separado con cada uno de los alcaldes, en vez de responderle al Comité de Desarrollo Regional en su conjunto, con lo cual las peticiones de las comunidades quedaron sin respuesta o fueron atendidas a medias. La SCARTT pudo hacer poco frente a esto, porque se encontraba atendiendo la construcción de caminos, pero sobre todo, porque sus miembros se vieron profundamente afectados por las heladas y la crisis de los precios del café ocurridas, en 1989 (Bartra *et al.*, 2004:46-47).

En estas circunstancias, los caciques de Cuetzalan y los políticos del PRI se reagruparon, y para 1990, aunque la SCARTT lanzó como candidato a don Luis Márquez Tirado [presidente del Consejo de Administración de la cooperativa], no pudo ganar las elecciones. Desde entonces, las relaciones entre la Cooperativa y los presidentes municipales han sido cambiantes, pasando por momentos buenos, regulares y malos, pero ya no ha vuelto a presentar candidatos propios.

La última gran acción de la *Tosepan Titataniske* fue la de apoyar la candidatura de Anastacio Gutiérrez Contreras [Coalición PRI-Partido Verde Ecologista] en 2010 (<http://www.lajornadadeoriente.com.mx/2010/06/16/puebla/cue113.php>), junto con el MCC [Movimiento Ciudadano Cuetzalteco] pues el objetivo era solicitar que Cuetzalan fuera declarado un municipio auténticamente indígena y pudiera regirse mediante usos y costumbres, pero al final dicha meta no fue conseguida.

4.2.3 Organización interna de la *Tosepan Titataniske*.

Es necesario mencionar que, tanto los asesores técnicos [desde los inicios con el Plan Zacapoaxtla], como los socios y socias de la SCARTT, fueron reconociendo progresivamente las ventajas y también las dificultades de la toma de decisiones colectivas, por lo que establecieron dos niveles de participación: 1) a nivel local, las asambleas comunitarias de socios y 2) en el ámbito regional, la asamblea de representantes locales, los cuales son electos y mandados desde las primeras (Rojas Meza *et al.*, 2008:148).

La máxima autoridad de la Cooperativa es la Asamblea General de representantes locales, la cual sesiona cada domingo. El primer domingo de cada mes se busca dar solución a las necesidades de abasto de los productos básicos, el segundo domingo se analiza todo lo relacionado con la producción y comercialización, el tercer domingo se tratan aspectos del área social y el cuarto domingo se reúnen las mesas directivas de las diferentes cooperativas

comunitarias que integran la Cooperativa Regional (Rojas Meza *et al.*, 2008:148-149).

Así, el grupo de dirección de esta Cooperativa está integrado por las mesas directivas de las cooperativas comunitarias, el Consejo de Administración [un presidente, un secretario y un tesorero] y los responsables de las comisiones. Existe, además, un grupo de promotores cuya importancia es fundamental, ya que funge como enlace entre el Consejo de Administración y las comunidades (Rojas Meza *et al.*, 2008:149).

Los promotores comenzaron siendo sólo cinco agricultores, considerados ejemplares, los cuales hacían demostraciones en sus propias parcelas y daban seguimiento a las de otros compañeros. Pero además de técnicas de cultivo, aprendieron a conducir asambleas, a escribir actas, etcétera (Bartra *et al.*, 2004:76).

Actualmente, son ocho los promotores dedicados a atender la producción orgánica y reciben el apoyo de otros cuatro cuando se realizan las inspecciones de parcelas orgánicas; cinco destinan su tiempo a la atención de los socios que soliciten créditos o deseen depositar sus ahorros; dos colaboran con los grupos de mujeres y otros dos se ocupan en las labores de capacitación y formación. Además, se promueve la formación de nuevos

promotores en el Centro de Formación *Kaltaixpetaniloyan* (Bartra *et al.*, 2004:79).

A continuación se enlistan las personas que se han encargado de representar a los socios de la *Tosepan Titataniske* en sus Consejos de Administración entre 1980 y 2004 (Bartra *et al.*, 2004:79):

Presidentes						
Miguel Osorio Sierra	Wenceslao Morales Juárez	Atenógenes Plaza Salgado	Zenón Casimiro Martín	Miguel Cabrera Molina	Luis Márquez Tirado	Nazario Diego Téllez
Secretarios						
José García Cruz	Martín Francisco Julián	Rufino García Martín	Epifanio García López	Antonio Mateo Hernández	Romualdo Zamora Ángeles	Alfonso Chico Vázquez
Tesoreros						
Nicolás Ávila Primero	Anastasio Aguilar López	Martín Domingo Jiménez	Mariano Lobato Leyva	José Julián Ventura	Epifanio García López	José Julián Ventura

Con los promotores y asesores se formó, en 2004, la Asociación Civil Yeknemilis, que es la responsable de brindar capacitación y asistencia técnica a todos los cooperativistas.

4.2.4 Estructura actual de la *Tosepan Titataniske*.

En la actualidad, la SCARTT, cuya sede está ubicada en la ciudad de Cuetzalan [a 180 Km de la ciudad de Puebla], se encuentra integrada por 5 800 socias y socios indígenas cuyos intereses son comunes. La mayoría son pequeños productores de café, pimienta, cítricos, macadamia y miel virgen

[cultivados en parcelas de menos de una hectárea]; aunque también se encuentran jornaleros, amas de casa, artesanos y albañiles (Entrevista realizada al Sr. Apolinar Arrieta en marzo de 2011).

Los cooperativistas se distribuyen en 66 comunidades repartidas en los municipios de Cuetzalan del Progreso, Jonotla, Hueytamalco, Tlatlauquitepec, Tuzamapan de Galeana y Zoquiapan; ubicados todos ellos en la región de la Sierra Nororiental de Puebla.

Por su parte, el Ing. Durán Olguín nos explicó que la *Tosepan Titataniske* ha logrado contar con la infraestructura y la organización necesarias para acopiar el café y la pimienta, para el beneficio del primero y la limpieza de la segunda, para la comercialización de ambos y para la obtención, de esta forma, de los mejores precios para los productores. Esto tiene el efecto de regular precios en la región, beneficiando no solamente a los socios de la organización sino a todos los productores de la zona en general. Esto es de suma importancia, ya que el complejo sistema con que opera la organización se fundamenta en el trabajo agrícola.

Así, a poco más de un cuarto de siglo de la SCARTT, se organiza, acopia, beneficia y vende todos los años un volumen aproximado de diez mil quintales de café, que representa la quinta parte de lo que se cosecha en la región; asimismo, a través de la Cooperativa se exporta prácticamente toda la

producción de pimienta de la zona, cuyo volumen oscila entre doscientas cincuenta y trescientas toneladas de condimento seco, el cual es enviado a los mercados europeos y asiáticos, principalmente a Japón (Bartra *et al.*, 2004:14-15).

4.2.5 Acciones relevantes de la SCARTT en 2009.

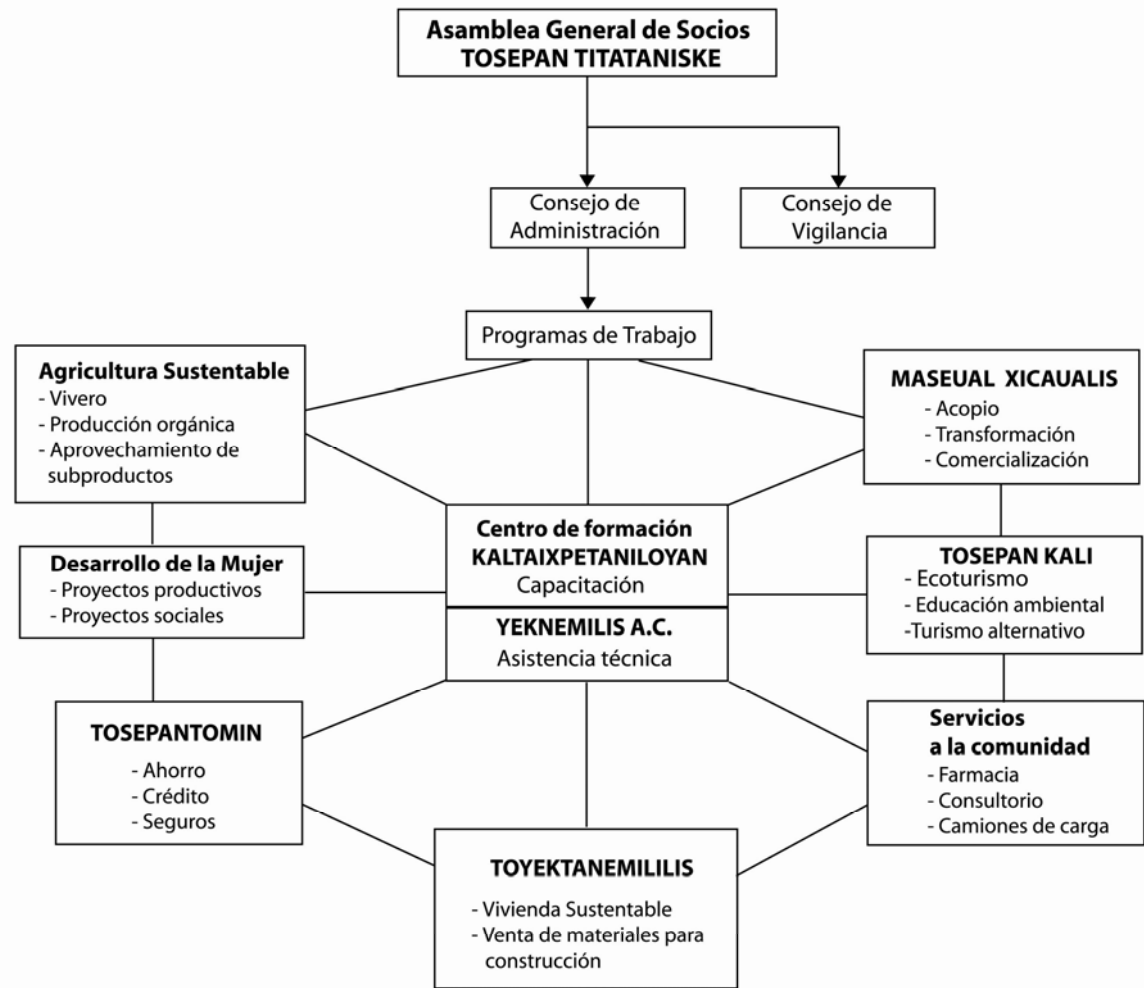
El año 2009 fue de suma importancia para la organización. Entre los hechos y proyectos más relevantes destacan los siguientes:

- La constitución de tres nuevas cooperativas: *Tosepan kali* [encaminada a los servicios turísticos], *Tosepansiuamej* [organización integrada exclusivamente por mujeres] y *Tosepanpajti* [encargada de la asistencia médica].
- La realización del Encuentro Latinoamericano sobre Seguridad Alimentaria, Finanzas Rurales y Desarrollo.
- Desempeñarse como sede de la celebración del 20 aniversario de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOC].
- La realización del V Concurso de Gastronomía Tradicional.
- La obtención por medio de la SAGARPA de 950 micorrizas [simbiosis entre hongos y raíces de plantas] que permitirán aumentar la absorción de agua y sales minerales del suelo.
- La gestión y aprobación del proyecto de renovación de cafetales gracias a la compra de 115 000 plantas.

- La gestión y aprobación de más de 5 000 estufas ecológicas *onil* [ahorradoras de leña] con el apoyo del Consejo de Desarrollo Rural Sustentable municipal y la SEDESOL.

En suma, en sus más de treinta años de experiencia, la Cooperativa ha desarrollado programas de trabajo para: el acopio y comercialización de café y pimienta, la diversificación de los cultivos de la región, la producción y comercialización de artesanías, la distribución de productos básicos entre las comunidades, el mejoramiento de las viviendas, la rehabilitación y construcción de caminos, la capacitación y educación cooperativa, entre otros.

Estos proyectos serán descritos en los siguientes apartados, con el objetivo de dar a conocer su importancia y para aclarar su funcionamiento, ya que actualmente, la *Tosepan Titataniske* funciona como una especie de conglomerado de Cooperativas.



4.3 La producción de café convencional y orgánico en la SCARTT.

"Los pequeños productores de café no necesitan salir a cazar los sueños de los desvelados porque entre ellos, de por sí, hay muchos soñadores. Los hay que son ilole, los hay que son chamanes, los hay también pastores, los hay que son caracterizados o principales, los hay catequistas, los hay que son dirigentes de su comunidad o de su región, y los hay que hasta asesores son. Ninguno de ellos sueña solo, lo hacen desde su lengua y desde sus raíces"...

... "Sueñan además junto a su gente, en las reuniones y asambleas de las comunidades y organizaciones donde se trazan los caminos y se toman las decisiones para transitarlos".

(Poniatowska y Hernández Navarro, 2000:36-37)

4.3.1 Los inicios.

La década de 1980 fue buena para la SCAR *Tosepan*. Se construyó gran parte de la infraestructura industrial y comercial, con lo cual se fortaleció su proyecto económico, porque además de continuar produciendo pimienta, la Cooperativa incursionó en el acopio y comercialización de café, cítricos, zapote, mamey, además de la fabricación de artesanías (Bartra *et al.*, 2004:37).

En 1979, la cooperativa compró un terreno de cuatro mil metros cuadrados con el fondo social del azúcar y con aportaciones de 7.50 pesos de cada uno de los cooperativistas. Se dedicaron 8,202 faenas para construir las primeras bodegas y un beneficio húmedo de café, que se inauguraron en 1983. En los dos años siguientes, se concluyó la construcción del beneficio seco con una capacidad de

diez mil quintales. En los años siguientes se construyó una red de 15 bodegas comunitarias y asoleaderos (Bartra *et al.*, 2004:37).

El café llegó a la región de la sierra nororiental de Puebla hace más de un siglo y fue traído por finqueros procedentes de Veracruz. Poco a poco, los pequeños productores comenzaron a plantar cafetos, en pequeñas cantidades, por la poca tierra que se tenía, además que en esos tiempos se sembraba, en su mayor parte, maíz y caña de azúcar. En esa época los agricultores vendían su producción a los grandes comerciantes de Cuetzalan, que poseían todas las bodegas y beneficios (Bartra *et al.*, 2004:49).

Con la llegada del Instituto Mexicano del Café [INMECAFE] en 1973, comenzó a extenderse el cultivo del café en la región, mediante el cambio de uso del suelo, de tal manera que las milpas y cañaverales fueron sustituidas por los cafetales. El gobierno federal, a través del INMECAFE, organizó a los pequeños productores en Unidades Económicas de Productores de Café [UEPC], a las que daba anticipos para cosechar y organizar el acopio del café, que también les compraba. Con el INMECAFE los precios del café, a pesar de no ser muy buenos, tuvieron estabilidad durante los años setentas y casi toda la década de los ochentas del siglo pasado (Bartra *et al.*, 2004:49).

Durante el decenio de 1980, el INMECAFE llegó a acopiar la mitad de la producción de la región, alrededor de cien mil sacos al año, los acaparadores

particulares unos cuarenta mil sacos, y la SCAR *Tosepan*, que contaba en ese entonces con 3,300 cafeticultores, vendía por su cuenta unos diez mil sacos (Bartra *et al.*, 2004:50).

4.3.2 La comercialización directa del café.

La cooperativa comenzó a comercializar directamente sus productos en 1977; empezó con la pimienta, pero para el año siguiente inició el acopio y comercialización del café por vez primera. Durante los años ochentas la SCAR *Tosepan* comercializó entre ocho y diez mil quintales de café por cada ciclo (Bartra *et al.*, 2004:51).

En un inicio, el café se vendía al extranjero mediante la Asociación Regional de Interés Colectivo [ARIC] de Misantla, Veracruz; después las ventas se realizaron por medio de la ARIC nacional que tenía vínculos con la Confederación Nacional Campesina [CNC] y obtenía los permisos de exportación que otorgaba el gobierno federal (Bartra *et al.*, 2004:50).

A fines de los años ochentas, como ya hemos mencionado en anteriores capítulos, los acuerdos económicos de la Organización Internacional del Café se cancelaron, con lo que hubo una caída en los precios del café. Además, el gobierno mexicano anunció que el INMECAFE dejaría de funcionar, por lo que se suspendería el

acopio y los anticipos que otorgaba por el café. Aunado a ello, en el año de 1989 cayó una helada en la región, que dañó más de la mitad de la producción y causó estragos en los cafetales (Bartra *et al.*, 2004:53).

Con esta crisis los miembros de la SCAR *Tosepan* se dieron cuenta que tenían que diversificar la producción y dejar el sistema de monocultivo, para no depender sólo del café. Por ello le dieron mayor impulso a un vivero que habían instalado después de una helada en 1984, utilizándolo para producir canela, nuez de macadamia, pimienta, zapote mamey, cedro rojo, cedro rosado, caoba y flemingia, que es una planta que ayuda a la conservación y mejora de los suelos (Bartra *et al.*, 2004:55).

Con el sistema de vivero se producen más plantas en el mismo espacio que con el sistema tradicional. Por medio de microinjertos se reducen los tiempos de producción. De esta forma, se ha podido reforestar la zona con árboles frutales y de maderas preciosas, lo que ha permitido tener otra fuente de ingresos, que ha contribuido a depender menos del café (Bartra *et al.*, 2004:55).

Coincidiendo con la crisis de la caída de los precios del café, en julio de 1989, durante el Primer Encuentro Nacional de Organizaciones Cafetaleras realizado en Oaxaca, la SCAR *Tosepan*, junto con otras organizaciones de pequeños productores de café de todo el país, decidieron formar su propia agrupación nacional, con lo cual se creó la Coordinadora Nacional de Organizaciones

Cafetaleras [CNOOC], que se ha consolidado como la organización cafetalera más importante del país (Bartra *et al.*, 2004:56-57).

Desde sus inicios, la SCAR *Tosepan*, siempre ha tenido vínculos con otras organizaciones de pequeños productores de Puebla y de otros estados. Entre ellas destaca la Coordinadora Estatal de Productores de Oaxaca [CEPCO], que por su mayor experiencia comercial, ha ayudado a la *Tosepan* a encontrar clientes en los últimos años (Bartra *et al.*, 2004:51).

Cabe destacar que, durante los años de precios bajos del café, la SCAR *Tosepan* pudo hacer frente a la situación de crisis, en gran medida, gracias a su producción de pimienta, que como ya se ha dicho, fue el primer producto que la cooperativa comercializó y que, a la par del café y de otros productos, ha seguido comercializando hasta la fecha. Por tal razón, en 1997 la SCAR *Tosepan* creó una nueva cooperativa para acopiar y comercializar el café y la pimienta, La *Maseual Xicaualis*, cuyo nombre en español es *Fuerza Indígena* (Bartra *et al.*, 2004:59).

Con el paso de los años, el financiamiento de la SCAR *Tosepan* se ha diversificado; ha obtenido apoyos de los gobiernos federal y estatal y de la institución Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura [FIRA]; desde 1998 la *Tosepan* se asoció a la Unión de Crédito de la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca [UCEPCO], y también se ayuda con préstamos

de su propia caja de ahorros, la denominada *Tosepantomín* (Bartra *et al.*, 2004:58).

Por muchos años, la comercialización de café de la SCAR *Tosepan*, principalmente del tipo convencional fue realizada, en su mayor parte, en el mercado interno, que es el que paga menos. Esto cambió completamente hace apenas algunos años cuando, gracias al apoyo de otras organizaciones cafetaleras de la CNOC y sus buenos contactos con clientes extranjeros, la SCAR *Tosepan* exporta su café. Hoy en día, de acuerdo con la información proporcionada por el ingeniero Leonardo Durán Olguín, asesor técnico de la SCAR *Tosepan*; la cooperativa exporta su café a Estados Unidos, Japón y Alemania, principalmente (ver también Bartra *et al.*, 2004:59-60).

El ingeniero Durán señaló también que, desde 2001, la cooperativa *Tosepan* inició la producción de café orgánico y su comercialización mediante el sistema de comercio justo, al percatarse de que el mercado de café convencional no podía ampliarse ni tampoco mejorar sus precios, en tanto que el mercado de café orgánico era más competitivo y sus precios eran más altos mediante el sistema de comercio justo. La exportación de la producción de café orgánico de la SCAR *Tosepan* se realiza principalmente a Estados Unidos de América, Japón y Alemania, además de que también se comercializa, tostado y molido por la propia cooperativa y con su propia marca, dentro del mercado nacional. Este café cuenta con los sellos de certificación orgánica de OCIA, que es una agencia certificadora de productos orgánicos con sede en Estados Unidos de América y de CERTIMEX,

que es una agencia mexicana certificadora de productos orgánicos y su certificación de comercio justo procede de la agencia mexicana Comercio Justo México, A.C. (Bartra *et al.*, 2004:60,94,95,97).

Asimismo, el ingeniero Durán comentó que en la cooperativa *Tosepan Titataniske* no fue difícil la transición hacia la agricultura orgánica, porque desde antes de iniciar ésta ya se manejaba un sistema ecológico de producción, cuidando el medio ambiente, usando abonos orgánicos, conservando los suelos, reforestando, disminuyendo el consumo de agua y reciclando los desechos. Por estas razones, en 2001 la SCAR *Tosepan* recibió el Premio al Mérito Ecológico (Bartra *et al.*, 2004:94).

4.3.3 La importancia de la producción de café orgánico.

Los cooperativistas de la *Tosepan Titataniske* comenzaron su programa de producción y certificación de café orgánico tras reconocer que sus cultivos habían empobrecido buena parte de la tierra, debido a los desmontes provocados por los métodos de tumba, roza y quema.

Para recuperar lo que le arrebataron a la tierra, comenzaron a trabajar en un arduo proceso de reforestación, “por hacer monte” parecido al que había antes en esas serranías. Para ello, en las parcelas del café comenzaron a sembrar árboles y plantas nativas útiles [comestibles, ornamentales y medicinales] con el fin de regresarle la fertilidad al suelo, dotar de sombra y abono natural a los cultivos, así

como servir de refugio y fuente alimentaria a un gran número de aves, insectos, reptiles y pequeños mamíferos.

No fue un proceso fácil, ya que desde 1997, un grupo de cooperativistas de la comunidad de Reyesohpan, desarrolló la primera experiencia de agricultura orgánica, sin embargo, no lograron convencer a la asamblea regional de que en toda la zona se siguiera ese programa.



Apolinar, nuestro guía, nos explica la importancia de los cafetos en el funcionamiento del huerto madre.

De esta manera, tras una nueva caída de los precios del café en el 2000, en la primera asamblea realizada en enero de 2001, los cooperativistas decidieron crear un programa para impulsar el cultivo orgánico y de esa manera afrontar la crisis en el mercado de este producto.

Ese mismo año, el programa productivo de café orgánico arrancó con el esfuerzo de 260 cooperativistas, con tan buenos resultados, que para el 2002 el número de

productores bajo este esquema aumentó a 488. En 2003, 140 cooperativistas recibieron su certificado por parte de la Agencia Certificadora OCIA, logrando vender su primer lote de café orgánico y convirtiéndose en los primeros campesinos poblanos en lograrlo. Estos números se han ido incrementado lenta pero constantemente ya que actualmente los productores certificados son poco más de mil (Bartra *et al.*, 2004:70, 95).



Los cafetales son intercalados con diversas variedades de plantas y árboles, como dictan los principios de la agricultura orgánica.

Además de diversificar la producción en las huertas, se está haciendo un aprovechamiento completo del café, usando todos los subproductos del proceso de beneficiado. Por ejemplo, con la miel del mucílago del grano, han logrado obtener alcohol industrial que utilizan como combustible en el beneficio húmedo; mientras que la pulpa y la pajilla se emplean junto con otros residuos vegetales y el estiércol de los cerdos para la elaboración de abono orgánico para los cafetales, las milpas, los viveros y las hortalizas (Bartra *et al.*, 2004:69-70, 93).

En el proceso de beneficiado, se han esforzado por ahorrar agua y no contaminar los granos y el agua de los ríos. Estos esfuerzos se hacen presentes en sus beneficios húmedos industriales en Cuetzalan y Xiloxochico, a los que se suman los poco más de diez módulos ecológicos en los centros de acopio comunitarios, que emplean 90% menos agua que los beneficios tradicionales (Bartra *et al.*, 2004:70, 93).

Además, para el aprovechamiento integral de los cultivos asociados al café, cuentan con una planta destiladora que extrae los aceites esenciales de la pimienta, la canela y la naranja (Bartra *et al.*, 2004:93).



Fachada del beneficio húmedo principal, ubicado a las afueras de Cuetzalan.

El programa de producción orgánica de la *Tosepan Titataniske* se enfrenta a varios retos, el principal es la reciente incursión en este sistema por parte de la cooperativa, ya que otras organizaciones en el país tienen varias décadas de

experiencia, de modo que para competir en este mercado se avocan en ofrecer un producto de muy buena calidad.

El otro gran reto de su café orgánico es poder venderlo en varios países, por ello se esfuerzan día con día en la mejora de su Sistema de Control Interno, lo que actualmente les ha permitido acercarse a las certificadoras OCIA y CERTIMEX, que les permitirán exportar a Estados Unidos y Europa respectivamente.



Presentación del café orgánico de la Tosepan Titataniske en el mercado mexicano.

Los miembros de la cooperativa señalan:

"Con la producción orgánica aprendimos a valorar los cafetales tradicionales, pues nuestros abuelos nos enseñaron que es bueno

mantener junto con los cafetos varios tipos de árboles que nos den frutos para nuestro sustento o para vender. También aprendimos que en los árboles de sombra se refugian las aves, además de que mantienen la humedad y son los pulmones del mundo puesto que limpian el aire".

"Trabajar en la producción orgánica de café nos ha llevado a buscar, no sólo en ese producto sino en todo lo que hacemos, lo que se llama un Desarrollo Sustentable, que significa ser solidarios entre nosotros y vivir en armonía con la naturaleza. Por el momento, el trabajo ha sido mucho y los logros aún no se ven del todo, pero sabemos que vamos por el buen camino. Los esfuerzos de hoy son la semilla que estamos sembrando para que en un futuro la cosechen nuestros hijos".

(Bartra et al., 2004:96-97).

4.3.4 Sociedad Cooperativa *Maseual Xicaualis*, S.C.L.

A continuación se incluyen las cifras más actuales de la cooperativa con respecto a los cultivos de café, pimienta y miel en las modalidades de su producción convencional y orgánica para el ciclo agrícola 2009.

4.3.4.1 Pimienta Convencional. Ciclo 2009.

En el año de 2009, a través de la cooperativa *Maseual Xicaualis*, se dio una lucha muy importante por la defensa de los precios de la pimienta gorda a favor de los

pequeños productores. Cuando inició la cosecha, los intermediarios presionaron para que los precios se mantuvieran en un nivel bajo; en el caso de la pimienta verde, buscaban precios entre 6 y 7 pesos por kilogramo, y para la pimienta seca, entre 18 y 22 pesos por kilogramo (Tanauatijkej, 2009:4).

Sin embargo, *Maseual Xicaualis* mantuvo los precios de acopio entre 8.50 y 9.50 pesos por kilogramo, en el primer caso, y entre 26 y 30 pesos por kilogramo en el segundo. Gracias a esto, la región Sierra Nororiental de Puebla-Totonacapan, se convirtió en la zona de precios más altos en el acopio de pimienta a nivel nacional (Tanauatijkej, 2009:4).

Lo anterior se logró, gracias a los siguientes factores:

a) Colaboración con organizaciones hermanas. Se brindó apoyo a organizaciones de Puebla y Veracruz para realizar el acopio. Así mismo, se mantuvo comunicación con organizaciones de Veracruz y Chiapas, para hacer un frente común en defensa de los precios (Tanauatijkej, 2009:4).

b) Búsqueda de información del mercado. Se contó con información del mercado internacional, que permitió presionar a los comercializadores para subir los precios del producto (Tanauatijkej, 2009:4).

En las regiones donde no estuvieron presentes los centros de acopio de *Maseual Xicaualis*, o bien no hubo coordinación para realizar el acopio, o los precios fueron muy inferiores (Tanauatijkej, 2009:4).

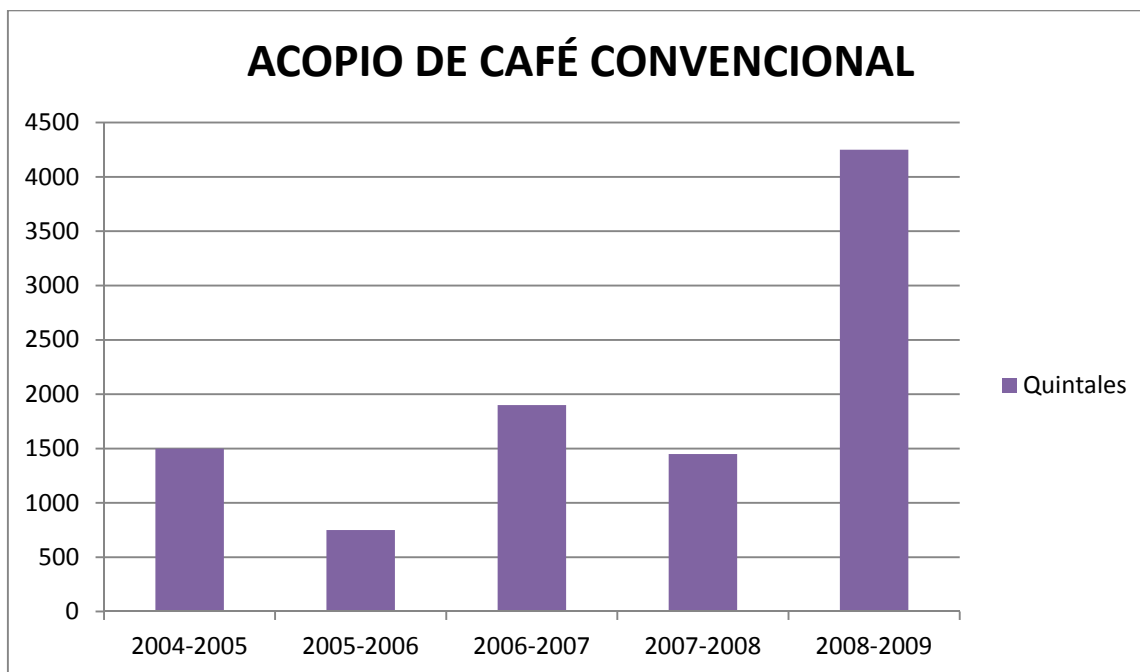
De esta forma, en el ciclo 2009-2010 se acopió la mayor cantidad de pimienta gorda en la historia de la organización: 585 toneladas de pimienta seca (Tanauatijkej, 2009:4).

4.3.4.2 Café Convencional. Ciclo 2008-2009.

Durante el ciclo 2008-2009, *Maseual Xicaualis* buscó acercar más los servicios de acopio a los pequeños productores que aún cultivan café convencional. Para ello, no sólo se mantuvieron los centros de acopio tradicionales, en donde se beneficia el café, sino también se abrieron centros de acopio en donde se recolecta café cereza sin beneficiar. También se apoyó a grupos de productores en Puebla y Veracruz para que pudieran realizar el acopio de su producto (Tanauatijkej, 2009:4).

Debido a lo anterior y aunado a que la cosecha fue bastante buena, se lograron recolectar 4,251 quintales [Qq], que representan la mayor cantidad de café convencional acopiada en los últimos 20 años de existencia de la organización (Tanauatijkej, 2009:4).

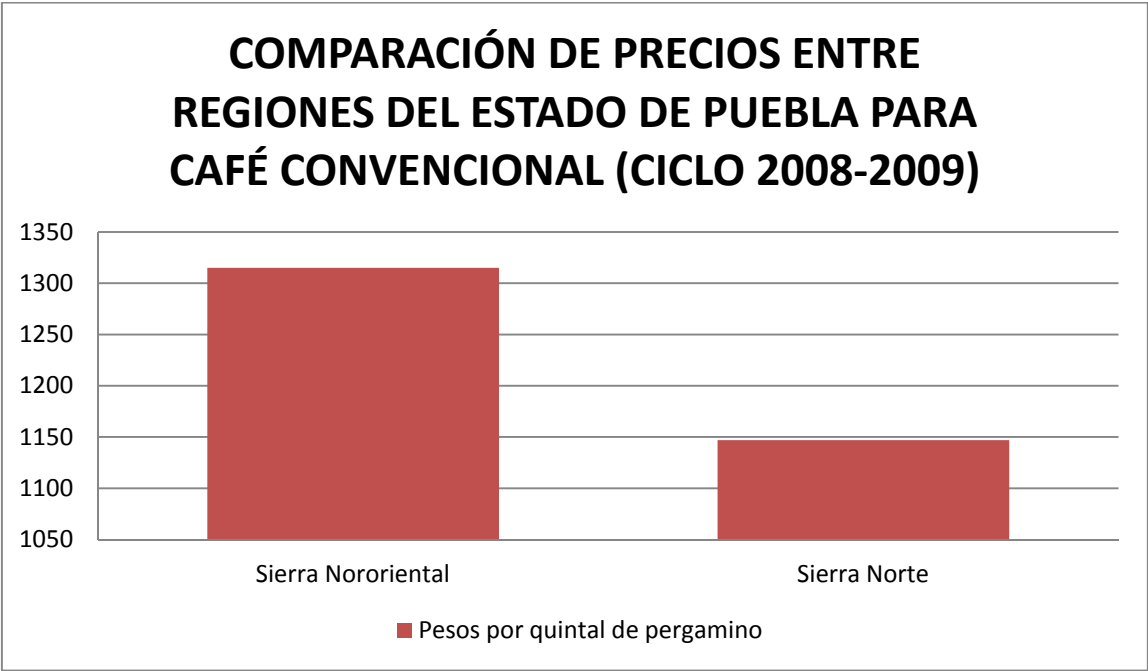
Así mismo, se trabajó en mejorar los procesos en el beneficio húmedo buscando rehabilitar la maquinaria y mejorar la calidad del producto.



Fuente: Tanauatijkej, 2009:4.

A través de la cooperativa se han podido defender los precios del café convencional y se ha trabajado en mejorar la calidad del producto. Además, el hecho de que muchos de los cooperativistas ya sean productores de café orgánico, está obligando a los coyotes a ofrecer buenos precios también en el caso del café convencional, pues es la condición para que los cooperativistas les vendan el café orgánico (Tanauatijkej, 2009:4).

Gracias a lo anterior, en el año de 2009 la Sierra Nororiental de Puebla se convirtió en la región del país en donde se han mejorado los precios de acopio del café en un lapso corto de tiempo: de ser una región de precios bajos a nivel nacional, hoy día sus precios están por encima de los precios promedio del café a nivel nacional. Así mismo, la región se convirtió en la de mejores precios dentro del estado de Puebla (Tanauatijkej, 2009:4).



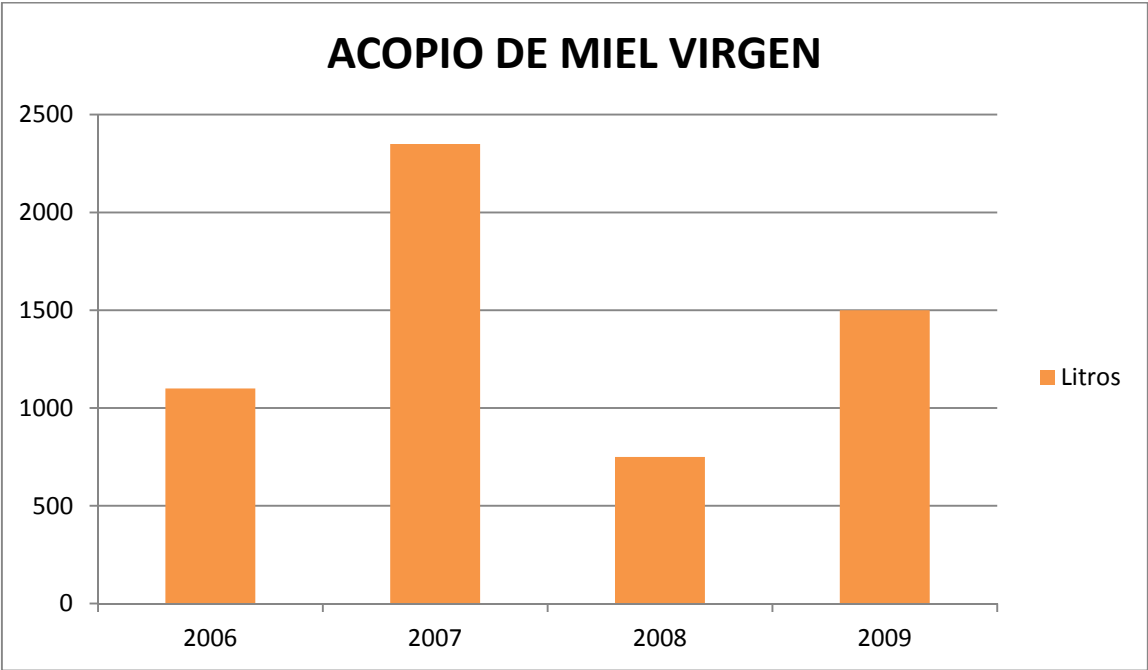
Fuente: Tanauatijkej, 2009:4.

4.3.4.3 Producción de miel virgen.

Además de los productos ya mencionados, la SCAR *Tosepan* también ha incursionado en la producción de miel para diversificar sus fuentes de ingresos. En el año 2009, se recolectaron 1,487 litros de miel virgen. Sin embargo, en 2008 la producción de miel se vio afectada por el huracán “Dean”, por lo que a partir de 2009 se inició el proceso de reposición de las colmenas perdidas para

recuperar la cosecha de miel. Con la producción de miel virgen que la cooperativa ha obtenido, se ha consolidado como la organización que más acopia este tipo de miel a nivel mundial (Tanauatijkej, 2009:5).

Desde el año pasado, la cooperativa inició un proceso de investigación para conocer las propiedades de la miel, así como las del polen y el *takauil*. Gracias a estas investigaciones, se ha contado con información adicional sobre los beneficios de la miel y sus subproductos para la salud, con el fin de hacer más atractivo el producto a los clientes. Gracias a ello se han logrado incrementar las ventas a granel y se ha vendido toda la miel que se tenía almacenada de ciclos pasados (Tanauatijkej, 2009:5).



Fuente: Tanauatijkej, 2009:5.



Ejemplo de panales-recolectores de miel, ubicados en las viviendas de los cooperativistas.

La información que se ha obtenido de las investigaciones realizadas, fue presentada en el *Simposio Internacional de abejas sin aguijón*, celebrado en Guatemala a mediados de 2009. Debido a la importancia de la organización en este tipo de producción, se logró que el siguiente evento, “VII Seminario Mesoamericano sobre Abejas Nativas”, se lleve a cabo en la sede de la SCAR *Tosepan* entre el 10 y 14 de mayo de 2011. Así mismo, se ha logrado gestionar un proyecto para establecer un laboratorio para la producción de cosméticos y suplementos alimenticios derivados de la miel virgen (Tanauatijkej, 2009:5).

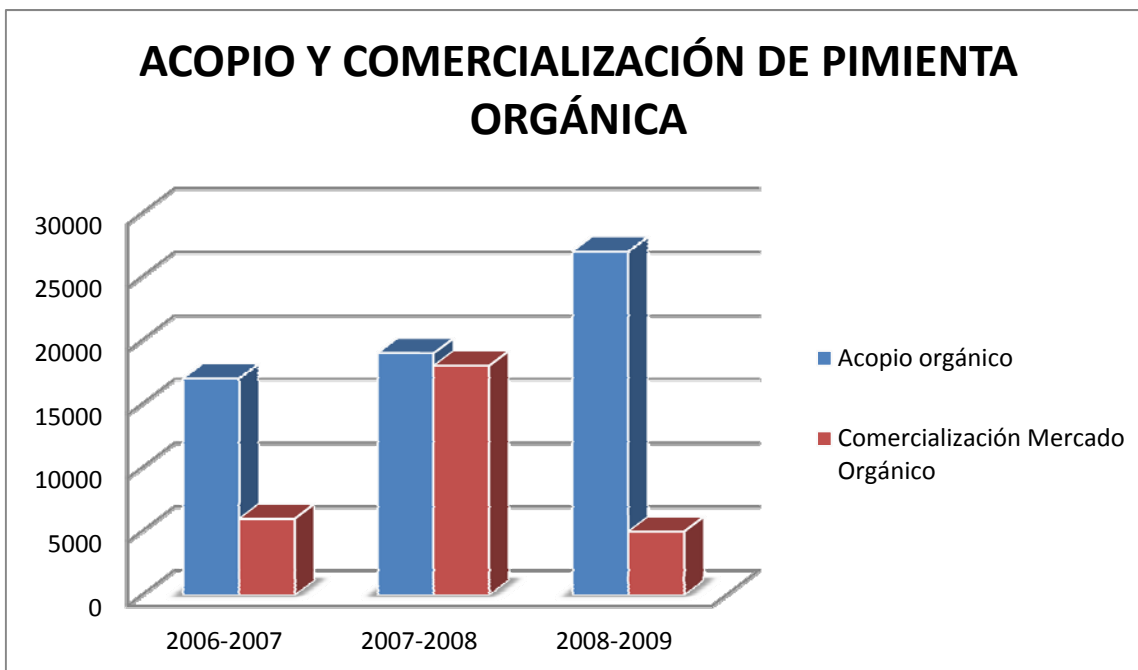


Jabón, crema corporal y gel para el cabello elaborados con miel de abeja melipona.

4.3.4.4 Pimienta Orgánica. Ciclo 2008-2009.

Además de la pimienta convencional, la cooperativa Tosepan produce pimienta orgánica. El acopio de este producto en el ciclo 2008-2009 fue de 27, 869.18 kilogramos, que es la mayor cantidad que se ha recolectado durante el tiempo que se lleva implementando el Programa Orgánico. Lo anterior representó el 58% de la pimienta que se había estimado cosechar (Tanauatijkej, 2009:5).

Sin embargo, el mercado no creció al mismo nivel que la producción. A julio de 2009 sólo se habían comercializado 4,000 kilogramos de pimienta orgánica de la cosecha del 2008 y ya se tenía ya en puerta la cosecha siguiente. Lo anterior reflejó una caída en el mercado de la pimienta orgánica, atribuible a la crisis económica (Tanauatijkej, 2009:5).



Fuente: Tanauatijkej, 2009:5.

Del volumen restante de pimienta acopiada, 17, 840 kilogramos de pimienta seca se vendieron al mercado convencional y 5,075 kilogramos se mantienen en inventarios (Tanauatijkej, 2009:5).

De los excedentes generados, en la Asamblea de Representantes del Programa Orgánico se aprobó por mayoría de votos distribuirlos de la siguiente forma: establecer el precio final de \$30 por kilogramo de pimienta seca (Tanauatijkej, 2009:5); los \$27, 670.38 que quedaron, se destinaron a un fondo para utilizarlos en el acopio orgánico, para adelantos a cuenta de cosecha o incluso, para poder dar un mejor precio en los ciclos siguientes, en el caso de que el mercado orgánico no mejore. El precio de venta de la pimienta orgánica fue

significativamente superior al precio de acopio de la pimienta convencional, que en promedio, alcanzó \$22.50 por kilogramo (Tanauatijkej, 2009:5).



Ejemplo de planta de pimienta orgánica.

En el ciclo 2009, la pimienta orgánica (pimienta seca) tuvo un precio asegurado para los productores de \$30 por kilogramo como mínimo (Tanauatijkej, 2009:5).

4.3.4.5 Café Orgánico. Ciclo 2008-2009.

Durante el ciclo agrícola 2008-2009 se acopiaron 3,132.5 Qq de café pergamino, que representa el acopio más grande en la historia del Programa Orgánico (Tanauatijkej, 2009:5). Los productores cumplieron satisfactoriamente las metas de acopio previamente establecidas. Así mismo, mejoraron mucho la calidad del

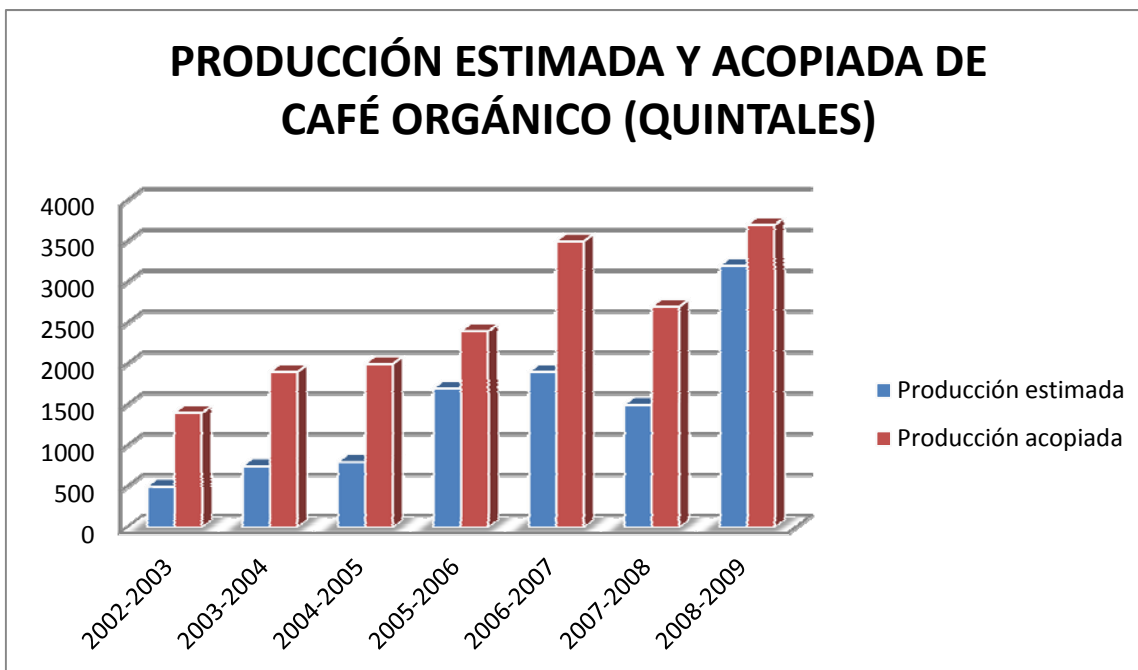
café pergamino. Por otra parte, en el beneficio seco se mejoró la calidad del proceso de maquila (Tanauatijkej, 2009:5). En cuanto a las ventas alcanzadas, la cooperativa considera que se cumplió satisfactoriamente con los contratos en cuanto a los volúmenes y tiempos establecidos. Gracias a lo anterior, se pudo negociar en mejores condiciones la venta del producto (Tanauatijkej, 2009:5).



La elección de los granos es fundamental para mantener la calidad de excelencia que requiere el café orgánico.



Cafetales orgánicos en el huerto madre de la Tosepan Titataniske.



Fuente: Tanauatijkej, 2009:5.

4.3.4.6 Uso del Premio Social de Café Orgánico.

El Premio Social de Café Orgánico, es otorgado por la SAGARPA cada año con el aval de las diferentes agencias de certificación orgánica, el cual debe destinarse para apoyar los proyectos productivos, de beneficios social o colectivo, que las asambleas de los socios de las organizaciones de productores decidan. Este consiste en 5 dólares/100 libras de café oro si es convencional orgánico o en transición; y si el café es orgánico y está certificado, consiste generalmente en 15 dólares/100 libras de café oro.

En 2009, el importe del Premio Social de Café Orgánico, fue de \$343, 582.01. En la Asamblea Regional de Mesas Directivas, se aprobó por unanimidad el siguiente destino:

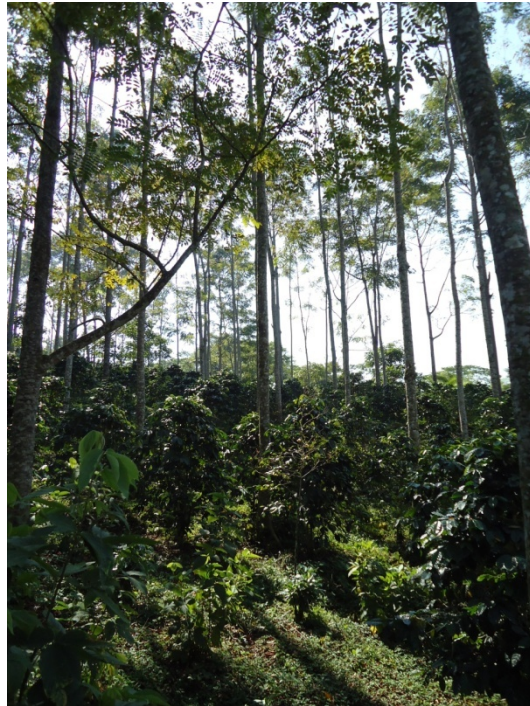
USO PREMIO SOCIAL DE CAFÉ ORGÁNICO	
Pago de Retenciones	\$84,391.00
Pendiente para Pago a Retenciones	\$53,520.90
Afiliación al programa de salud integral <i>Tosepan Pajti</i>	\$81,250.00
Fondo para Costos de Certificación	\$124,420.11
Aportación Prima Social	\$343,582.01

Fuente: Tanauatijkej, 2009:5.

4.3.4.7 Valor total de ventas.

Gracias a la confianza de los productores, al desempeño de los acopiadores y a la labor de los trabajadores de la cooperativa *Maseual Xicaualis*, en el año 2009 se logró un ingreso superior a los anteriores años, el cual superó los 30 millones de pesos (Tanauatijkej, 2009:5). Esto demuestra que a pesar de la crisis económica, la cooperativa ha logrado que los productos del campo tengan un mejor mercado y, con ello, ha obtenido un mayor ingreso de recursos económicos en la región (Tanauatijkej, 2009:5). Además, se está logrando que, como campesinos, sea posible no sólo defender sus precios, sino también encontrar mejores esquemas de mercado que valoren sus productos (Tanauatijkej, 2009:5).

De los excedentes generados en 2009, la Asamblea Regional de Mesas Directivas aprobó por unanimidad distribuirlos en alcances de acuerdo a un precio final de calidades con base en la siguiente forma: Buena \$29.00 - Regular \$26.00.



Cafetales orgánicos de la variedad Oro Azteca en el huerto madre de la Tosepan Titataniske.

Al final, quedó un excedente de \$41,651.12, que no alcanzaría para complementar un mayor alcance a buena calidad. Se aceptó destinarlo al Fondo de capitalización para Acopio Orgánico, junto con los \$27,670.38, que se aprobaron de la pimienta orgánica (Tanauatijkej, 2009:5).

El precio para el café orgánico del año 2009 fue más alto que los años anteriores en la historia del Programa Orgánico y muy superior al precio promedio que tuvo el café convencional que se obtuvo en ese ciclo [\$21.03 por kg] (Tanauatijkej, 2009:5). Para los siguientes años, se invitó a los socios productores a que se siga trabajando en aumentar la producción del café y mejorar la calidad. Para lo anterior, se seguirá con el proceso de renovación de cafetales y se continuará con las capacitaciones para mejorar las técnicas de manejo orgánico (Tanauatijkej, 2009:5).



Mural alegórico a la producción del café ubicado en la sede de la Tosepan Titataniske.

4.4 Cooperativa de ahorro y crédito *Tosepantomín*.

Las familias campesinas pobres de México nunca han sido sujetos de crédito atractivos para la banca comercial y difícilmente tienen alternativas cercanas que les ofrezcan servicios financieros acordes a sus necesidades. Por tal motivo, cada que tienen algún apuro económico, se ven obligadas a acudir con prestamistas, quienes les cobran altas tasas de interés. Por ello es común que muchos campesinos pierdan o malbaraten sus propiedades al caer en manos de los agiotistas (Bartra *et al.*, 2004:80-81).

En la región de la Sierra Nororiental de Puebla la situación no era distinta. Por tal motivo, en junio de 1998, los socios de la Cooperativa *Tosepan Titataniske*, decidieron formar la Caja Solidaria "*Tosepantomín*" [cuyo significado en náhuatl es "dinero de todos"]. La figura jurídica que adoptaron fue la de Sociedad Civil y se constituyó con un capital inicial de \$636,000.00 aportado por 1 264 socios de 41 comunidades, pertenecientes a cinco municipios (Bartra *et al.*, 2004:81).

Al evaluar el primer año de funcionamiento de la Caja Solidaria, los resultados fueron satisfactorios en cuanto al volumen de ahorros captados, pero no sucedió lo mismo con los créditos otorgados, pues se había caído en una cartera vencida del 27%. Lo anterior obligó a que se hiciera una revisión de experiencias sobresalientes en microfinanzas y se encontró que un factor de éxito que las hermanaba tenía mucho que ver con el otorgamiento de créditos a través de Grupos Solidarios.

Tal situación llevó a la Caja Solidaria a adoptar y adaptar de inmediato esa metodología, capacitándose para su aplicación, a varios promotores comunitarios. Los resultados no se hicieron esperar, pues un año después no sólo se había recuperado la cartera que había caído en vencimiento, sino que además se mantenía la morosidad en cero (<http://www.tosepan.com/tosepantominhistoria.htm>).

Poco tiempo después, en abril de 2001, es aprobada la Ley de Ahorro y Crédito Popular por las Cámaras de Diputados y de Senadores; y promulgada el 4 de junio del mismo año. El fin primordial de esta ley es proteger y asegurar el ahorro de los mexicanos, además de promover el desarrollo ordenado del sector financiero de ahorro y crédito popular. En ella se establece que los intermediarios financieros que deseen seguir captando ahorros, solamente podrán hacerlo si se transforman en Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo o en Sociedades Financieras Populares. Para ello deben ser dictaminadas favorablemente por una Federación y autorizadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (<http://www.tosepan.com/tosepantomin.htm>).

El poder adecuarse al nuevo escenario nacional representó una serie de retos para la *Tosepantomin*, entre los que se destacaron los siguientes: la necesidad de profesionalizar sus estructuras administrativas; el uso de mejores tecnologías de información, comunicación y de administración; una mayor capacitación para su

personal directivo y de operación; el aumento de costos derivado de la supervisión y la membrecía en una Federación.

Para enfrentar estos desafíos, la *Tosepantomín* diseñó una imagen corporativa propia, logrando extender su área de atención a otros siete municipios, a través de cinco sucursales; asimismo, ha elaborado sus propios Manuales de Operación y Procedimientos; ha brindado capacitación a sus directivos y a todo su personal operativo; ha instalado un Sistema Informático Automatizado, además de haber tomado la decisión de transformarse en una Sociedad Cooperativa de Ahorro y Crédito (<http://www.tosepan.com/tosepantomin.htm>).

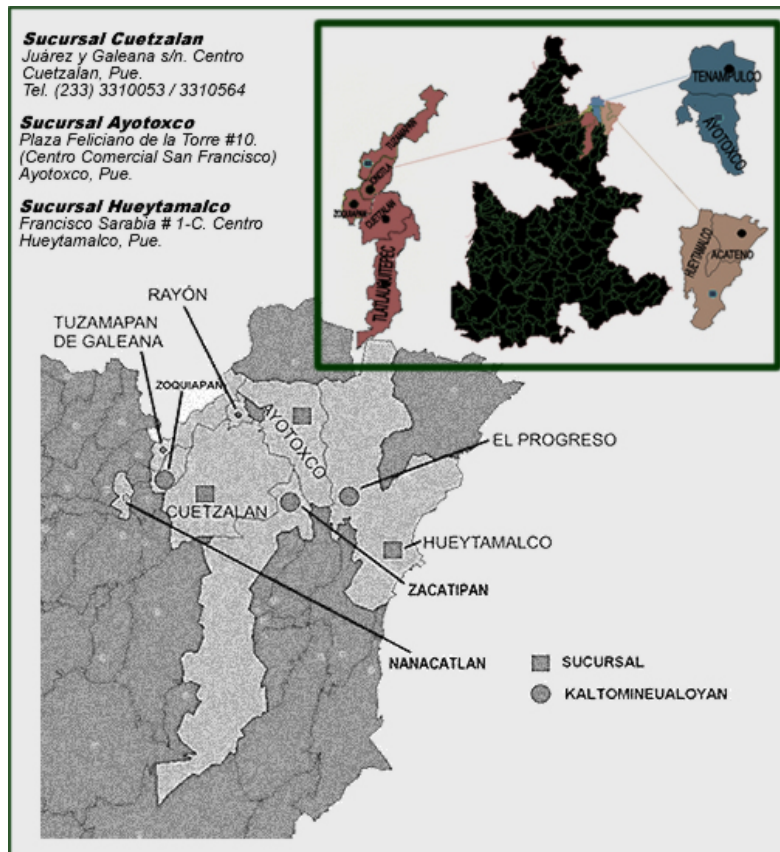
Actualmente, la *Tosepantomín* se ha planteado como propósito principal el contar con mecanismos financieros propios, que posibiliten la captación de los ahorros de unos socios, para otorgárselos en forma de crédito a otros, así como a los programas de trabajo de la Cooperativa. Con este programa busca también fomentar las culturas del ahorro y el pago, a la vez que contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias.

Su misión es llegar a convertirse en el organismo financiero más exitoso en la Sierra Nororiental de Puebla, gracias al ofrecimiento de servicios financieros adaptados a las necesidades de la población [porque se mantiene sin cartera vencida], lo que les permitirá alcanzar la autosuficiencia. Por ello, se está haciendo un esfuerzo para que sus socios se sientan orgullosos de su Cooperativa, por la calidad de los servicios que les ofrecen, por el trato respetuoso que se les brinda;

y por la confianza que se expresan todos [ahorradores y personal de la caja], basada en los valores de transparencia y honestidad (<http://www.tosepan.com/tosepantomin.htm>).

Muestra de lo anterior es la realización de asambleas comunitarias una vez por mes, así como las asambleas de las mesas directivas y de la asamblea plenaria anual, resaltando la finalidad de ésta última, que busca aclarar, informar y aprobar los resultados obtenidos durante los años anteriores.

UBICACIÓN DE LAS 3 PRIMERAS SUCURSALES DE LA TOSEPANTOMIN



Fuente: <http://www.tosepan.com/tosepantomubicacion.htm>



Caja de ahorro Tosepantomin, sucursal Cuetzalan.



La mayoría de los socios de la Tosepantomin son mujeres.

En las cinco sucursales con que cuenta la *Tosepantomin*, se han asegurado o reasegurado un promedio de 400 socios por mes durante el 2009. Esto ha permitido que, en la actualidad, ya sean 5 765 los socios que cuentan con seguro de vida. Los montos asegurados por la organización oscilan entre los \$5, 000.00 y los \$100, 000.00 (<http://www.tosepan.com/tosepantomin.htm>).

Durante 2009 llegaron a la *Tosepantomin* 570 envíos de dinero mensuales por un monto promedio de casi dos millones de pesos, lo que equivale a un poco más de \$4, 000.00 por cada envío. De 2006 a la fecha, aquellos que tienen familiares en los Estados Unidos de América han recibido, a través de la *Tosepantomin*, un total de 12 266 envíos por la cantidad de \$48, 032,273.00 (<http://www.tosepan.com/tosepantomin.htm>).

TOSEPANTOMIN
Dinero de todos para beneficio de todos

SEGURO DE VIDA	PRIMA ANUAL	MONTO ASEGURADO
JUBILACIÓN: Ahorra desde hoy y no dependerás de otros después.	\$ 25.00	\$ 5,000.00
FESTIVIDADES Y COMPROMISOS: Programa tus gastos futuros: fiestas, clausuras, etc.	\$ 50.00	\$ 10,000.00
INFANTIL: Con ahorro y buenas calificaciones puedes obtener beca.	\$ 75.00	\$ 15,000.00
INVERSIÓN: Puedes invertir desde mil pesos y ganar los mejores intereses del mercado.	\$ 100.00	\$ 20,000.00
CUENTA CORRIENTE: Tienes el dinero disponible en cualquier momento.	\$ 125.00	\$ 25,000.00
	\$ 250.00	\$ 50,000.00
	\$ 500.00	\$ 100,000.00

CRÉDITO

- VIVIENDA:** Con ahorro y crédito puedes recibir un subsidio para construir o mejorar tu casa.
- CREDIMUJER:** Para mujeres interesadas en comenzar o mejorar alguna actividad productiva.
- EMERGENCIA:** Crédito inmediato para resolver problemas urgentes.
- COMERCIAL:** Para quienes se dedican al campo, al comercio o a ofrecer algún servicio.

Te atendemos en tu propia Comunidad o en:

Cuetzalan, Pue.	Juárez y Galeana s/n	Tels. (01-233) 331-05-64 y 331-00-53
Ayototxo, Pue.	Plaza Feliciano de la Torre #10	Tel. (01-233) 331-90-60
Hueytamalco, Pue.	Carret. Hueytamalco-Teziutlan #1	Tel. (01-232) 377-02-39
Ixtepex, Pue.	A un costado del Mercado Mpal. y frente a la Iglesia	(01-233) 314-01-45
San José Acateno, Pue.	Av. Maximino Avila Camacho #25	Tel. (01-232) 324-71-05

Folleto informativo de la Tosepantomin.

4.4.1 Actividades sobresalientes de la *Tosepantomin* durante 2009.

Entre las múltiples acciones que realiza la *Tosepantomin*, podemos destacar el haber fungido como sede del encuentro “Seguridad Alimentaria y Finanzas Rurales” organizado por la red Colmena Milenaria [organizaciones de desarrollo con acciones de ahorro y crédito vinculadas a procesos organizativos y educativos en el medio rural y semiurbano] de la cual forma parte integral la *Tosepantomin* (Tanauatijkej, 2009:4).

Se destacan también la visita de algunos de sus miembros a la cooperativa *Desjardins* en Quebec [Canadá] para conocer sus experiencias y metodología de trabajo; así como su participación en el seminario internacional “Agricultura familiar, soberanía alimentaria y sistemas financieros rurales: retos y oportunidades frente a la crisis”, organizado por el Foro Latinoamericano y del Caribe de Finanzas Rurales [FOROLACFR], celebrado en Fortaleza [Brasil] (Tanauatijkej, 2009:4).

4.4.1.1 Programa de vivienda *Toyektanemililis* [2009].

La ubicación geográfica de la región en donde viven los cooperativistas es propicia para que se vean afectados por las inclemencias del tiempo. Las condiciones en que se encontraban sus viviendas también contribuían para que con frecuencia padecieran enfermedades gastrointestinales y de las vías respiratorias.

Por ello los miembros de la cooperativa se han dado a la tarea de mejorar los espacios donde viven sus familias. Así, en los últimos tres años han conseguido financiamientos para reconstruir el 40% de las casas, sin embargo no descansarán hasta lograr que el 100% de los socios tenga una vivienda con las condiciones y servicios elementales.

Gracias a este Programa de Vivienda, durante 2009 la *Tosepantomin* logró beneficiar a 753 familias de los socios interesados en mejorar o construir sus casas, lo cual representa un incremento en el número de familias beneficiadas, respecto a los años anteriores, pues entre 2007 y 2008 el beneficio alcanzó a 434 familias (Tanauatijkej, 2009:4, 7).



Blockera participante del Programa de vivienda Toyektanemililis.

La derrama económica de dicho programa fue de \$45, 445,000.00, de los cuales \$5, 570,000.00 fueron fruto del ahorro de los socios; \$14, 675,000.00 fueron otorgados por la *Tosepantomin* como créditos, y \$25, 200,000.00 fueron subsidios autorizados por la Comisión Nacional de la Vivienda [CONAVI] (Tanauatijkej, 2009:4, 7).

PROGRAMA DE VIVIENDA 2007-2009

Acción	Cantidad	Ahorro (\$)	Crédito (\$)	Subsidio (\$)
Autoconstrucción	948	14,220,000	18,960,000	36,024,000
Mejoramiento	245	1,225,000	4,165,000	3,625,000
TOTAL	1, 193	15,445,000	23,125,000	39,649,000
INVERSIÓN TOTAL: \$78, 219,000				

Fuente: Tanauatijkej. El periódico de la Cooperativa Tosepan. 18 de diciembre de 2009. P.4

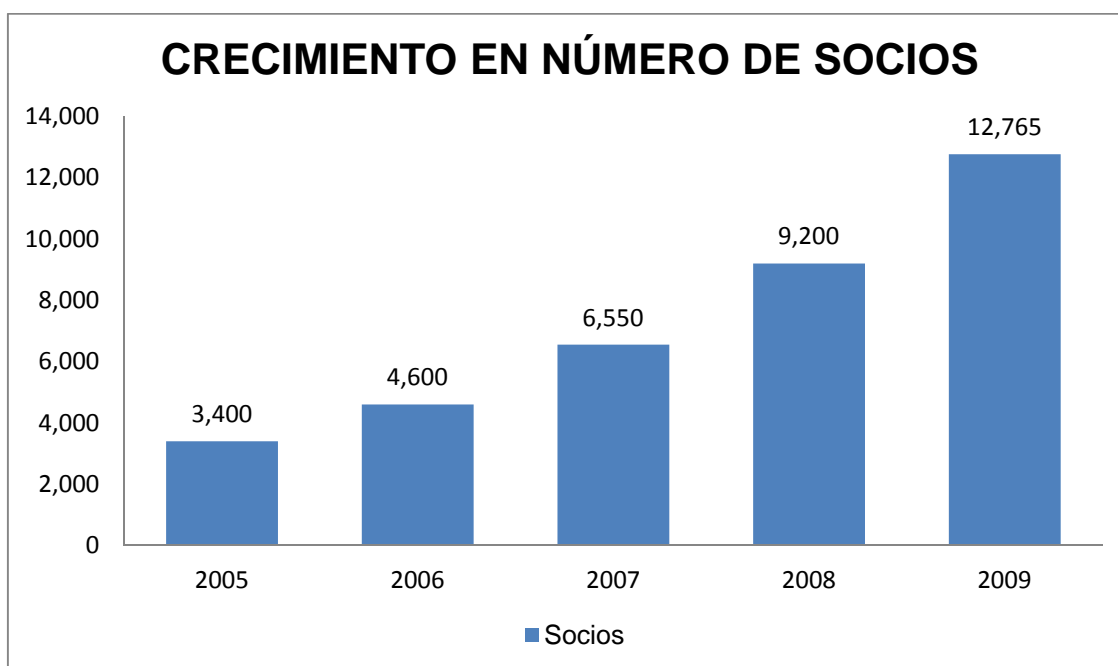
La *Tosepantomin*, al formar parte de la Red de Productores Sociales de Vivienda, ha logrado, con el resto de organizaciones conformantes que se destinen cada vez más recursos del presupuesto federal para quienes viven en las zonas más pobres del país. Por eso, fomentarán en un futuro no muy lejano la construcción de viviendas que empleen materiales de la región, así como la incorporación de algunas ecotecias¹ que permitan a los beneficiarios tener hogares sustentables (Tanauatijkej, 2009:4, 7).

¹ Sistemas amigables con el medio ambiente que permiten hacer un mejor uso de nuestros recursos naturales. Permiten el reciclado de materiales, la reutilización y aprovechamiento de aquellos que se consideran basura o desechos: llantas, envases de plástico, madera, orina, estiércol de animales, paja, fibra de coco, etc. Para su implementación se parte de principios

4.4.2 Niveles de crecimiento de la *Tosepantomin*.

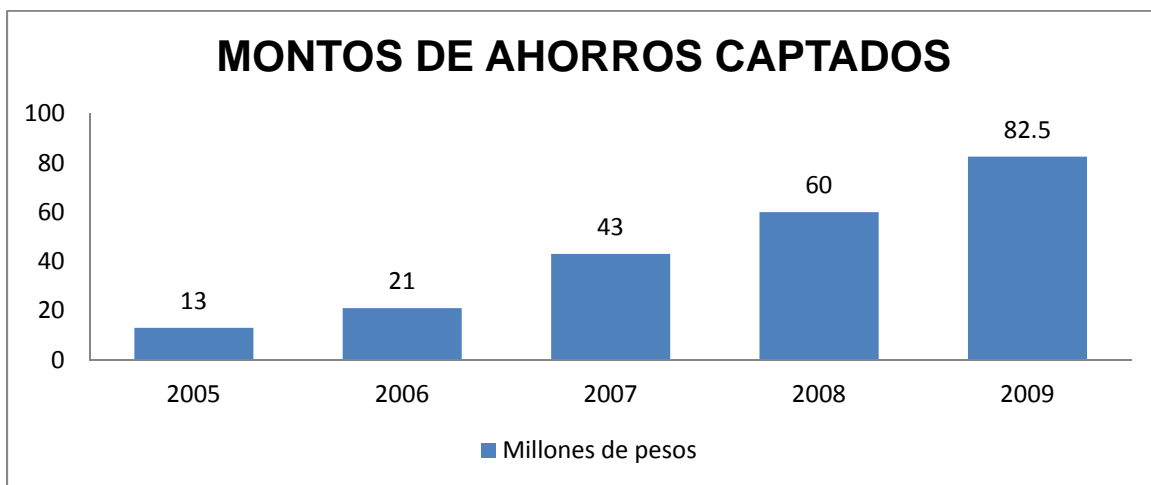
Los excelentes resultados de la *Tosepantomin*, entre los años 2005 y 2009, se pueden resumir en las siguientes gráficas publicadas por la *Tosepan Titataniske* (*Tanauatijkej*, 2009:3):

- a) La organización cuadruplicó el número de socios, pasando de 3 400 a 12 765 socios.

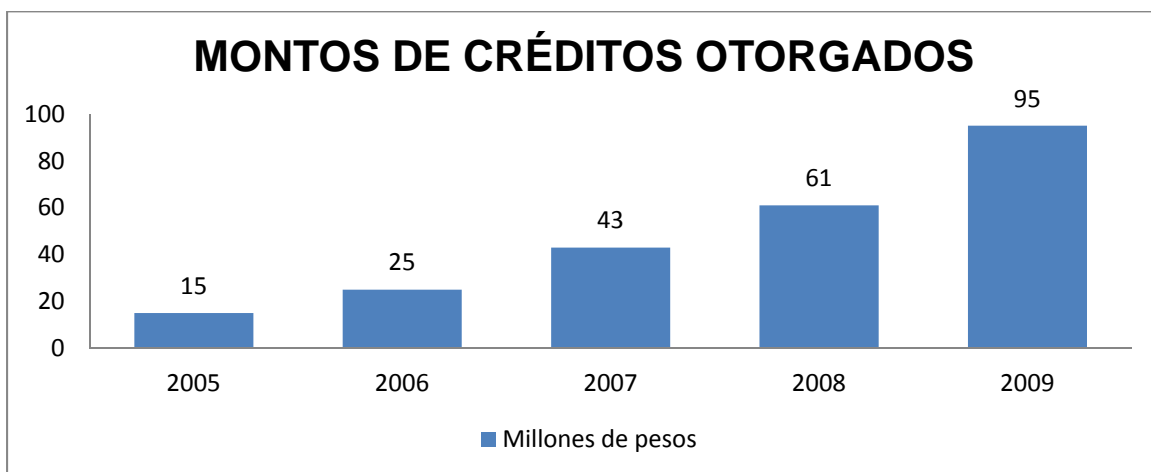


sencillos, requiriendo escasos recursos para su instalación y fomentando el uso de la imaginación. Como ejemplos destacan: las azoteas verdes o blancas, pintura natural con base en elementos orgánicos, estufas solares, baños y regaderas ahorradores de agua, energía eólica o solar, calentadores solares, jabones naturales, etc. (<http://www.sierraguadalupe.org.mx/ECotecnias.html>).

b) Creció más de seis veces el monto de los ahorros captados, el cual pasó de 13 a 82.5 millones de pesos.



c) Creció más de seis veces el monto de los créditos otorgados, el cual pasó de los 15 a 95 millones de pesos.



4.5 Centro de Formación *Kaltaixpetaniloan*.

Apolinar Arrieta Serrano, miembro de la Cooperativa *Tosepan Kali*, se encargó de explicarnos cómo el proceso de formación y superación ha estado presente desde los inicios de la *Tosepan Titataniske*, ya que los socios fundadores se reunían en las asambleas, las cuales terminaban a altas horas de la noche, conformando un espacio donde se compartían diferentes experiencias individuales que fortalecían el aprendizaje de forma colectiva.

Desde esos primeros momentos, los cooperativistas percibieron que las prioridades de un programa de desarrollo rural, definidas desde la percepción de funcionarios ó técnicos, no siempre corresponden con las necesidades urgentes de las poblaciones a quienes van dirigidas. Por eso es que se preocuparon por la promoción de las capacidades individuales por medio de la educación no formal [capacitación] y formal, aprovechando programas públicos como los de alfabetización, ofrecidos por el Instituto Nacional de Educación de Adultos [INEA], entre otros.

Para ello, los cooperativistas se convencieron de que para lograr sus propósitos como organización, era necesario socializar los conocimientos entre los productores orientando la capacitación con un nuevo enfoque: aquel en el que los participantes comparten e intercambian sus conocimientos en procesos de enseñanza y aprendizaje colectivos, que les permitan aplicarlos en su entorno de

manera directa. Este esfuerzo derivó en la conformación del Centro de Formación *Kaltaixpetaniloan* [“casa donde se abre el espíritu”] a comienzos del 2003 (Bartra *et al.*, 2004:112-113).

En dicho Centro se cuenta con la siguiente infraestructura (Bartra *et al.*, 2004:115):

- Módulos productivos.
- Áreas de producción de alimentos.
- Salas de cómputo y de proyecciones.
- Biblioteca y salones.
- Áreas de servicios [dormitorios y comedor].

Los módulos productivos comprenden los siguientes activos:

- Beneficios de café y pimienta.
- Granja de lombrices para producir abono orgánico [compostas y fermentado].
- Viveros tradicionales y en contenedores.
- Área de plantas típicas de la región.
- Huerto madre, donde se experimenta con variedades de café de altos rendimientos y resistentes a las enfermedades. Sirve igualmente de parcela demostrativa de terraceo, barreras vivas, aplicación de abono orgánico, trazo de curvas de nivel y el uso del hongo *Bauveria Bassiana* contra la

broca. Ahí se puede observar la diversificación de sombra con árboles como macadamia, cedro o pimienta; y plantas nutritivas y ornamentales como el quelite, el epazote y el quintonil.

El área de producción de alimentos cuenta con:

- Huertos de hortalizas
- Gallinero-conejera.
- Establo.
- Tanques para cría y engorda de peces.

Apolinar Arrieta aclaró durante la entrevista que el objetivo fundamental del centro es impartir formación, es decir, además de una capacitación técnica y administrativa, se busca desarrollar la conciencia económica, sociopolítica, étnica, medioambiental y de género de los campesinos indígenas de la región de la Sierra Nororiental de Puebla.

Como campesinos que son, su meta básica es la reapropiación del campo. Para ello, buscan amalgamar la teoría con la práctica apoyándose en los recursos humanos y materiales disponibles en la zona, en particular los de la cooperativa. La formación tendrá como destinatarios primordiales a los indígenas, poniendo

especial énfasis en las mujeres y en los jóvenes que quieren vivir en el campo y del campo.



En los salones del Centro Kaltaixpetaniloyan, se realizan las juntas internas de la Tosepan, se imparten cursos de idiomas, se realizan exposiciones y conferencias.



El Centro Kaltaixpetaniloyan cuenta con una pequeña biblioteca y sala de cómputo.

Los objetivos específicos del Centro de Formación se pueden condensar en los siguientes puntos (<http://www.tosepan.com/kmetodologia.htm>):

- Difundir más eficazmente las técnicas agropecuarias modernas que son indispensables para que la población campesina pueda no sólo sobrevivir, sino alcanzar un nivel de vida aceptable sobre unas tierras fértiles, pero exiguas. Por ejemplo: la tecnificación de los cultivos [café, pimienta, cítricos, hortalizas] aunada a otras actividades complementarias como la cría de animales de traspatio, la producción de lombricomposta y de artesanías.
- A través de la formación de formadores, extender y profundizar los conocimientos sobre estas técnicas, sus ventajas y sus costos reales en términos económicos, de salud y de preservación y recuperación del medio ambiente; ya que aquellas no deben ser monopolio de expertos y técnicos. La propuesta implica seleccionar, en cada comunidad de la región, a las personas, hombres y mujeres, que muestren ser más aptas para difundir dichas técnicas en sus comunidades.
- Unir la teoría a la práctica. En el Centro la formación se impartirá como parte de la labor de una organización implicada a diario en la producción, transformación y comercialización agropecuaria, así como la

experimentación. Las jornadas de capacitación se complementan necesariamente con la puesta en práctica de los conocimientos en las instalaciones de la cooperativa, en las propias parcelas y en la vida diaria de las comunidades.

- Favorecer el intercambio sistemático de experiencias entre campesinos, así como la difusión de los resultados de estos intercambios a otros sectores. Para cualquier transformación en el campo, la percepción de las innovaciones por los propios productores es un elemento esencial de retroalimentación del proceso.
- La experiencia de la organización nos revela que el proceso de desarrollo indígena y campesino tiene que ser integral y no puede reducirse a su simple dimensión técnica. De ahí que la capacitación de los formadores tiene que estar acompañada por una formación que incluya la economía [local, nacional e internacional], la política, el aspecto étnico-cultural, las relaciones entre hombres y mujeres y el medio ambiente.

En cuanto a la metodología que aplica el Centro, Apolinar Arrieta nos explicó que la base del programa de formación son los talleres, que consisten en sesiones que se desarrollan en torno a un determinado tema, combinan los elementos teóricos y

las experiencias prácticas. La sociedad cooperativa cuenta con numerosos espacios productivos que se han instalado a lo largo de los años; además de los beneficios ecológicos de café, también se cuenta con una blockera, dos granjas de lombricompostaje, un vivero, dos invernaderos, etc., que constituyen un verdadero laboratorio de aprendizaje.

Así, las mismas parcelas de los promotores y de los cooperativistas se transforman en parcelas demostrativas, con un impacto inmediato sobre los socios de las distintas comunidades. Por otro lado, las oficinas de la Tosepan Titataniske, donde el personal es indígena y bilingüe, sirven para ilustrar concretamente los principios de administración cooperativa.

La relación que se establecerá entre el formador y la persona que se está formando también difiere del modelo que impera en el centro de docencia tradicional. El formador tiene que partir de la experiencia de sus alumnos, sintetizarla y devolvérsela de una forma más universal, de tal forma que quien se esté formando enseñe y el formador siga siempre aprendiendo.

Para ello se evita especialmente la creación de un núcleo de “maestros” alejados de su base y que se sientan poseedores del saber. La socialización de los

conocimientos entre los participantes en los talleres es la norma en el aprendizaje gracias a la difusión del conocimiento en asambleas y comunidades.

Los intercambios de conocimientos que se realizan con otras regiones indígenas y campesinas del país, así como del extranjero que viven problemáticas similares a las suyas, les permiten comparar las distintas experiencias y adaptar otras nuevas a su entorno. Por eso, los intercambios se dan en forma de visitas de delegaciones y con la organización de eventos comunes celebrados con mucha frecuencia [encuentros, cursos, seminarios, etc.].

De igual forma, a través de los medios de comunicación más avanzados que hoy en día están a su disposición, destacando el internet, el centro de formación se apropia de los conocimientos y técnicas generados en otras latitudes para adaptarlos a su situación.

Así se espera que en el centro se formen constantemente hombres y mujeres que puedan dirigir la Cooperativa en un momento dado, en función de sus cualidades personales como liderazgo, honradez, experiencia y entrega a su organización, conjugado todo ello con más y mejores conocimientos técnicos y administrativos que les permitan salir adelante en su responsabilidad como dirigentes.

Jardín de niños *Kalnemachtilyan*.

El proyecto *Tosepan Kalnemachtilyan* [“la escuela de todos”] busca desarrollar un modelo educativo que se adapte a las necesidades de la región de la Sierra Nororiental de Puebla, por ello se plantea que este modelo educativo debe ser “el modelo educativo *Tosepan*”, en el sentido de que en ese espacio puedan formarse los futuros cuadros de la organización, ya que se enfoca en niños entre 2 y 5 años bajo la metodología Montessori (Tanauatijkej, 2009:8).

Los logros de este proyecto en el año de 2009 fueron los siguientes:

- Capacitación en lingüística básica para el equipo de investigadores que están conformando.
- Avance de doce capítulos de una gramática de 50 capítulos.
- Diccionario detallado con 6 500 entradas, las cuales indican categoría gramatical, patrones de inflexión, significados múltiples, así como frases ilustrativas con cada significado.
- Se realizaron 79 eventos de capacitación al interior de la organización y con otras cooperativas distintas.
- Al concluir el ciclo escolar oficial a mediados de diciembre de 2009 egresaron 10 alumnos de preescolar, mismos que pasaron directamente a primaria. De igual manera, se incorporaron siete nuevos alumnos a preescolar.

- Se impartieron dos bloques de cursos de inglés a 70 alumnos entre los meses de enero y octubre.
- Se implementaron cuatro talleres nuevos al proyecto *Tosepan Kalnemachtloyan*: educación artística, educación física, aspectos productivos y educación ambiental.
- Se elaboró el proyecto del Centro de Investigaciones *Tosepan*.

4.6 Desarrollo de la mujer.

En los últimos años, la SCARTT ha impulsado muchos trabajos con mujeres. Desde 1986, con la conformación de la Comisión Regional de Artesanas de la *Tosepan Titataniske*, se ha logrado conformar una organización integrada únicamente por mujeres, que propone actividades en colectivo y en la cual las integrantes discuten sus problemas apoyándose unas a otras (Bartra *et al.*, 2004:102-103).

Gracias a la tienda de la Cooperativa, ubicada en Cuetzalan desde 1985, las mujeres comenzaron a vender sus blusas, manteles, servilletas y trabajos con fibra de jonote, reinvertiendo sus ganancias en la compra de hilo, tela y otras materias primas. Con otra parte de las ganancias, las cooperativistas formaron un fondo para proyectos productivos: panaderías, tortillerías, molinos de nixtamal, tiendas de abasto, granjas de pollos, huertos familiares o colectivos de hortalizas, de café y pimienta; éstos les permitieron proporcionar algún dinero para el gasto

familiar así como adquirir productos básicos de buena calidad y a bajo precio (Bartra *et al.*, 2004:99-100).

El estar organizadas, no solamente sirvió a las mujeres para adquirir confianza en sí mismas y para vender mejor, sino que también les permitió a muchas de ellas conocer otras ciudades del país como Puebla, Oaxaca, Cuernavaca, Ciudad Victoria y México, gracias a las exposiciones y ferias artesanales organizadas por el Fondo Nacional para las Empresas Sociales [FONAES].



El empleo del telar de cintura es común entre las artesanas de la región.



Sus artesanías son sumamente apreciadas, incluso allende nuestras fronteras.

Sin embargo, en abril de 1992, la organización de mujeres se partió en dos: la mitad se quedó en la Comisión Regional de la *Tosepan*, y la otra mitad se integró a la Sociedad de Solidaridad Social *Masehualsiuamej mosenyochicauanij* [“mujeres indígenas que trabajan juntas”], lo que provocó muchas disputas en las comunidades por cuestiones de obtención de créditos. Los conflictos terminaron en 1997, después de la celebración de varios talleres de reflexión como parte del 20 aniversario de la SCARTT (Bartra *et al.*, 2004:105).

Actualmente la relación de la Comisión Regional de Artesanas con la SSS *Masehualsiuamej mosenyochicauanij* es sumamente buena, sobre todo en el

terreno de la venta de artesanías y de servicios de hospedaje [éstas últimas cuentan con su hotel, *Taselotzin*, ubicado en la ciudad de Cuetzalan].

Actualmente, son 480 las cooperativistas organizadas en la recientemente formada [8 de marzo de 2009] Cooperativa *Tosepansiuamej*, que tiene delegadas de grupos comunitarios en Yohualichan, Xiloxochico, Yancuictlalpan, Limonco, Reyesohpan, Xalcuautla, Tecoltepec, Tepetitan, San Antonio Rayón, Alahuacapan, Atalpan, Zoquiapan, Jonotla, Pinahuista, Tzanatco, San Andrés Tzicuilan, Tepetzintan, Cuichat y Cuetzalan (Bartra *et al.*, 2004:98; Tanauatijkej, 2009:7).

Además su importancia es vital al promover el hábito del ahorro y la cultura del pago a tiempo entre ellas mismas y sus familias pues la mayoría son socias de la Caja de Ahorro *Tosepantomin*.

4.7 Producción de plantas en el vivero Xiloxochico.

En 1984, la SCARTT comenzó la producción de plantas en vivero, tanto para propagar variedades mejoradas de café como para avanzar en la diversificación de los cultivos. Para este último fin, se comenzaron a introducir a la región otras variedades de plantas comerciales [pimienta, *mundani* o cedro rosado, *bracatinga*, macadamia] (Bartra *et al.*, 2004:90-91).

Apolinar Arrieta nos aclaró durante la entrevista que, desde un principio la Cooperativa vislumbró que, con la diversificación de los cultivos, se podían obtener ingresos durante todo el año: p.e. con el café, de octubre a marzo; con el mamey, de marzo a junio; con la macadamia [empleada en productos cosméticos], de julio a septiembre; con la pimienta de agosto a noviembre; y con el *mundani* [madera preciosa] y la *bracatinga* [utilizada como leña], durante todo el año.

Para la producción de plantas, se utiliza el sistema de bolsas de polietileno, así como el de *copper block* [en charolas de unicel, como los que emplea la SEDENA]; éste último permite producir grandes cantidades de plantas en superficies pequeñas y a bajo costo. Por ejemplo, de 200 mil se pasó a producir un millón de plantas al año, logrando así un ahorro considerable [producir una planta de café cuesta \$0.80, mientras que, con los sistemas tradicionales, cuesta \$2.50] (Bartra *et al.*, 2004:91).



El vivero de Xiloxochico es parte fundamental de la Tosepan Titataniske.

El vivero [que también cuenta con un mariposario] se ubica en la comunidad de Xiloxochico y, durante 2009, se encargó de surtir a productores orgánicos con 150 kilos de bolsas para sus viveros comunitarios: ese año se produjeron 84 plantas de café de las variedades de *arabica*, *oro azteca* y *garnica*, que redituaron en 170 mil *pesetillas* [dos pares de hojitas de café que se emplean para trasplantarse]; 50 mil plantas de pimienta; 35 mil plantas de bambú de la variedad *Guada aculeata* y 15 mil de la variedad *Bambusa oldhamii* Munro (Tanauatijkej, 2009:7).

El programa más importante desarrollado en el Vivero Xiloxochico es el *Ojtasentekitini*, el cual, tiene como objetivo general la incentivación del cultivo, transformación e industrialización del bambú que se cultiva en la región.



Ejemplares de la especie *Bambusa oldhamii* Munro [introducida], la más cultivada de la región.

Según Apolinar Arrieta, durante los últimos seis años se ha utilizado bambú en la construcción de los espacios del proyecto de turismo alternativo, y en la

elaboración de muebles para las diversas áreas de la cooperativa; pero fue hasta 2008 cuando se decide que una parte del grupo de construcción, en este caso 12 trabajadores, se dedicarían exclusivamente al acopio, tratamiento y secado del bambú.

Actualmente, el taller acopia las especies *Guada aculeata* [endémica] y *Bambusa oldhamii* Munro [introducida], cuyos precios se fijan en base a la calidad, el diámetro y la demanda que exista durante un año. Durante 2009, aumentaron las ventas, sobre todo de la primera, como material de construcción.

El número de socios que producen bambú son 221 y en 2009 cultivaron 126 hectáreas; las comunidades con mayor volumen de bambú cultivado son Zacatipan, Nanacatlan, y la zona de Zoquita-Pepexta, en donde la especie más cultivada es la *Bambusa oldhamii* Munro (Tanauatijkej, 2009:7).



El bambú recolectado se convertirá en muebles o formará parte de las estructuras de los edificios.

4.8 Tosepan Kali.

De acuerdo con lo expresado por Apolinar Arrieta, que como ya hemos mencionado anteriormente, es miembro de la cooperativa *Tosepan Kali*; en 2001 la Sociedad Cooperativa *Tosepan Titataniske* decidió en asamblea incursionar en los servicios turísticos, por lo que en 2002 inició con la construcción de un complejo de nueve cabañas con una capacidad de 27 hospedajes.



Vista de las habitaciones del complejo turístico Tosepan Kali.

Esta construcción fue realizada con recursos propios y apoyo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI] (*Tanauatijkej*, 2009:5). Las cabañas se construyeron con materiales de la región como piedra y bambú. También se utilizaron técnicas que no deterioran el ambiente, como son: captación de las agua de lluvias y limpieza de las aguas negras y jabonosas (*Tanauatijkej*, 2009:5).



La principal característica del Tosepan Kali es el empleo de materiales endémicos y su respeto al entorno.

El complejo turístico se inauguró en mayo de 2004, con tres personas previamente capacitadas. En 2005 se requirió de más personas y se convocó una asamblea para capacitar y seleccionar a seis jóvenes con el fin de ofrecer más servicios (Tanauatijkej, 2009:5).



Las habitaciones se caracterizan por su limpieza, comodidad y el aprovechamiento de la luz natural.

En 2007 se inauguró un hostel de 15 habitaciones con una capacidad para hospedar a 30 personas (*Tanauatijkej*, 2009:5). Al año siguiente se inauguró el desayunador, conocido como "Salón del café" y se incorporaron los servicios de alimentación y cafetería (*Tanauatijkej*, 2009:5).



Interior del desayunador o "Salón del café".

Debido al incremento en el número de servicios, los ingresos de la cooperativa, para 2009 fueron de aproximadamente \$2, 700,000.00, y dicho monto tuvo un crecimiento de 48% con respecto al año de 2008 (*Tanauatijkej*, 2009:5).

En cuanto al balance de resultados del año 2009, se contó con una utilidad muy pequeña, pues los egresos son muy cercanos a los ingresos. Lo anterior se debe

a que en ese año se hicieron varias inversiones para dar un mejor servicio al cliente, las cuales sumaron más de \$380,000. Así mismo, el efecto de la contingencia sanitaria, por el virus de la influenza AH1N1, trajo como consecuencia que bajara mucho el hospedaje entre mayo y julio del mismo año.

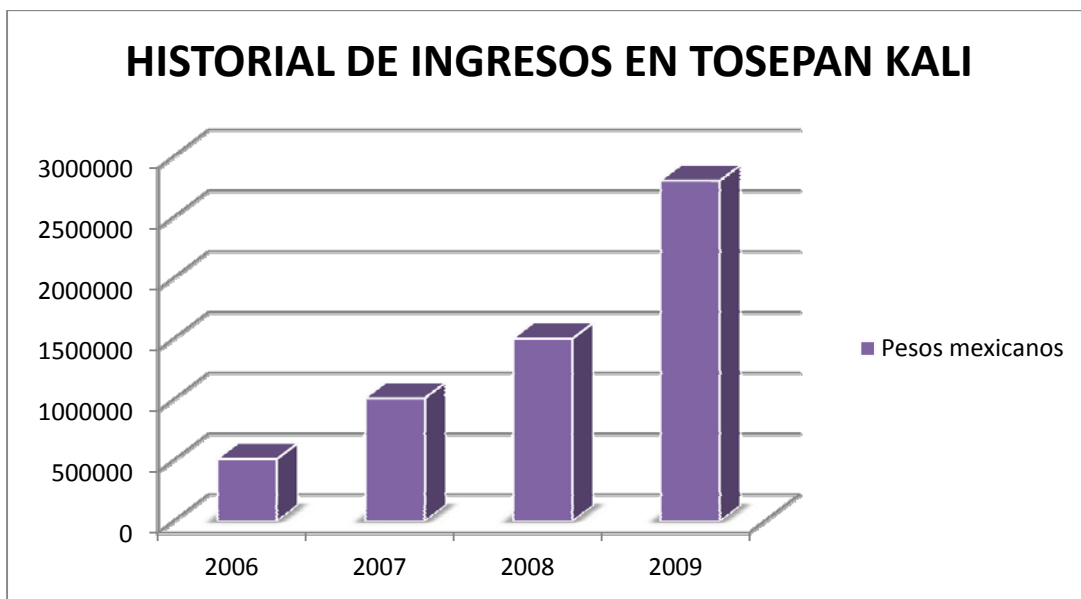


Piletas para la captación de agua de lluvia dispuestas para su reutilización.

Sin embargo, entre los logros de 2009 destaca el haberse constituido legalmente como Cooperativa de Servicios Turísticos *Tosepan Kali*; y la acreditación como servicio hotelero "Distintivo M", del Programa de Calidad Moderniza, que otorga la Secretaría de Turismo a las pequeñas empresas turísticas con el fin de capacitarlas en la adopción de estándares de calidad de excelencia (*Tanauatijkej*, 2009:5).



Los desechos en Tosepan Kali también son reutilizados, en este caso para la elaboración de abonos orgánicos.



Fuente: *Tanauatijkej*, 2009:5

CONCLUSIONES

Al café se le ha considerado desde tiempos inmemoriales como una invención divina y diabólica por igual, por lo que desde hace siglos su control ha despertado la discordia entre diversas naciones, y así, el sistema de dominación colonial terminó propiciando el desarrollo de nuevas costumbres alimenticias y de ingesta, sobre todo en los países más desarrollados industrialmente; además su cultivo se ha entendido como característica esencial, entendida como lastre, de los países menos desarrollados, al ser muchas veces la única forma de subsistencia para los pequeños productores que lo cultivan, siendo dependientes de los países desarrollados para su venta.

Sin embargo, su importancia real en la actualidad radica en el enorme número de productores dedicados a esta actividad en países de África, Asia, Oceanía y América Latina [la inmensa mayoría son indígenas y se encuentran en condiciones de extrema pobreza] así como también por su papel preponderante en el aporte de divisas, pues este producto representa la segunda materia prima de importancia en los mercados internacionales, detrás del petróleo.

Como vimos en el capítulo uno, la comercialización del café pasó por diversas etapas históricas, reflejando una lucha de los productores por mantener el control de su producto y obtener mayores proporciones de los ingresos derivados de su consumo. Este producto, dados los grandes volúmenes que se

comercializan internacionalmente para consumo, es de gran interés para académicos y políticos, pues está vinculado a productores pobres en países en desarrollo, mientras que su consumo se realiza en países desarrollados. Por ello los cambios estructurales que sufra este sector a lo largo del tiempo tienen importantes repercusiones mundiales.

Básicamente en la segunda mitad del siglo XX se identifican 3 periodos de la organización del comercio exterior del café: libre mercado pero con intentos por su control, hasta 1961, el periodo de cuotas a las exportaciones, de 1962 a 1989 y el libre mercado de nuevo desde mediados de 1989 a la fecha.

En la actualidad, se siguen percibiendo los efectos que representó la disolución de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café de 1983, la cual estuvo basada sobre todo en la inviabilidad del sistema de cuotas a las exportaciones mundiales, cuyas negociaciones siempre estuvieron supeditadas a los intereses de los países importadores-consumidores, en especial Estados Unidos, cuya influencia ya había sido decisiva para la creación de la Organización Internacional del Café en 1962.

De tal manera, el 4 de julio de 1989 [fecha oficial de cancelación de las cláusulas económicas del CIC], quedó marcado como el inicio del periodo conocido como la crisis internacional del café, que se caracterizó por la desregulación de las exportaciones y la liberalización del mercado.

Así, se dio una exportación masiva y desorganizada del café desde los países productores, los cuales aprovecharon para deshacerse de sus excedentes, lo que dio como resultado una sobre-oferta del producto y una caída vertiginosa de los precios. Poco tiempo después, la situación se agravó con la incorporación de nuevos países en la producción y comercialización [especialmente de la especie *robusta*], con amplias superficies cultivadas y producción de café de menor calidad y precio, lo que aún hoy ha generado un exceso de oferta del producto y, consecuentemente, los precios del aromático han descendido considerablemente, a grado tal que las cosechas se han hecho incosteables para los productores.

En este contexto, en el que se confía en el mercado para otorgar la equidad prometida y ya sin el poder negociador de los institutos nacionales cafetaleros en los países productores [desmantelados en la década de 1980], otra serie de actores involucrados en la cadena productiva-comercial del aromático, comienza a adquirir mucho mayor poder y notoriedad después de la liberalización del mercado en 1989, todos ellos localizados en los países importadores-consumidores: los mercados de futuros, las compañías intermediarias-comercializadoras, las grandes compañías de la transformación y los grandes centros distribuidores.

Del otro lado de la cadena, encontramos a millones de agricultores de países en vías de desarrollo dedicados al café, los cuales vieron con desesperación que la crisis arrastraba los precios de su mayor fuente de sustento, por lo que desde entonces se vieron inmersos en una enorme serie de problemas que

incluyen emigración de sus lugares de origen, agudización de la desnutrición y la falta de atención sanitaria, aumento de cultivos de drogas por la falta de opciones productivas viables. Ante esta situación, las mujeres y los niños quedaron como los grupos participantes en la agricultura cafetalera más amenazados y olvidados.

Ante esto, los sistemas alternativos de producción más antiguos, el orgánico y el comercio justo, comenzaron su rápido crecimiento durante la década de 1980, pero con dos objetivos muy diferentes: el primero buscando atender la demanda creciente en los países desarrollados de productos alimenticios sanos y de calidad; el segundo, intentando un modelo incluyente con mayor equidad para los productores que permitiera la mejoría en sus condiciones de vida.

La situación de México en el entramado cafetalero lo ubica en una posición relativamente ventajosa, pues se encuentra entre los primeros cinco mayores productores a nivel mundial dentro del grupo denominado *otros arabicas suaves* [café altamente apreciado en los mercados internacionales]; gracias a los altos volúmenes de exportación de café a los principales países consumidores, el café es la especie vegetal por la que ingresa la mayor cantidad de divisas a nuestro país. Además, nuestro país es el primer productor de café orgánico del mundo.

En los principales estados productores [Chiapas, Puebla, Veracruz y Oaxaca] son aprovechadas ventajosamente las condiciones de clima, topografía, suelo y altitud. De esta manera, más de tres millones de mexicanos participan directa o indirectamente a lo largo de toda la cadena productiva del café, de los cuales, una inmensa mayoría está conformada por pequeños productores con recursos insuficientes para obtener ingresos superiores a los de subsistencia.

Como parte de los cambios estructurales que se vivieron a nivel global, la situación en México se tornó similar a la de cualquier país productor. La desaparición del Instituto Mexicano del Café [INMECAFE] a finales del decenio de 1980 y del Consejo Mexicano del Café [CMC] a comienzos del presente siglo, incrementaron el poder y dominio de ciertos agentes, en especial de seis grandes compañías extranjeras con sucursales en el país: AMSA, Jacobs, Expogranos, Becafisa-Volcafé, Exportadora de Café California y Nestlé. Actualmente estas empresas ejercen un gran control en la esfera del acopio y la comercialización interna del café.

Por lo anterior, a la luz de la coyuntura internacional a comienzos de la década de 1980 y los drásticos cambios que afectaron a las políticas gubernamentales con respecto a la modernización capitalista del agro y el desplazamiento del campesinado nacional, se comenzó un proceso organizativo integrado mayoritariamente por indígenas con pocas tierras, cuyo mejor ejemplo fue la formación de la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras [CNOOC]. Basándose en los principios de autonomía organizativa y la apropiación tanto

del proceso productivo como de la vida social, las organizaciones pertenecientes a la CNOC pudieron comenzar a construir regiones técnica, económica y socialmente integradas, además de impulsar programas integrales y multisectoriales.

La agricultura orgánica y el comercio justo.

En la actualidad la agricultura orgánica es practicada en 160 países, 37.2 millones de hectáreas son cultivadas en este sistema agrícola, que a la vez son manejadas por 1.8 millones de agricultores. Las ventas globales en el año 2009 en alimentos y bebidas orgánicas alcanzaron los 54.9 billones de dólares (<http://www.ifoam.org>).

Con respecto al comercio justo, éste se ha extendido y diversificado en sus productos por todo el mundo, dando beneficios a los pequeños productores que trabajan con su certificación. En el 2009, fueron vendidas en países consumidores 74, 000 toneladas métricas de café certificado de comercio justo. Cabe decir, que el café sigue siendo el principal producto del comercio justo y que es cultivado por más de 444, 000 agricultores en tres continentes (<http://www.fairtrade.net>).

La adopción de la producción orgánica y del comercio justo por parte de productores en México, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, República

Dominicana y Argentina, en la mayoría de los casos, logró aumentar los ingresos y en consecuencia, el nivel de vida de los productores.

La población rural pobre depende de la agricultura y de otras actividades relacionadas con ella para obtener su sustento. En consecuencia, para obtener resultados importantes en la reducción de la pobreza, la inversión nacional y la ayuda externa deberían concentrarse en las zonas rurales, donde vive la mayoría de la población pobre, y en la agricultura, que es la base de su supervivencia. Con frecuencia se afirma que lo importante para erradicar la pobreza es el crecimiento económico, sin embargo, para reducirla es igualmente importante preguntarnos quién se beneficia con este crecimiento.

Por eso, la agricultura orgánica y el comercio justo no son la panacea universal ni la tabla de salvación para todos los productores en todas las circunstancias pues tienen sus limitaciones de aplicabilidad que deben de conocerse antes de embarcarse en un proyecto productivo.

Aunque las etiquetas de certificación orgánica y de comercio justo han tenido resultados muy positivos en los volúmenes de comercialización y en la extensión del sistema, para algunos representó una claudicación de los ideales originales de ambos movimientos, pues significó la aceptación del mercado como mecanismo de transformación de las sociedades menos favorecidas productoras de mercancías en los países pobres.

Tal como lo mencionan la Organización Internacional del Café [OIC] y otras instancias, el hecho de que los gobernantes, ONGs, el sector privado y los consumidores sean cada vez más conscientes de la importancia de la sostenibilidad en la producción del café, no ha solucionado aún la problemática global del sector cafetalero.

Si bien el precio del café ha aumentado desde la última caída de precios en 2001, los países miembros de la OIC deben reconocer que los pequeños productores y trabajadores agrícolas siguen careciendo de los recursos necesarios para beneficiarse de condiciones de mercado más favorables y, por consiguiente, siguen siendo vulnerables a las fluctuaciones del mercado.

Adicionalmente, tras el ingreso de los productos orgánicos y de comercio justo al mercado masivo, se cuestionó sobre la gradual transformación de los valores y principios normativos. Entre ellos, destaca el cambio de actitud hacia las compañías transnacionales, otrora causantes de las injusticias e inequidades que empobrecieron y marginaron a los productores.

En aras de un éxito económico de los productos orgánicos y del comercio justo, se aceptó al mercado y a sus actores como vehículos para lograr la transformación buscada. Sin embargo, estas transformaciones trajeron consigo la imposición de nuevas reglas desde los países consumidores para los productores, las cuales significaron exclusión y elevación de costos debido a los procesos de certificación que implican. En este sentido también vale la pena

preguntarse si efectivamente la comercialización de productos orgánicos y de comercio justo por distribuidores minoristas “moralizará el gran comercio”, dada su atención casi exclusiva a sectores de la población de ingresos medios y altos con sensibilidad social.

Las críticas enuncian que las intenciones originales de los movimientos de agricultura orgánica y de comercio justo quedaron relegadas a una versión menos comprometida, en la que se acepta al mercado como vehículo para que algunos grupos puedan incorporarse al mercado global capitalista. Al final de cuentas, se trata de un sistema guiado por la demanda, donde los consumidores individuales no tienen vínculos entre sí ni hacia los productores, en la que no se exige ni se ofrece más que su intervención como comprador. Por eso, se cree que este mecanismo impide la formación de un modelo en la que los procesos sean democráticos y participativos para regular la producción y el consumo a nivel internacional.

La posición de la OIC y otros actores [por ejemplo las compañías torrefactoras], es que el cambio se debe dar por la buena voluntad y el deseo de vivir en un mundo mejor. Estos cambios implican la construcción de una nueva relación comercial entre productores, comercializadores y consumidores donde las condiciones sean más justas y redituables económicamente para todos los participantes, cuidando del medio ambiente.

Sin embargo, dada la evolución vertiginosa que tienen los procesos y los instrumentos utilizados en la producción y transformación de café, la

temporalidad de la permanencia sería insuficiente, pues el ritmo de innovación de los procesos en este sector es muy acelerado y es muy factible que rápidamente se queden atrás los menos capitalizados. Por el otro lado, de no considerarse, habrá organizaciones que se mantengan por mucho tiempo en el sistema y que impidan la incorporación de otras organizaciones con mayores desventajas.

Lamentablemente, dadas las condiciones en las que viven los productores cafetaleros a nivel mundial, el énfasis debería estar puesto en su incorporación masiva e integral, es decir, la totalidad de productores y la totalidad de sus productos y servicios.

A lo anterior, las organizaciones de pequeños productores han respondido con una estrategia más realista organizándose, asociándose, protegiéndose, planeando estrategias de mercado por sí mismos, para tener un mayor control de su situación económica y, con ello, mejores oportunidades en el mercado libre, donde lo que cuenta es la fortaleza económica y financiera.

La SCAR *Tosepan Titataniske*.

Gracias a nuestra investigación, pudimos constatar que el cambio en el sistema de producción y comercialización de café convencional a café orgánico y de comercio justo, ha beneficiado a los pequeños productores de la cooperativa *Tosepan Titataniske*, ya que ha redituado mayores ganancias, las cuales, al mismo tiempo, reflejan un mejor y más alto nivel organizativo, aunado a la

capacidad para manejar la comercialización del grano, lo que se ha plasmado en el mejoramiento de la calidad de vida de sus miembros.

El pertenecer a nuevos nichos comerciales altamente redituables como son el del café orgánico y el comercio justo, les han permitido a los pequeños productores de la cooperativa *Tosepan Titataniske* insertarse y adaptarse con éxito en la dinámica del mercado global.



Escudo de la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske.

La *Tosepan Titataniske* pone en evidencia las ventajas que comercialmente pueden ofrecer el comercio justo y la agricultura orgánica, pero también dejan ver la importancia de la diversificación productiva y organizativa. Aunque el precio garantizado ha funcionado como un seguro para los ingresos, cuentan también con otros proyectos [que pertenecen al sector terciario o de servicios] que les han permitido depender cada vez menos de las fluctuaciones propias del mercado de productos agrícolas.



Ejemplo de la gama de productos orgánicos y de comercio justo producidos por la Tosepan Titataniske.

Ante esta evidencia, los sistemas alternativos se presentan como propuestas importantes que han comenzado a madurar en un movimiento social de desarrollo integral relevante dentro de las comunidades indígenas campesinas latinoamericanas.

Sin embargo, compartimos el pensar de los cooperativistas de que hacen falta más y mejores alternativas que eleven la calidad de vida de los pequeños productores de café, siempre partiendo de iniciativas propias generadas autónomicamente por las organizaciones y en beneficio de cada miembro de la comunidad.

Esto se refleja en el mejoramiento de la calidad de vida de sus familias, en acciones tendientes a alcanzar la seguridad alimentaria, y a continuar con un

proceso de autogestión local y de democracia participativa, generando con todo ello una mayor equidad y justicia social entre los socios y hacia las mujeres, diversificando sus ingresos y conservando sustentablemente los recursos naturales y humanos.

Esto resulta sumamente importante tomando en cuenta que se encuentran ubicados en la región de la Sierra Nororiental de Puebla, la mayoría de ellos en el municipio de Cuetzalan del Progreso; dicha región se caracteriza por una cobertura de servicios básicos que puede ser catalogada aún hoy como deficiente.

El sociólogo e investigador de la UAM–Xochimilco Armando Bartra, reconoce que:

“La Tosepan Titataniske logró el milagro en la Sierra Norte de Puebla. Durante más de 30 años de experiencia, campesinos nahuas y totonacos resisten, aguantan, pero además proponen alternativas para el campo. Si organizáramos el mundo, como ellos organizan la región, creo que sería un lugar más digno para vivir. Esto es la izquierda social activa de la que venimos hablando. Esa izquierda que propone y no sólo reclama proyectos, políticas públicas y todo eso, sino que vive de otra manera, solidaria, comunitaria y familiarmente”.

(<http://www.lajornadadeoriente.com.mx/2011/02/01/puebla/cue113.php>).

Por lo tanto, creemos que la cooperativa *Tosepan Titataniske* es muestra irrefutable de que el trabajo colectivo de la tierra hecho con honestidad, respeto, eficiencia y participación democrática, no sólo es una empresa económicamente redituable sino es, ante todo, la expresión más sincera de las mejores tradiciones de los movimientos campesinos latinoamericanos y su continua lucha por la dignidad y la justicia social.

BIBLIOGRAFIA

- Acuña, René. (1984). *Relaciones geográficas del siglo XVI: Antequera*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Antropológicas. 335 p.
- Aramoni Burguete, María Elena. (1990). *Talokan tata, talokan nana, nuestras raíces: hierofanías y testimonios de un mundo indígena*. México D.F.: Dirección General de Publicaciones CONACULTA. 283 p.
- Arizpe, Lourdes. (1973). *Parentesco y economía en una sociedad nahua*. México: Instituto Nacional Indigenista-CONACULTA. 225 p.
- Ballestero, Enrique. (2000). *Economía de la Empresa Agraria y Alimentaria*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. 416 p.
- Banco Mundial. (2002). *Región Centroamericana. La crisis cafetalera: Efectos y estrategias para hacerle frente. Informe N°2993*. Washington D.C. 77 p.
- Bartra, Armando, Rosario Cobo y Lorena Paz Paredes. (2004). *Tosepan Titataniske. Abriendo horizontes: 27 años de historia*. Centro de Formación Kaltaixpetaniloyan-Instituto de Estudios para el Desarrollo Rural Maya. 120 p.
- Bates, Robert. (1999). *Política internacional y economía abierta: la economía política del comercio mundial del café*. Santafé de Bogotá: Tercer Mundo. 276 p.
- Bethell, Leslie (Ed.). (2000). *Historia de América Latina. Volumen 9. México, América Central y El Caribe, 1870-1930*. Barcelona: Crítica. 348 p.
- Boege Schmidt, Eckart. (2008). *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México. Hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agrodiversidad en los territorios indígenas*. México: INAH-CDI. 342 p.
- Bussing-Burks, Marie. (2009). *Starbucks*. Santa Bárbara, California: ABC-CLIO. 154 p.
- Calderón Salazar, Jorge Alfonso. (S/F). *Estado, reforma agraria y autogestión campesina en México*. México: UNAM, Dirección General de Extensión Académica. 42 p.

- Carmona López, Alfredo. (1999). *El café, rey de los sentidos*. Almería: Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones. 80 p.
- Castillo Hernández, Mario Alberto. (2000). *El mundo del color en Cuetzalan: un estudio etnocientífico en una comunidad nahua*. México: CONACULTA-INAH. 137 p.
- Celis Callejas, Fernando y Eligio Ruiz González. (2010). *Los precios del café en México. Cosecha 2008-2009*. CNOC-SCARTT-FIRA. 34 p.
- Comité Técnico de Estadística y de Información Geográfica del Estado de Puebla [COTEIGEP]. (2010). *Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011*. 272 p.
- Daviron, Benoit. (2007). *La paradoja del café: mercados globales, comercio de bienes primarios y la esquivada promesa del desarrollo*. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. 300 p.
- Delgado, Carlos. (1997). *El libro del café*. Madrid: Alianza, 297 p.
- Dirección de Análisis Económico y Sectorial. (2010). *Panorama agroalimentario. Café 2009*. Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura-FIRA. 26 p.
- Galindo Bueno, José Antonio. (2004). *Los costes y la contabilidad financiera en la empresa agroalimentaria: una introducción*. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. 310 p.
- Garza, Mercedes de la. (1995). *Aves sagradas de los mayas*. México: UNAM, Facultad de Filosofía y Letras-Instituto de Investigaciones Filológicas-Centro de Estudios Mayas. 138 p.
- Guerra-Borges, Alfredo. (2002). *Globalización e integración latinoamericana*. México D.F.: Siglo XXI Editores. 295 p.
- Gómez Moscoso, Rodolfo. (2003). *Boletín Informativo FIRA: Situación de la red café, oportunidades de desarrollo en México*. Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura-FIRA. 106 p.
- González Cid, Pablo. (2004). *El café en México*. México D.F.: Café Punta del Cielo. 121 p.
- Gresser, Charis y Sophia Tickell. (2002). *Pobreza en tu taza: la verdad sobre el negocio del café*. Oxfam International. 54 p.

- Gutiérrez Manzano, Emma de los Ángeles. (2004). *Cuetzalan 1861-1968: testimonio de un legado documental*. México: Apoyo al Desarrollo de Archivos y Bibliotecas de México. 349 p.
- Hidalgo-Monroy Wohlgemuth, Neusa. (1996). *Organic agriculture and indigenous communities in Chiapas, Mexico: an alternative to rural development*. Berkeley: University of California. 160 p.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura-IICA. (1996). *XVII Simposio sobre caficultura latinoamericana. San Salvador, El Salvador 23-27 Octubre 1995. Volumen 1*. Tegucigalpa: PROMECAFE/IICA. 159 p.
- Karaoglu, Yasar. (2004). *Culto al café*. Barcelona: Editorial Océano. 128 p.
- Lenin, V.I. (1977). *Sobre los Estados Unidos de América del Norte*. Moscú: Editorial Progreso. 453 p.
- Luttinger, Nina. (2006). *The coffee book: anatomy of an industry from crop to the last drop*. New York: New. 232 p.
- Marín, Federico. (1966). *Té, café, cacao, mate: Las deliciosas bebidas no alcohólicas*. México: Librería y Editorial Renacimiento. 73 p.
- Martínez Morales, Aurora Cristina. (1996). *El proceso cafetalero mexicano*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas. 190 p.
- Marx, K. y F. Engels. (2002). *Manifiesto del Partido Comunista*. México D.F.: Grupo Editorial Éxodo. 73 p.
- Mattera, Philip. (1993). *Las 100 Mayores Empresas del Mundo*. Barcelona: Editorial ARIEL, S.A. 624 p.
- Mendoza Vidaurre, René. (2002). *La paradoja del café: el gran negocio mundial y la peor crisis campesina. Un estudio comparativo de la producción de las cadenas del café en Nicaragua y en el Reino Unido*. Managua: Nitlapán. 123 p.

- Michelli, Joseph. (2007). *La experiencia Starbucks. 5 principios para convertir lo ordinario en extraordinario*. Bogotá: Grupo Editorial Norma. 212 p.
- Miquel Peris, Salvador. (2006). *Distribución comercial*. Madrid: ESIC Editorial. 366 p.
- Montagut, Xavier y Esther Vivas (coords.). (2007). *Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*. Barcelona: Icaria Antrazyt. 191 p.
- Muñoz Comonfort, Lourdes. (2000). *Café orgánico mexicano en el mercado holandés: un caso, La Uciri de Oaxaca*. Tesis de licenciatura (Licenciado en Relaciones Internacionales), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México. 77 p.
- Nolasco Armas, Margarita. (1985). *Café y sociedad en México*. México: Centro de Ecodesarrollo. 454 p.
- Nosti Nava, Jaime. (1963). *Cacao, café y té*. Barcelona: Salvat. 806 p.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (1994). *Situación y perspectivas de los productos básicos 1993-94. (Colección Desarrollo económico y social N°52)*. Roma: FAO. 173 p.
- _____. (1995). *Situación y perspectivas de los productos básicos 1994-95. (Colección Desarrollo económico y social N°53)*. Roma: FAO. 173 p.
- _____. (2004). *Situación de los mercados de productos básicos 2003-2004*. Roma: FAO. 136 p.
- _____. (2005). *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2004*. Roma: FAO. 55 p.

- Ospina Chacón, Jorge. (2002). *Café: cultivo rico; productores pobres*. Tesis de licenciatura (Licenciado en Sociología), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México. 72 p.
- Piot, Peter. (2003). *El sida y la seguridad alimentaria*. Madrid: International Food Policy Research Institute (IFPRI). 16 p.
- Poniatowska, Elena y Luis Hernández Navarro. (2000). *Café orgánico México*. México: FONAES-CEPCO-UCIRI-MAJOMUT. 127 p.
- Renard, María Cristina. (1993). *La comercialización internacional del café*. Texcoco, México: Universidad Autónoma Chapingo, Programa Integración Agrocultura-Industria. 90 p.
- Renard, Marie-Christine. (1999). *Los intersticios de la globalización: un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. México: Centre Français d'Etudes Mexicaines et Centramericaines, Ministère des Affaires Etrangères. 340 p.
- Robles Espinosa, Martha Elba. (2005). *El mercado internacional del café: problemas para comercializar el grano mexicano en un contexto de crisis global y sobreproducción*. Tesis de licenciatura (Licenciado en Relaciones Internacionales), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México. 247 p.
- Rodríguez Bustamante, Amelia. (2005). *Comercialización de café orgánico de la Región VII Sierra de Chiapas. Perspectivas y obstáculos (México-Japón)*. Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma Chapingo, México. 123 p.
- Rojas, Basilio. (1964). *El café: estudio de su llegada, implantación y desarrollo en el estado de Oaxaca, México*. México: Ed. Luz. 140 p.
- Romero, Welvin y Finn Hansen. (1992). *Café amargo. Pequeños productores de Centroamérica y crisis cafetalera*. Barcelona: Latino Editores. 214 p.
- Rubio, Blanca. (2001). *Explotados y excluidos: los campesinos latinoamericanos en la fase agroexportadora neoliberal*. México D.F.: Plaza y Valdez. 237 p.

- Sainz de Vicuña Ancín, José María. (2001). *La distribución comercial: opciones estratégicas*. Madrid: ESIC Editorial. 495 p.
- Samper Kutschbach, Mario. (1994). *Crisis y perspectivas del café latinoamericano*. San José: UNA-ICAFFE. 285 p.
- Sánchez, Consuelo. (1999). *Los pueblos indígenas: del indigenismo a la autonomía*. México D.F.: Siglo XXI Editores. 248 p.
- Secretaria de la Economía Nacional, Departamento de Estudios Económicos. (1933). *El café: Aspectos económicos de su producción y distribución en México y en el extranjero*. México: Cultura. 362 p.
- Simon, Bryant. (2009). *Everything but the coffee. Learning about America from Starbucks*. Los Angeles, California: University of California Press. 304 p.
- Stella, Alain. (1997). *The book of coffee*. New York: Flammarion. 120 p.
- Tapia Gómez, José C. (1996). *Economía y movimiento cafetalero: del Inmecafé a la autogestión en la Sierra de Atoyac de Álvarez (1970-1984)*. Chilpancingo, México: Universidad Autónoma de Guerrero. 351 p.
- Teubal, Miguel. (1995). *Globalización y expansión agroindustrial: superación de la pobreza en América Latina*. Buenos Aires: Corregidor. 268 p.
- Valle Reyes, Elizabeth del. (2008). *La práctica del comercio justo en los pequeños cafecultores mexicanos: operatividad, participación y logística*. Tesis de licenciatura (Licenciado en Relaciones Internacionales), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México. 140 p.
- Velázquez Hernández, Cesar Martín. (2002). *Producción de café (Coffea arabica L.) orgánico y desarrollo comunitario en la reserva de la biosfera "El Triunfo", Chiapas*. Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma Chapingo, México. 108 p.

- Waridel, Laure. (2004). *Un café por la causa: hacia un comercio justo*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. 95 p.
- Willson, Ken. (1999). *Coffee, cocoa and tea*. Oxon: CABI. 300 p.
- Wintgens, Jean Nicolas (Ed.). (2004). *Coffee: growing, processing, sustainable production: a guidebook for growers, processors, traders and researchers*. Weinheim: Wiley-VCH. 975 p.

CONFERENCIAS

- Celis, Fernando. (2010, junio). *La cafeticultura en México. Situación actual y perspectivas*. Ponencia presentada en la conferencia Transformaciones y reconfiguraciones del sector agroalimentario y cafetalero como parte del Seminario “El Café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México”, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México.
- García Hernández, Aracely. (2010, mayo). *Café de Veracruz y denominación de origen*. Ponencia presentada en la conferencia Café con denominación de origen y certificaciones de café en México como parte del Seminario “El Café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México”, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México.
- Rojo, Eduardo. (2010, abril). *Comercio Justo en México*. Ponencia presentada en la conferencia Café y Comercio Justo ¿realidad o promesa? como parte del Seminario “El Café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México”, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México.
- Trampe Teubert, Rodolfo. (2010, marzo). *El café de México en el contexto internacional*. Ponencia presentada en la conferencia Situación actual y perspectivas del café en México como parte del Seminario “El Café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México”, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México.
- Wallergren, Maja. (2010, abril). *El rostro humano del café y su importancia socioeconómica en el mundo*. Ponencia presentada en la conferencia Café y Comercio Justo ¿realidad o promesa? como parte

del Seminario “El Café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México”, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México.

- Rubio, Blanca. (2010, junio). *Crisis mundial y soberanía alimentaria en América Latina*. Ponencia presentada en la conferencia Transformaciones y reconfiguraciones del sector agroalimentario y cafetalero como parte del Seminario “El Café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México”, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México.

ENTREVISTAS

- Ing. Leonardo Durán Olgúin, asesor en el área productivo-comercial de la Cooperativa *Maseual Xicaualis* (2010, noviembre).
- Apolinar Arrieta Serrano, miembro de la Cooperativa *Tosepan Kali* (2011, febrero).

HEMEROGRAFÍA

- Anta Fonseca, Salvador. (2006). El café de sombra: un ejemplo de pago de servicios ambientales para proteger la biodiversidad. *Gaceta ecológica*, 80, 19-31.
- Danell Sánchez, Juan. (2000). Aroma de crisis. *Café. Expansión*, 791, 68-75.
- García Cáceres, Rafael Guillermo y Érika Sofía Olaya Escobar. (2006). Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café. *Cuadernos de Administración*, 31, 197-217.
- González, Alma Amalia y Ronald Nigh. (2005). ¿Quién dice qué es orgánico? La certificación y la participación de los pequeños propietarios en el mercado global. *Gaceta ecológica*, 77, 19-33.
- Guénette, Louise. (2000). Un sueño chiapaneco. Unión de la Selva. De una organización, como hay miles en México, surgió una empresa que

produce y comercializa con éxito, dentro y fuera del país, uno de los mejores cafés del mercado. *Expansión*, 31, 250-259.

- López Pérez, Sócrates. (2002). De lo global a lo local: cambios de cultivos y estrategias de sobrevivencia ante la crisis del mercado internacional del café. El caso de la sierra Otomí-Tepehua en el estado de Hidalgo. *Problemas del desarrollo*, 131, 131-162.
- Luna, Sergio. (2002). El mercado mundial del café. *Examen de la situación económica de México*, 81, 197-200.
- Martínez, Cristina. (1989). El café mexicano y la crisis del mercado internacional. *Momento económico*, 47, 21-25.
- Ortiz Reyes, Verónica. (2003). Nestlé pone más sabor. La compañía de alimentos quiere llevar sus variedades de café a donde está el usuario. *Expansión*, 34, 200-206.
- Pérez Akaki, Pablo y Flavia Echánove Huacuja. (2006). Cadenas globales y café en México. *Cuadernos geográficos*, 171, 69-86.
- Pérez Akaki, Pablo. (2009). Los espacios de producción de café sustentable en México en los inicios del siglo XXI. *Pueblos y fronteras*, 7, 116-156.
- Portillo, Luis. (1993). El Convenio Internacional del Café y la crisis del mercado. *Comercio Exterior*, 4, 378-391.
- Ramírez Valverde, Benito y Adrián González Romo. (2006). La migración como respuesta de los campesinos ante la crisis del café: estudio en tres municipios del estado de Puebla. *Ra Ximhai*, 2, 319-341
- Rojas Meza, Jairo Emilio, Leobardo Jiménez Sánchez y Concepción Sánchez Quintanar (2008). Contribución de la Cooperativa Tosepan Titataniske al desarrollo humano de sus socios. *UNIRCOOP*, 6, 144-148.
- Salinas Callejas, Edmar. (2004). El impacto de la onda cíclica de los precios del café en los productores de México. *Análisis económico*, 19, 269-291.

- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske. (2009). *Tanauatijkej. El periódico de la Cooperativa Tosepan*. Área de Comunicación de la Unión-SCARTT. 8 p.
- Sosa Hernández, Raymundo. (2006). Las negociaciones multilaterales y la equidad de género en el sector agropecuario en México: el café, un caso específico. *Economía y sociedad*, 17, 95-113.
- Vargas Vencis, Perla. (2007). Mujeres cafetaleras y producción de café orgánico en Chiapas. *El Cotidiano*, 22, 74-83.
- Villafuerte Solís, Daniel y María del Carmen García Aguilar. (2006). Crisis rural y migraciones en Chiapas. *Migración y desarrollo*, 6, 102-130.

SITIOS ELECTRONICOS

- Agencia de noticias Inter Press Service IPS. (2010). <http://ipsnoticias.net/index.asp>
- Agencia Internacional de Noticias [España]. (2010). <http://www.noticias.info/>
- ALDI Gruppe. (2010). www.aldi.com/
- Banco de México. (2009). <http://www.banxico.org.mx/>
- ED & F MAN. (2010) <http://www.edfman.com/>
- Gala Von Eduscho. (2010). <http://www.gala-von-eduscho.de/default.aspx>

- Global Exchange. (2010). <http://www.globalexchange.org/index.html>
- Grupo ambientalista Sierra de Guadalupe A.C. (2011). <http://www.sierraguadalupe.org.mx/index.html>
- H. Ayuntamiento de Cuetzalan del Progreso. (2010). <http://www.cuetzalan.gob.mx/>
- Inteligencia Comercial [IQOM]. (2010). <http://www.igom.com.mx/>
- International Coffee Organization [ICO]. (2010). <http://www.ico.org/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2010). <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>
- La Jornada de Oriente en línea. (2010) <http://www.lajornadadeoriente.com.mx/>
- Neumann Kaffee Gruppe [NKG]. (2010). <http://www.nkg.net/aboutus/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO]. (2010). http://www.fao.org/index_en.htm
- Rainforest Alliance. (2009). <http://www.rainforest-alliance.org/index.cfm>
- Rare books from The Missouri Botanical Garden Library. (2009). <http://www.illustratedgarden.org/mobot/rarebooks/index.asp>
- Revista Fortuna. Negocios y finanzas. (2009). <http://revistafortuna.com.mx/>
- Revista Vinculando. Divulgación sobre desarrollo sustentable en México y América Latina. (2010). <http://vinculando.org/>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA]. (2010). <http://www.sagarpa.gob.mx/>

- Servicio de Información Agropecuaria y Pesquera [SIAP]. (2010). <http://www.siap.gob.mx/>
- Sistema de Información Arancelaria Vía Internet. Secretaría de Economía. (2010).
http://www.economia_snci.gob.mx:8080/siaviant/siaviMain.jsp
http://www.economia_snci.gob.mx:8080/siaviWeb/siaviMain.jsp
- Sistema Producto Café. Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café [AMECAFE]. (2010). <http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc>
- Tchibo Coffee Service. (2010). <http://www.tchibo-coffeeservice.de/>
- Tchibo Corporate. (2010). <http://www.tchibo.com/content/312682/-/en.html>
- Tosepan Titataniske. (2010). <http://www.tosepan.com/index.htm>
- United States Department of Agriculture [USDA]. (2009). <http://www.usda.gov/wps/portal/usdahome>
- VOLCAFE Group – The coffee division of ED & F MAN. (2010). <http://www.volcafe.ch/index.html>

APÉNDICE A

A continuación se explican las características ecológicas y taxonómicas específicas de las dos especies de café de mayor importancia comercial, así como sus diferencias principales.

***Coffea arabica*.**

El *Coffea arabica* es un cultivo de altura [de 650 a 2800 m.s.n.m.] y de clima subtropical. Requiere de un promedio anual de precipitación pluvial de entre 1016 y 1524 mm con un período seco en el año y temperaturas que oscilen entre los 15 y 24°C, así como una exposición moderada a los rayos solares. (Renard, 1993:13; González Cid, 2004:41; http://www.ico.org/ES/ecology_c.asp; tabla 2).

Tabla 1. Diferencias botánicas y agrológicas entre *Coffea arábica* y *Coffea robusta*

Atributos	<i>C. arabica</i>	<i>C. robusta</i>
Fechas de descripción de la especie	1753	1895
Tiempo de flor para cereza madura	9 meses	10-11 meses
Floración	Después de las lluvias	Irregular
Estado de cerezas maduras	Se caen	Se quedan en el cafeto
Raíz	Profunda	Menos profunda
Temperatura óptima (promedio anual)	15-24°C	24-30°C
Precipitación pluvial óptima (promedio anual)	1500-2000 mm	2000-3000 mm
Altitud óptima para su cultivo	1000-2000 m	0-700 m

Fuente: Organización Internacional del Café [ICO] (http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp)

Por su modo de reproducción, basado en la autofecundación de flores hermafroditas de una misma planta y su consecuente falta de diversidad en los contenidos genéticos, resulta muy frágil ante las plagas, especialmente la roya [*Hemileia vastatrix*]; además de ser muy sensible a las heladas y a los vientos fríos (Renard, 1993:13; http://www.ico.org/ES/ecology_c.asp).

Las regiones montañosas, bien drenadas, se prestan particularmente a este cultivo, ya que las calidades superiores se producen en los terrenos de altura (Secretaría de la Economía Nacional, 1933:20).

Este arbusto perennifolio mide entre 2 y 6 m de altura en la madurez, aunque en estado silvestre puede alcanzar los 10 m. El tronco tiene de 8 a 10 cm de diámetro, según la variedad. Es vertical y presenta ramas opuestas, ordenadas por pares

consecutivos; son flexibles y están ligeramente inclinadas hacia su parte inferior. Las raíces alcanzan 1.50 m de longitud (González Cid, 2004:41; Tapia Gómez, 1996:41-42).

Sus hojas [miden entre 5 y 20 cm] son elípticas, brillantes, separadas unas de otras y de color verde oscuro cuando se desarrollan plenamente; las jóvenes son verde claro y las recién brotadas amarillo bronce, lo cual le imprime tres tonalidades distintas al follaje (Marín, 1966: 31; González Cid, 2004:41-42; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:19; Tapia Gómez, 1996:42).

De las axilas de las hojas brotan de ocho a quince glomérulos de flores blancas sésiles con cinco pétalos, que están sostenidas por cortos pedunculillos y exhalan una deliciosa y suave fragancia semejante a la del jazmín. La flor es efímera, apenas vive unos pocos días, y al desaparecer deja una pequeña baya conocida como ojo de cangrejo (González Cid, 2004:42; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:19; Marín, 1966: 31; Tapia Gómez, 1996:42).

Después de florecer [durante un período que va de siete a nueve meses], ese fruto se transforma, de color verde ligero a rojo, y cuando ya está completamente maduro y listo para la cosecha, al carmesí profundo. El fruto maduro crece en racimos asociados al miembro por vástagos muy cortos, y generalmente contiene dos semillas o granos rodeados por una pulpa dulce (González Cid, 2004:42; http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; Marín, 1966: 31; Tapia Gómez, 1996:42).

El fruto se asemeja a una cereza, tanto por su forma y grosor como por su color; está cubierto por una película externa llamada epicarpio o exocarpio, que envuelve a la pulpa azucarada de textura gelatinosa o mesocarpio. En su interior están alojadas las semillas que, salvo que exista una malformación genética, están constituidas por dos granos que presentan una cara convexa y otra plana, las cuales se encuentran frente a frente por su cara aplanada y en el centro de ésta aparece un profundo surco longitudinal (González Cid, 2004:42; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:19-20; Marín, 1966: 31; http://www.ico.org/ES/field_processingc.asp; Tapia Gómez, 1996:42).

A veces, ciertos frutos contienen un solo grano más pequeño, ovoide y enrollado que, debido a su forma recibe el nombre de caracol o caracolillo, el cual no germina por falta de savia para su crecimiento normal [básicamente uno de los granos es atrófico y el otro hipertrofiado] (González Cid, 2004:42; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:20; http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; Marín, 1966: 31).

El *Coffea arabica* fue descrito originalmente por Linnaeus en 1753. Sus mejores y más conocidas variedades son *Typica* [considerada la variedad botánica más común] y *Bourbon*. Debido a que es altamente susceptible a ser atacado por alimañas y enfermedades, su protección es la meta principal de los programas de cultivo, lo que ha derivado en el mejoramiento genético de algunas variedades como son: *Maragogipe*, *Caturra*, *Mundonovo*, *Catimor*, *Catuai*, *Kenia*, *Botucatu*, *Java*, *Moka*, *Tico*, *San Ramón enano*, *Jamaican Blue Mountain* y *Guarnica* (http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; Renard, 1993:13-14; Marín, 1966: 31; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:21-23; Tapia Gómez, 1996:40-42).

El *Coffea arabica* representa entre el 70% y 80% de la producción mundial y su cultivo se ubica principalmente en Sudamérica, Centroamérica [incluyendo México] y Etiopía. Se distingue por la calidad de sus granos, más gruesos y alargados que el *robusta* [de 8 a 12 mm], así como por su elaborado proceso de beneficio, por lo que es un café muy apreciado en los mercados internacionales. Contiene de 0.8 a 1.6% de cafeína (Renard, 1993:14; González Cid, 2004:41).

***Coffea arabica* L.**



Fuente: http://www.diccionarioplantasnet.es/images/plantas/cafe/coffee_arabica.jpg

***Coffea canephora* o *robusta*.**

La especie *Coffea canephora* es generalmente conocida como *robusta* [que de hecho es el mismo nombre de su variedad principal] debido a sus características que la hacen resistente a las plagas y permiten su cultivo en áreas en donde no prospera el *Coffea arabica*. (Marín, 1966:32; tabla 2)

Generalmente el *Coffea robusta* es un pequeño árbol vigoroso pero puede llegar a crecer hasta 10 metros de altura, aunque su raíz es poco profunda. Sus frutos son redondeados y necesitan hasta 11 meses para madurar (tabla 2). Las semillas tienen forma de óvalo, y son más pequeñas que las del *Coffea arabica*

(http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp). Soporta alturas más bajas que los 650 m.s.n.m. pero no mayores de 1300 m.s.n.m. Requiere de precipitaciones entre los 100 y 180 cm al año y de temperaturas mayores a 24°C. Se reproduce por fecundación cruzada entre plantas diferentes, por lo que produce cafetos heterogéneos desde el punto de vista genético y una gran variabilidad entre sus descendientes, lo cual explica su mayor resistencia a las plagas (Renard, 1993:14; http://www.ico.org/ES/ecology_c.asp).

Tabla 2. Diferencias entre *Coffea arabica* y *Coffea robusta* con respecto a la resistencia a enfermedades

Atributos	<i>C. arabica</i>	<i>C. robusta</i>
Los cromosomas (2n)	44	22
<i>Hemileia vastatrix</i>	Susceptible	Resistente
Koleroga	Susceptible	Tolerante
Nematodos	Susceptible	Resistente
Tracheomycosis	Resistente	Susceptible
La enfermedad de la baya de café	Susceptible	Resistente

Fuente: Organización Internacional del Café [ICO] (http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp).

Entre sus variedades más conocidas encontramos: *Konilou*, *Sankura*, *Uganda*, *Bukoba*, *Niaouli*, *Pequeña indiana* y *Rasemosa*. Todos estos cafetos son originarios de África y reciben el nombre común de *Eucoffea*, a los que se suma el grupo de los *Mascorocoffea* [originario de Madagascar] con sus principales variedades: *Comorensis* y *Bertrandi* (Marín, 1966: 32).

Representando cerca del 30% de la producción mundial, el *Coffea robusta* se cultiva principalmente en el oeste y centro de África, a todo lo largo del sudeste de Asia y hasta cierto punto en Brasil, donde se conoce como Conillón. De granos más diminutos que el *Coffea arabica* [de 5 a 8 mm], es utilizado para la elaboración de los cafés solubles ya que una parte del contenido de cafeína se pierde en el proceso de industrialización, pues contiene de 1.4 a 2.5% de cafeína. El *Coffea robusta* obtiene menores precios en los mercados mundiales debido a su sabor menos fino en comparación el *Coffea arabica* (Renard, 1993:14; http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp; tabla 3).

Tabla 3. Diferencias productivas y comerciales entre *Coffea arábica* y *Coffea robusta*

Atributos	<i>C. arabica</i>	<i>C. robusta</i>
Kg de granos/ha	1500-3000	2300-4000
La cafeína contenida en grano	0.8-1.4%	1.7-4.0%
La forma del grano	El bemol	El óvalo
Las características típicas	La acidez	La amargura

El cuerpo	Promedio 1.2%	Promedio 2.0%
-----------	---------------	---------------

Fuente: Organización Internacional del Café [ICO] (http://www.ico.org/ES/botanical_c.asp).

Origen geográfico y expansión del café.

El origen del café se pierde en el tiempo y entre un sinnúmero de leyendas y tradiciones, aunque actualmente se sabe que su lugar de origen se sitúa en los bosques de altura del suroeste de Etiopía, sur de Sudán y norte de Kenia (Renard, 1993:11).

La leyenda más conocida y en la que coinciden una infinidad de autores es la referente a un pastor de nombre Kaldi quien, alrededor del siglo X, observó que sus cabras se comportaban de manera inquieta. Se percató de que la causa de esta reacción en sus animales eran los frutos rojos que comían de un arbusto desconocido para él. El pastor probó los granos y experimentó una sensación de júbilo y energía que lo sorprendió por completo. Sin embargo, después de que un incendio quemó algunos arbustos, los granos tostados liberaron un agradable e intenso aroma en el ambiente, por lo que decidió hacer con ellos una infusión.

Aunque se mencionan varios nombres, Alí Ben Omar Ad Shadhili, conocido popularmente como el “Hombre Sagrado de Moca” y gran maestro de la secta mística sufí, es reconocido como el personaje que introdujo el café en la península arábiga, específicamente en Yemen, después de “descubrirlo” en Kaffa, Abisinia [hoy Etiopía] (Stella, 1997:17; Carmona López, 1999:11).

Los expertos aún no se ponen de acuerdo sobre los escritos más antiguos que mencionan al café como bebida, ya que algunos datan del año 575 y otros del 900 de nuestra era; no obstante, todos concuerdan en que el consumo del café en forma de infusión surge en Yemen (Renard, 1993:11). De hecho, la palabra café procede del antiguo término árabe *qahwah*, que servía para designar a todas aquellas bebidas extraídas de plantas tales como el vino (Karaoglu, 2004:8; Rojas, 1964:33).

Aunque en un principio el uso de esta infusión era exclusivo de los círculos monásticos y místicos relacionados con el sufismo, poco a poco comenzó a ser aceptada y utilizada por la población común, haciéndose cada vez más popular gracias a su llegada a la ciudad sagrada de La Meca (Rojas, 1964:33).

De esta manera, hacia el siglo XII los establecimientos especializados en donde se consumía la infusión de esta planta adoptan el nombre de “cafés”, los cuales se convierten en sitios comunes y muy frecuentados en todo el Oriente Medio. Algunas de las ciudades más importantes con este tipo de establecimientos fueron: Trípoli [Líbano], El Cairo [Egipto], Jerusalén [Israel], Damasco [Siria], Acre [Israel], Alepo [Siria], Alejandría [Egipto], Antioquía [Turquía] y Bagdad [Irak] (González Cid, 2004:29; Secretaria de la Economía Nacional, 1933: 8; Tapia Gómez, 1996:27).

La literatura de la época sugiere que la causa de la amplia expansión que tuvo el consumo del café fueron sus efectos sobre el estado mental y anímico, pues desde entonces se reconocían sus características estimulantes además de ser una bebida no alcohólica [más barata que el té]. Desde el principio, al café se le concedieron

“poderes” artísticos, intelectuales y espirituales que lo vinculaban incluso con el profeta Mahoma, quien, en un momento de desánimo, recibió del arcángel Gabriel una bebida para reconfortarlo, devolverle la salud e incluso aumentar su fuerza viril (González Cid, 2004:17; Marín, 1966:34).

Sin embargo, este producto aromático también vivió persecuciones e incluso prohibiciones por parte de las autoridades islámicas de las principales ciudades, quienes le llegaron a atribuir características “diabólicas”, pues los fieles preferían asistir a los cafés que a las mezquitas (Rojas, 1964:33-34; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:8; Marín, 1966:33; Tapia Gómez, 1996:28).

Hacia mediados del siglo XVI, el café comienza a introducirse al continente europeo a través de la península de los Balcanes; en Grecia comenzaron a aparecer salones exclusivos para su consumo (Secretaria de la Economía Nacional, 1933: 9).

Aunque la primera referencia impresa sobre el café en la Europa central data de 1582 por el médico y botánico alemán Leonhard Rauwolf, quien había viajado por el Medio Oriente durante 1573 (Marín, 1966:35; Secretaria de la Economía Nacional, 1933: 9; Tapia Gómez, 1996:28), es hasta principios del siglo XVII que el aromático comienza a ser introducido en varias ciudades europeas por algunos comerciantes venecianos y holandeses que contaban con contactos comerciales sobre todo en Constantinopla [hoy Estambul] (Rojas, 1964: 34).

En 1609 algunas compañías mercantiles europeas, encabezadas por la Compañía Londinense de las Indias Orientales, comienzan a llegar a la ciudad portuaria yemenita de Moca [la variedad cultivada en ese lugar recibe el mismo nombre] situada en la costa del Mar Rojo, siguiendo la ruta comercial de las Indias, y atraídas por este nuevo producto introducen su comercio en Inglaterra y otros países del noroeste de Europa (Stella, 1997:22).

Siete años después, en 1616, un mercader llamado Pieter Van der Broecke perteneciente a la Compañía Holandesa de las Indias Orientales, logró extraer clandestinamente algunas semillas y arbustos de café de la península arábiga, y las llevó al Jardín Botánico de Ámsterdam (Stella, 1997:22).

Los eventos señalados son de gran relevancia, en virtud de que para mediados del siglo XVII, el café era un cultivo que no se desarrollaba fuera de Etiopía o la península arábiga debido a que los políticos y mercaderes yemenitas habían implementado estrictas medidas para proteger su monopolio y prevenir la exportación de semillas y arbustos. Todos los granos [semillas] exportados de los puertos del Mar Rojo eran tostados o hervidos para así evitar su germinación fuera de la región (Stella, 1997:22; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:10; Karaoglu, 2004: 9).

Las semillas robadas por Van der Broecke se adaptaron bien a las condiciones de los invernaderos del Jardín Botánico de Ámsterdam y produjeron numerosos arbustos sanos al cabo de 40 años, los cuales fueron denominados como *Coffea arabica* por el botánico de origen sueco Carolus Linnaeus (Stella, 1997:24; Carmona López, 1999:11).

Hacia 1658 los holandeses comenzaron a cultivarlo en Ceilán [hoy Sri Lanka] y el sur de la península indostánica, en la provincia de Malabar [hoy Kerala, India]. Más tarde en 1696, el comandante holandés Adrian Van Ommeren transportó algunas semillas de la ciudad portuaria india de Cananor a Batavia [hoy Yakarta], a partir de las cuales se desarrollarían las vastas plantaciones holandesas del archipiélago indonesio (Stella, 1997:24; Carmona López, 1999:11; Karaoglu, 2004:10; Tapia Gómez, 1996:30).

Desde mediados del siglo XVII, las denominadas “casas de café” iniciaron su expansión en las principales ciudades de Alemania, Inglaterra, Francia, Austria, los Países Bajos, Suecia, Dinamarca y Rusia, las cuales comenzaron a ser lugares de reunión para la aristocracia y se convertirían en centros de intercambio de noticias e ideas (Tapia Gómez, 1996:28-29).

Para comienzos del siglo XVIII, los holandeses introdujeron en Europa nuevas variedades de café de origen asiático importado de Alejandría [Egipto] o Constantinopla [hoy Estambul] vía Marsella o Venecia [este último fue el primer puerto de Europa occidental en recibir cargamentos de café] por compañías inglesas u holandesas, con lo cual Yemen perdió el monopolio de la producción. Las cantidades de café adquiridas en Europa iban en rápido ascenso (Stella, 1997:24).

El éxito obtenido por los holandeses alentó a los franceses a realizar la misma tarea en sus colonias de las Antillas. La oportunidad se presentó cuando un médico conocido como Monsieur de la Grelaudière, integrante de la expedición francesa de 1713 en Yemen, curó al sultán de una infección de oído [descrito minuciosamente por Jean de La Roque en su obra “*Voyage de l’Arabie Heureuse*”] (Stella, 1997:28).

Como prueba de gratitud a los franceses y su gobierno, el sultán de Yemen envió a Luis XIV sesenta arbustos de café; uno de ellos fue cultivado por el botánico Antoine de Jussieu [quien se encargaría de describir el cultivo en su obra *Descriptio et icon Coffeae* de 1713] en el Jardín de las Plantas de París, y el resto fueron enviados a la isla de Bourbon [hoy La Réunion] en 1715. Sólo un cafeto sobrevivió al viaje pero fue suficiente para comenzar una plantación [que originó la variedad conocida como *Bourbon*] pues la isla comenzó a exportarlo en 1726, aunque para 1850 abandonaron el negocio para sustituirlo por el de la caña de azúcar. Éste sería el origen de los cafetos que con posterioridad serían cultivados en las Antillas y la América continental (Stella, 1997:28; Secretaria de la Economía Nacional, 1933:10; Tapia Gómez, 1996:30).

El café llegó a las Antillas gracias al capitán Gabriel de Clieu, quien obtuvo un permiso en 1720 para transportar dos brotes de los arbustos reales a la isla de Martinica. El cultivo se adaptó rápidamente a las condiciones de esta colonia francesa de ultramar y comenzó a multiplicarse. De Clieu, ya como gobernador de la isla, lo distribuyó entre los campesinos y lo introdujo en los campos propiedad de los monasterios. Las plantaciones se extenderían hacia 1726 a otras islas como Guadalupe, Santo Domingo y Dominica [estas plantaciones dieron origen a la variedad conocida como *Typica*] (Stella, 1997:28-30; Carmona López, 1999:11; Tapia Gómez, 1996:30).

Las condiciones para el cultivo resultaron tan apropiadas en la Martinica, que a partir de 1730 sus colonos comenzaron a exportarlo a Irlanda y Dinamarca [pues la Compañía Francesa de las Indias Orientales conservaría el monopolio hasta 1736] (Stella, 1997:24).

En cuanto a la América continental, en 1714 el alcalde de Ámsterdam llevó algunas plantas a su colonia en Sudamérica, la Guayana Holandesa [hoy Surinam], donde comenzaron a desarrollarse algunas plantaciones. El gobernador buscó proteger el cultivo de la amenaza que representaban los franceses, ya que éstos se habían asentado también en la región, particularmente en la denominada Guayana Francesa. Sin embargo, algunas semillas fueron sustraídas por un desertor del ejército francés conocido como Mourgues quien, después de vivir algunos años en la colonia holandesa, regresó a Cayena [actual capital del departamento de ultramar Guayana Francesa]. Para 1722, la colonia francesa ya cultivaba varios cientos de miles de cafetos (Stella, 1997:32)

En 1727 el gobernador de Pará [antigua colonia portuguesa, hoy territorio brasileño] buscaba hacerse del preciado cultivo y a través de su enviado, Francisco de Melo Palheta, logró robar algunas semillas que germinarían pronto. A partir de entonces, el café se diseminó rápidamente por todo el continente americano: en 1730 los ingleses lo implantaron en Jamaica; los franceses lo llevarían a Cuba en 1748; y los españoles lo sembrarían en las Islas Filipinas en 1740, más tarde se extendería a Venezuela en 1754, a Puerto Rico en 1755, a Costa Rica en 1779, a México en 1790, a Colombia en 1808, y entre 1840 y 1860 se esparce por toda Centroamérica (Stella, 1997:32; Renard, 1993:12).

El esplendor comercial de Yemen, lugar de irradiación original del cultivo, y su principal puerto, Moca, duró hasta 1750 cuando las plantaciones holandesas en Indonesia y las francesas en las Antillas comenzaron a atraer la atención de los mercaderes europeos. La expansión del cultivo respondía al incremento de la demanda en Europa, pues el café comenzó a ser una bebida que no distinguía clases sociales (Stella, 1997:28).

Aunque hasta mediados del siglo XVIII el café se consideraba una bebida exclusiva de los círculos aristocráticos europeos, el hábito por el aromático se desarrolló de manera paralela al proceso de revolución industrial en la Gran Bretaña durante la segunda mitad del mismo siglo y se fue expandiendo al resto de la Europa continental y a los Estados Unidos a principios del siglo XIX. De esta manera, al conjunto de transformaciones socioeconómicas y tecnológicas, se sumaron otras de carácter cultural [y por ende culinario] que la naciente clase proletaria hizo suyas, al aprovechar las características estimulantes y reconfortantes de esta bebida al grado de que los trabajadores que laboraban en las fábricas basaban su dieta diaria en el consumo exclusivo de café y pan (González Cid, 2004:31; Karaoglu, 2004:10).

La tremenda expansión y el vigor que mantuvieron las plantaciones de la nueva planta durante el siglo XVIII en el continente americano se debieron en gran parte a la ausencia de plagas, en especial la de la roya [*Hermileia vastatrix*], la cual en ese entonces ya afectaba gravemente a todo el continente africano destruyendo la casi totalidad de las plantaciones de *Coffea arabica* y afectando de manera significativa las

plantaciones de Ceilán [hoy Sri Lanka], India e Indonesia [la roya sólo llegó a nuestro continente hasta la década de 1970] (Renard, 1993:12).

Durante el último decenio del siglo XIX, misioneros y exploradores portugueses descubrieron en la costa occidental de África, en lo que hoy es Angola, una especie de café silvestre cuyo arbusto era más alto y resistente que el *Coffea arabica*. Comenzaron a domesticarla y le llamaron *Coffea canephora*, aunque más tarde se volvería famosa bajo el nombre de su variedad principal, *robusta* [que como su nombre lo indica, resultó más resistente a las plagas del cafeto]. Los plantíos de esta nueva especie comenzarían a desplazar al *Coffea arabica* en el continente africano, y para 1901 algunos arbustos fueron introducidos por los belgas en la isla de Java [Indonesia] (Stella, 1997:24; Renard, 1993:12).

Los intereses coloniales generados por el cultivo de esta planta se encontraron fuertemente vinculados, por un lado, al cultivo del tabaco, la caña de azúcar y el cacao, y por el otro, al lucrativo comercio de esclavos. Francia por ejemplo, importaba alrededor de 30 mil esclavos africanos por año para sus diversas plantaciones en las Antillas (Stella, 1997:38). Para corroborar este hecho, un viajero francés a finales del siglo XVIII escribió:

“No sé si el café y el azúcar son esenciales para la felicidad de Europa, pero sé muy bien que estos dos productos han representado la desdicha de dos grandes regiones del mundo. América ha quedado despoblada para que haya tierra en la que plantarlos, y África ha quedado despoblada para contar con gente que las cultive” (citado en González Cid, 2004:17-18).

Desde finales del siglo XIX, Brasil aprovecharía su clima y suelo favorables, así como la fuerza de trabajo esclava para desarrollar grandes plantaciones tanto en el norte [Pará, Maranhão y Bahía], pero sobre todo en las regiones del sur [Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais y Paraná] (Renard, 1993:23; Stella, 1997:40; Tapia Gómez, 1996:30).

De tal manera, la primera década del siglo XX se distinguió por la recomposición de la producción mundial del café y por el incremento de su consumo. Aunque los Países Bajos seguirían conservando una buena posición en la producción y comercialización del aromático, gracias a sus extensas plantaciones en Asia [sobre todo en las Indias Orientales, hoy Indonesia]; sería Brasil el país que se convertiría en el mayor productor mundial [posicionamiento que mantiene hasta el día de hoy], al concentrar cerca del 80% del café que se consumía en el mundo en ese momento, con lo que lograría desplazar definitivamente la hegemonía de los Países Bajos en el cultivo del café (Renard, 1993:23; Stella, 1997:40; Tapia Gómez, 1996:30).

APÉNDICE B

A continuación se explican las generalidades físico-geográficas y socioeconómicas principales tanto del estado de Puebla, como de la región de la Sierra Nororiental del estado.

Generalidades físico-geográficas y socioeconómicas del estado de Puebla.

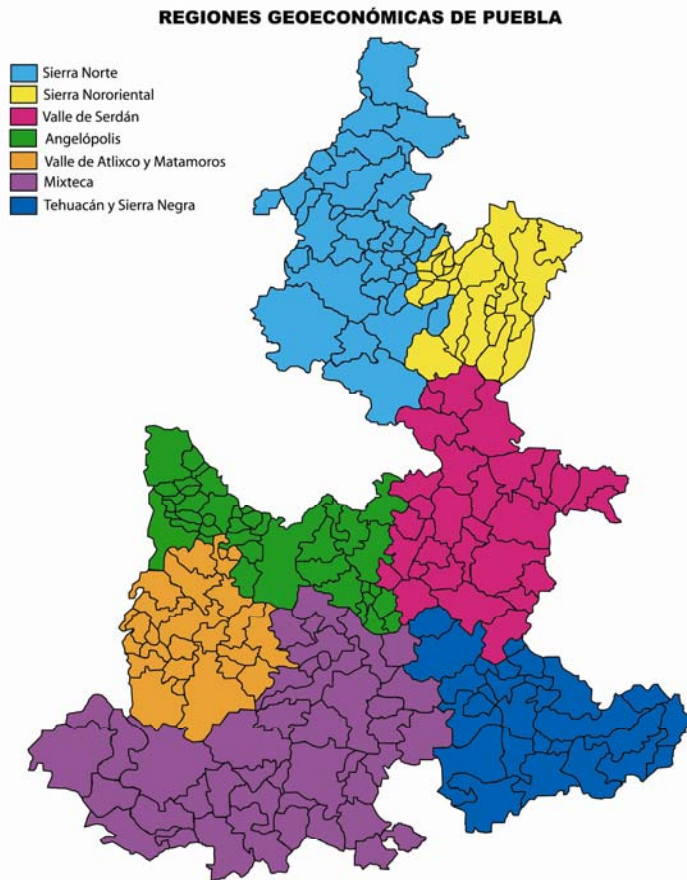
El estado de Puebla se localiza en el centro oriente del territorio mexicano, entre los paralelos 17° 52' y 20° 52' latitud Norte y los 96° 43' y 99° 04' de longitud Oeste. Colinda al este con el estado de Veracruz; al poniente con los estados de Hidalgo, México, Tlaxcala y Morelos, y al sur con los estados de Oaxaca y Guerrero. Su superficie es de 34.251 km², donde viven más de cinco millones de personas, que hacen de este estado el quinto más poblado del país. Su capital es la ciudad de Puebla de Zaragoza, la cuarta ciudad más poblada en México. Se divide en 7 regiones: Sierra Norte, Sierra Nororiental, Angelópolis, Valle de Atlixco -Matamoros, Valle de Serdán, Mixteca, Tehuacán-Sierra Negra (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Puebla es un estado de gran importancia para la historia de México. En él se han descubierto los restos fósiles más antiguos de las plantas de maíz y camote domesticadas para su cultivo en la región de Tehuacán; allí se ubican algunas ciudades prehispánicas importantes como Cholula y Cantona. En la época colonial, la ciudad de Puebla llegó a ser la segunda ciudad en importancia de la Nueva España, por su ubicación estratégica entre la Ciudad de México y el puerto de Veracruz. Puebla fue de los primeros estados en industrializarse a finales del siglo XIX, con la introducción de telares mecánicos que ayudaron el desarrollo de las actividades textiles. A pesar de todo, en los últimos decenios, municipios de las regiones Mixteca, de la Sierra Norte y la Sierra Negra se han convertido en expulsores de población, que emigran hacia la Ciudad de México, y desde 1980 hacia Estados Unidos (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

La mayor parte del territorio de Puebla se encuentra en el Eje Neovolcánico o Cinturón Volcánico Transmexicano. El clima es contrastante, y va del frío de las altas montañas de origen volcánico de la Sierra Nevada al cálido semidesértico de la Mixteca (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Relieve.

El territorio poblano está lleno de contrastes, pero las cañadas y las serranías son una constante en su superficie. El centro del estado está ocupado por el valle de Puebla-Tlaxcala, compartido con el estado de Tlaxcala. Este valle es amplio y de clima templado, con una altitud de 2.160 metros sobre el nivel del mar [msnm]. Forma parte de la provincia fisiográfica X. denominada Eje Neovolcánico o Cinturón Volcánico Transmexicano (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).



Fuente: Elaboración propia con base en información de <http://www.coteigep.puebla.gob.mx/>.

El límite poniente del valle de Puebla es la Sierra Nevada, formada casi en su totalidad por los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl. Tiene una altitud superior a los 5.000 msnm. Las cumbres de estos volcanes ocupan el segundo y tercer puestos por su elevación a nivel nacional, y con anterioridad estaban cubiertas de nieve durante todo el año. El Popocatepetl es un volcán activo al que se le ha calculado una edad de 23 mil años, y se ha convertido en uno de los más vigilados del mundo luego del aumento en su actividad volcánica. La Sierra Nevada señala el límite poniente del valle Poblano-Tlaxcalteca y la frontera entre Puebla y los estados de México y Morelos (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Al sureste de la Sierra Nevada, el Eje Neovolcánico alberga numerosos valles de altitudes menores a medida que se avanza hacia el sur. El valle de Atlixco, de suelos negros, se localiza al suroeste del valle Poblano-Tlaxcalteca. Al sur de este valle comienza la Mixteca Poblana de abrupto relieve. Entre los cerros que conforman la Sierra Mixteca, formada en realidad por numerosas cordilleras, se encuentran varios valles de clima cálido semiseco. Por su importancia económica destaca el Valle de Matamoros. Otros valles enclavados en la Mixteca son los de Chiantla y Acatlán, más bajos que el de Matamoros. Los valles de la

Mixteca apenas sobrepasan los 1.000 msnm, y las montañas que los rodean difícilmente alcanzan los 2.000 msnm en los puntos más altos. La mayor altitud de la región es el cerro Tecorral, en el municipio de Izúcar de Matamoros, con 2.060 msnm (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Al oriente de la Mixteca Poblana se encuentra el valle de Tehuacán, que es una planicie alargada que se extiende desde el Valle de Tepeaca [que comprende los municipios de Tepeaca y Tecali de Herrera], paso entre el Poblano-Tlaxcalteca y el valle tehuacanero, hasta el sureste del estado. En el límite con Oaxaca, el Valle de Tehuacán da lugar a la Cañada de Cuicatlán, que es un conjunto de fallas originadas por el plegamiento del Eje Neovolcánico, la Sierra Madre Oriental y la Sierra Madre del Sur. Tanto la cañada como el valle forman parte de la Reserva de la biosfera Tehuacán-Cuicatlán, en donde se encuentra la Cantera de Tlayúa, una de las canteras de fósiles más importantes del país. El valle de Tehuacán está separado de la Mixteca por la Sierra de Zapotitlán, de mayor altura que la Sierra Mixteca, con altitudes superiores en varias ocasiones a los 2.000 msnm (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Al oriente del valle de Tehuacán se encuentra otra cordillera que comúnmente se conoce con el nombre de Sierra Negra de Tehuacán, forma parte del Eje Neovolcánico y su relieve es abrupto, con altitudes superiores a 2.000 msnm. La Sierra Negra emergió sobre la Sierra Madre Oriental, sepultándola con su intensa actividad volcánica, aunque esta última emerge más al sur, en el estado de Oaxaca, con el nombre de Sierra Mazateca (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Al norte de la Sierra Negra y el valle de Ciudad Serdán se eleva el Pico de Orizaba, el punto más alto de México y límite entre Puebla y Veracruz, cubierto por nieves perpetuas amenazadas por el cambio climático. Al oeste del Citlaltépetl se encuentra el volcán Sierra Negra. El declive poniente de la Sierra Negra y el Citlaltépetl forman los Llanos de San Andrés [2.500 msnm] que descienden progresivamente hacia el poniente hasta el valle de Tepeaca y los Llanos de San Juan. Éstos constituyen la zona de transición entre el Eje Neovolcánico y la sección meridional de la Sierra Madre Oriental, que en Puebla toma el nombre de Sierra Norte de Puebla. Ocupa el norte del estado, en un espacio de cien kilómetros por cincuenta. La Sierra Norte se extiende hacia el territorio de Hidalgo y Tlaxcala; al tiempo que separa las mesetas del centro de Puebla y la Llanura Costera del Golfo. A esta última región natural corresponde una pequeña porción del extremo norte y noreste del territorio poblano (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Hidrología.

El territorio poblano se encuentra sobre cuatro regiones hidrológicas mexicanas. Casi dos tercios del territorio corresponden a la región del Balsas que desemboca en el Océano Pacífico. De las cuencas que constituyen esta región, la del río Atoyac drena una superficie equivalente al 49% de la superficie poblana. El Atoyac recibe las aguas de numerosos afluentes, entre ellos el Zahuapan, el Nexapa, el Acatlán y el Mixteco, los cuales nacen en su mayoría en las estribaciones de la Sierra Nevada. Porcentajes bastante menores corresponden a las cuencas de los ríos Amacuzac y Tlapaneco que se unen al Atoyac para dar origen al curso medio del río Balsas. En esta región se encuentran algunas presas importantes, destacando la Presa Valsequillo. Una de las

grandes problemáticas de la región del Balsas es la presencia de una gran actividad industrial en la zona, además de la presencia de una importante zona de riego entre los ríos Atoyac y Zahuapan. Ello implica un alto índice de contaminación de las corrientes superficiales y los mantos freáticos de la cuenca, así como la eutrofización de la Presa Valsequillo, que a su vez tienen grandes repercusiones para el equilibrio de los ecosistemas y para las poblaciones humanas (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

El resto del territorio poblano se encuentra dentro de tres regiones hidrológicas que desaguan en el Golfo de México. La primera corresponde a la región del Pánuco, la cual representa menos del 1% de la superficie del estado y se ubica en una pequeña sección en el municipio de Honey. Segunda en importancia es la región de Tuxpan-Nautla, con 23% de la superficie estatal. Está subdividida en cuatro cuencas que tienen sus fuentes en la Sierra Norte de Puebla. La cuenca del río Tecolutla desagua más del 16% de la superficie de Puebla. Recibe las aguas de ríos como el Apulco, el Laxaxalpa y el Necaxa. Sobre este último se encuentra la Presa Necaxa. El relieve de la cuenca alta del Tecolutla origina saltos de agua que constituyen un atractivo turístico. Algunas de ellas son Las Brisas [Cuetzalan del Progreso] y San Pedro Atmatla [Zacatlán]. Al norte de la cuenca del río Tecolutla se encuentra el río San Marcos, perteneciente a la cuenca del río Cazonces. El extremo norte de Puebla forma parte de la cuenca del río Tuxpan, donde corre el caudaloso río Pantepec. Las inundaciones del Pantepec han ocasionado varios desastres naturales en la región, como en 1999, cuando más de cien familias de Huehuetla [Hidalgo] perdieron sus casas y 254 personas fueron arrastradas por la corriente del río en la Sierra Norte de Puebla (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

La tercera región hidrológica en importancia en el estado de Puebla es la región del Papaloapan, en el sureste del estado y drena alrededor de 17% de la superficie. El caudaloso río Papaloapan tiene sus fuentes en el árido valle de Tehuacán, donde nacen los ríos Tehuacán y Zapotitlán. Ya en la Llanura Costera del Golfo de México, el Papaloapan recibe las aguas de otros ríos nacidos en la vertiente oriental de la Sierra Negra de Tehuacán, como el Coyolapa y el Petlapa. Pertenece también a esta región una pequeña porción de la cuenca del río Jamapa, en la Sierra de Quimixtlán al norte del Citlaltépetl (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Climatología.

Los climas dominantes en el territorio poblano son los climas templados, con diversos grados de humedad. La tercera parte del territorio posee un clima templado subhúmedo con lluvias en verano. Esta porción corresponde a la región del centro del estado, donde se encuentran los valles de Puebla-Tlaxcala y Atlixco, la vertiente meridional de la Sierra Norte de Puebla y la vertiente occidental de la Sierra Negra de Tehuacán. La falta de lluvias en estas regiones se explica en parte por la presencia de las altas montañas en el oriente del estado, que impiden el paso de las nubes cargadas de humedad provenientes del Golfo de México, provocando un efecto de pantalla meteorológica. En esta porción del territorio poblano las temperaturas anuales son de 16°C en promedio, y la pluviosidad oscila entre los 600 y 800 mm anuales. La estación más lluviosa es el verano. La estación pluviométrica de Echeverría, localizada en el Valle de Puebla, registró en promedio 165 mm de lluvia en el mes de junio durante los años de 2001 a 2005. Igualmente con temperaturas templadas, pero con mayor humedad, se encuentran algunas zonas de las

regiones medias de las sierras de Tehuacán, Nevada, Norte y el Citlaltépetl. En conjunto, los espacios con clima templado en Puebla suman alrededor de 40% de la superficie del territorio (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Otro 39% corresponde a los climas cálidos. Estos corresponden a las regiones de la Mixteca Poblana y la vertiente oriental de las sierras Norte y de Tehuacán, así como la región de la Sierra de Quimixtlán, en el centro oriente del estado. Las temperaturas cálidas se deben a una menor altitud en comparación con ámbitos geográficos como el valle de Puebla. Por poner un ejemplo, en la Mixteca las cumbres de los cerros rara vez rebasan los 2.000 msnm, en tanto que el valle de Puebla tiene una altitud de 2.160 msnm. Una situación distinta es la de las vertientes orientales del estado. Además, de encontrarse a una altitud menor en comparación con las mesetas del altiplano, se hallan más próximas a la costa del Golfo. Esto también establece una diferencia fundamental entre la Mixteca y las otras regiones de clima cálido en Puebla: la Mixteca es bastante más seca que la Sierra Norte y la Sierra Negra de Tehuacán. Mientras que la estación meteorológica de Piaxtla [Mixteca Poblana] registra una pluviosidad promedio de 727 mm anuales, las isoyetas de la Sierra Negra superan los 3.000 mm y las correspondientes a la Sierra Norte alcanzan los 4.000 mm (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Poco más del 18% de la superficie de Puebla posee algún tipo de climas secos o semisecos. Se trata principalmente de la parte sur del valle de Tehuacán y los Llanos de San Juan y de San Andrés, localizados tras las altas montañas del oriente del estado, en la vertiente de sotavento, y sufriendo con ello los efectos adversos del efecto de pantalla meteorológica. Otra región con este tipo de clima se encuentra en el sur de la Mixteca, en el límite con Oaxaca y Guerrero. Las temperaturas en estas regiones oscilan entre los 16 °C y 22 °C. La pluviosidad es relativamente más escasa que en el resto del estado. En Oriental [Llanos de San Juan], las lluvias en promedio no rebasan los 500 mm anuales, mientras que en Ciudad Serdán rondan los 400 mm (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Demografía.

Puebla es la quinta entidad federativa más poblada de la República Mexicana. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 cuenta con un total de 5, 779,829 habitantes, de los cuales 3, 009,974 son mujeres y 2, 769,855 son hombres. El municipio de Puebla alberga alrededor de la quinta parte de la población, aunque el área metropolitana es el espacio donde reside alrededor de un tercio de todos los poblanos. En contraste, existen regiones con una baja densidad de población especialmente en las regiones de La Mixteca y el Valle de Tehuacán (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Dinámica de la población.

Al principio del siglo XX, el estado de Puebla albergaba el 7% de la población de México, es decir, alrededor de 1 millón 300 mil habitantes. Con esa cifra, Puebla era la cuarta entidad más poblada del país. A pesar de que la población del estado ha aumentado hasta más de 5 millones al inicio del siglo XXI, los poblanos radicados en el estado representan el 5.2% de la población nacional mexicana. La mayor parte de la población se

concentra en Puebla de Zaragoza, capital del estado. En 1900, la capital poblana tenía una población de más de 93 mil habitantes, en los siguientes 55 años, la población de la Angelópolis llegaría a multiplicarse por 10, hasta llegar a más de 1 millón 400 mil habitantes en el 2005. La ciudad de Tehuacán, segunda en importancia por su población en el estado, comenzó el siglo XX siendo una localidad con una población de 7,139 habitantes; en 2005 ha alcanzado una población de 260.923 habitantes. Las regiones con mayor densidad de población en el estado son la Angelópolis, con densidades superiores a 2,000 ha/km²; y la Sierra Norte, con densidades mínimas de 50 ha/km². El promedio de la entidad es de 169 personas por km² (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

En el año 2005, el estado ocupó la sexta posición entre las entidades federativas de la República Mexicana en lo que refiere a emigración, con 91,897 emigrantes. La emigración transnacional representó el 1.4% de la población originaria del estado, y el principal destino es Estados Unidos. Las zonas expulsoras de migrantes transnacionales son La Mixteca y Tehuacán y la Sierra Negra. En contraste, la entidad recibió más de 96 mil inmigrantes provenientes de otras partes del país y del extranjero; en el estado residen principalmente comunidades españolas, italianas, libanesas, estadounidenses, alemanas, francesas, guatemaltecas, coreanas y salvadoreñas (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Población urbana y población rural.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010, el estado cuenta con 6,348 localidades. Del total de localidades de la entidad, sólo 266 tienen una población mayor a 2,500 habitantes, lo que implica que la gran mayoría de las localidades censales del estado son rurales. En conjunto, 6.082 localidades rurales [incluidas cabeceras municipales como La Magdalena Tlatlauquitepec, con menos de 400 habitantes] albergan a 1 millón 582 mil 425 habitantes [29,39% de la población, mayor que el 23,5% nacional]. La mayor parte de la población urbana de Puebla se concentra en ciudades con más de 15 mil habitantes. Sólo la Angelópolis, concentra el 27.6% de la población. Tehuacán, el segundo municipio más poblado de la entidad, apenas representa el 4.84% de la población. Los únicos municipios con poblaciones mayores a cien mil habitantes son Puebla, Tehuacán, San Martín Texmelucan, Atlixco y San Pedro Cholula (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Pueblos indígenas.

El mayor ámbito de población indígena en el estado es el municipio de Puebla, que alberga a miembros de todos los pueblos indígenas del estado y de otros de todo el país. En el año 2002, se calculaba que más de 69 mil personas [6,8% de la población del municipio capital] eran indígenas. Otro importante núcleo de población indígena es Tehuacán: también en 2002, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI] calculó que 48,264 indígenas [21% de la población] habitaban en el segundo municipio más poblado del estado. Sobre la base del censo del año 2000, la CDI calculaba que la población indígena del estado de Puebla era de 957,650 personas, el 18.9% de la población del estado. Esta proporción es una de las más altas en México (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

En el estado hay dos grandes regiones indígenas: la Sierra Norte de Puebla y la Sierra Negra. En la primera conviven nahuas, totonacos y otomíes, que constituyen importantes

poblaciones en **Cuetzalan del Progreso**, Pahuatlán, Huehuetla y Teziutlán. La Sierra Negra es una de las principales expulsoras de población en el estado de Puebla. En varios municipios de la región, como Eloxochitlán y San Sebastián Tlacotepec, los indígenas popolocas, nahuas y mazatecos constituyen la mayoría de la población. La región indígena de la Sierra Negra está fuertemente relacionada con la ciudad de Tehuacán, donde los indígenas constituyen el 21% de la población. Otros municipios indígenas se encuentran aislados en el suroeste y el centro del estado. Se trata de poblaciones como San Jerónimo Xayacatlán o Quimixtlán, en el sur y oriente del estado y con importantes poblaciones mixtecas y nahuas respectivamente. Municipios del estado con población mayoritariamente mestiza, como Puebla de Zaragoza, Tehuacán y Atlixco, concentran un importante número de indígenas migrantes o nativos de primera generación (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Las regiones indígenas de Puebla se encuentran entre las más pobres del estado y del país. Varios municipios de población mayoritariamente indígena en la Sierra Negra y la Sierra Norte: Zoquitlán, Coyomeapan, Huehuetla y Camocuautla; se encuentran entre los cien municipios con peores niveles de desarrollo humano. Puebla está clasificada dentro de los estados con grado alto de marginación de acuerdo a la publicación "*Índices de marginación, 2005*" del Consejo Nacional de Población (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>; Anzaldo, Prado, 2006:28).

Lenguas indígenas.

Alrededor del 15% de la población mayor de cinco años del estado habla alguna lengua indígena. En 1810 se calculaba que 74.3% de los poblanos hablaban alguna lengua indígena; casi cien años más tarde, el censo de 1900 dio como resultado 34% (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Los hablantes de náhuatl constituyen la mayor comunidad lingüística indígena del estado. Representan más de 70% de la población hablante de lenguas indígenas y se concentran en las regiones de la Sierra Norte y la Sierra Negra. El segundo grupo lingüístico por el número de hablantes lo constituyen los usuarios del idioma totonaco. Representan alrededor del 18% de los poblanos mayores de cinco años que hablan una lengua indígena. Más atrás se encuentran los hablantes de mazateco y popoloca, con más de 14 y 13 mil hablantes respectivamente. Los popolocas comparten con los hablantes de mazateco el ámbito territorial del valle de Tehuacán, con la diferencia que éste es el territorio histórico de la primera comunidad lingüística. Los hablantes de otomí [más de 7 mil] se concentran en municipios limítrofes con Hidalgo. Los hablantes de mixteco se localizan en el centro y sur del estado, y suman más de 6 mil [1,2%] (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Economía.

El volumen de la economía del estado representaba en 2009 el 3,4% del total de la economía de México, su producto interno bruto en 2008 fue de 301, 123,976 pesos, lo que le colocaba en ese año como la novena economía estatal del país, detrás del Distrito Federal, el Estado de México, Nuevo León, Jalisco, Baja California Norte, Chihuahua, Veracruz, Guanajuato y Coahuila. El mayor sector de la economía poblana es el de la industria manufacturera, que contempla la maquila, especialmente de productos textiles,

concentrada en las regiones del centro del estado y el valle de Tehuacán. Sin embargo, sumados los rubros de comercio y servicios de diversas clases, las actividades terciarias representan alrededor del 60% de la economía del estado, siendo este comportamiento acorde al del resto del país. Son numerosas también las poblaciones con una economía apoyada principalmente en la agricultura, pero debido a las condiciones adversas que este sector enfrenta en México, muchas de ellas han quedado desarticuladas y se han convertido en fuente de mano de obra no calificada o expulsoras de migrantes internacionales, al grado que actualmente dependen principalmente de las remesas de dinero de los migrantes (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Sector agropecuario, silvicultura y pesca.

La agricultura, ganadería, silvicultura y la pesca representaron en 2009 el 6,4% de la economía poblana. En ese mismo año, la producción de estos sectores de la economía del estado representó el 3,8% de la actividad en los mismos ramos a nivel nacional (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

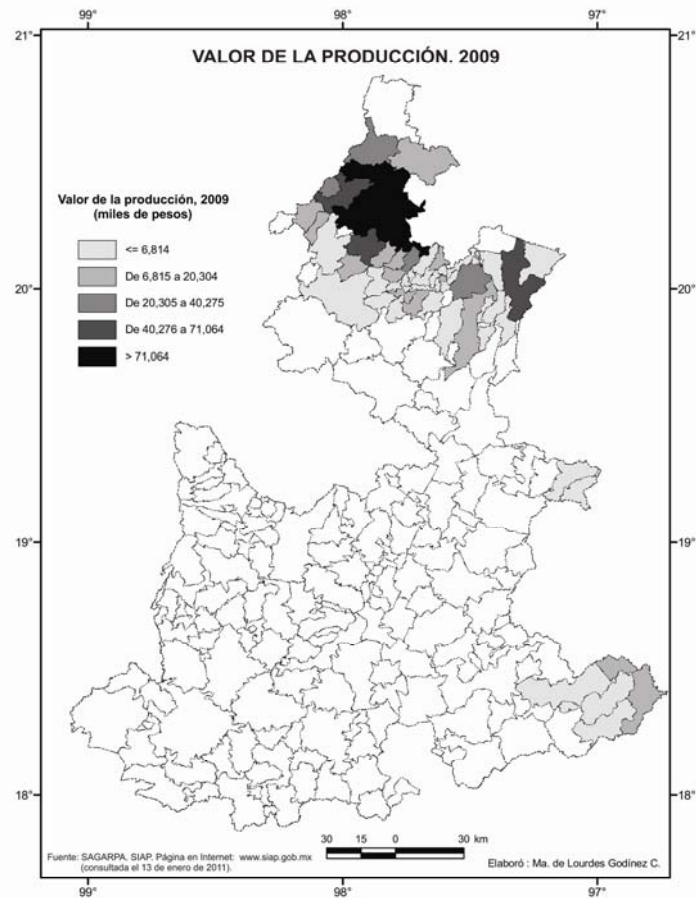
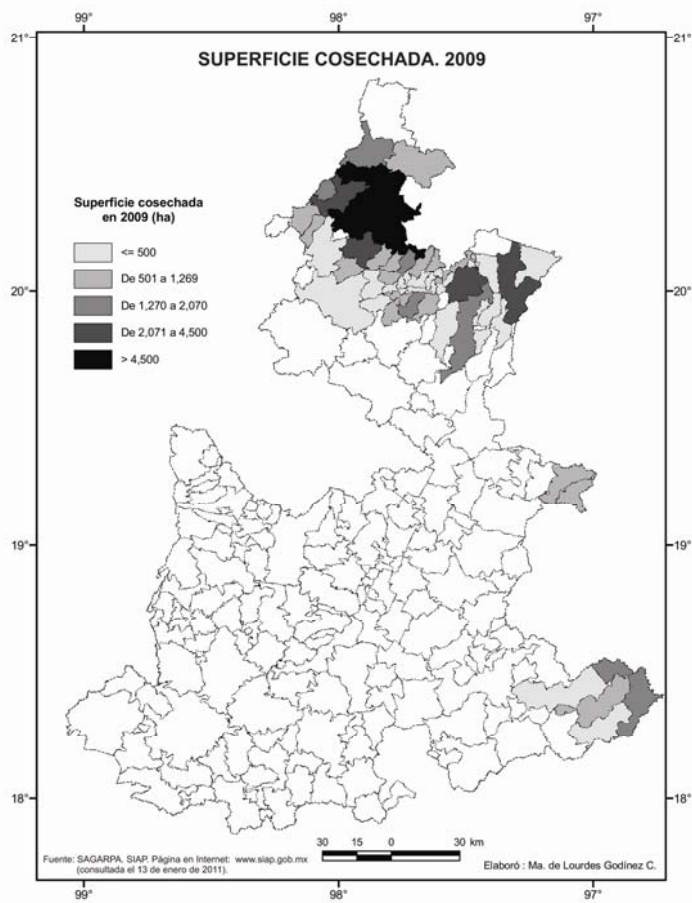
De acuerdo con informes del INEGI durante el año agropecuario 2009 en el estado de Puebla fueron cultivadas un total de 981.207 ha, de las cuales se cosecharon solamente 619.047 ha, con valor de 6 mil 416 millones 841 mil pesos mexicanos [MXN]. La superficie sembrada representa aproximadamente la cuarta parte de la superficie del estado, y comprende principalmente tierras de temporal. Los principales cultivos fueron el maíz, el **café cereza**, la caña de azúcar, la alfalfa y el tomate verde. La mayor parte de las tierras cultivadas en el ciclo agrícola del 2009 fueron dedicadas al maíz, que representó el 60% de las parcelas poblanas en ese año (<http://www.inegi.org.mx/>).

En el 2008 la superficie sembrada de café en el estado de Puebla fue de 74,321.5 hectáreas y la producción obtenida de 256,398.57 toneladas. 55 municipios producen café, de los que destacan Xicotepec de Juárez, Camocuatlá, Eloxochitlán, Hermenegildo de Galeana, Olintla, Huehuetla, Jalpan, Pantepec, hueytamalco y San Sebastián Tlacotepec (<http://www.puebla.gob.mx/>).

Sin embargo, la mitad del valor total de la producción agrícola del estado corresponde a cultivos varios, entre los que se incluyen flores, frutos, y otras hortalizas. Entre los cultivos más redituables a la economía local, comparando la magnitud de la superficie sembrada y el valor relativo en la producción agrícola, hay que señalar a la caña de azúcar, el tomate y la alfalfa (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

En lo que refiere a la producción ganadera, el estado contaba en 2005 con alrededor de 2 millones de cabezas de ganado porcino; más de 759 mil cabezas de ganado caprino, y más de 743 mil cabezas de ganado bovino; había casi medio millón de ovejas y alrededor de 315 mil caballos. El mayor volumen de producción de carne correspondió a la carne de puerco, con 83 mil 470 Tm [toneladas métricas], aunque el mayor valor de la producción de este sector económico correspondió a la comercialización de la carne de aves. Por otra parte, el estado de Puebla también produjo leche de vaca por un valor de MXN 1.270.920.000, y huevos de gallina con valor de MXN 4.243.964.900 como los rubros no cárnicos más relevantes (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

SUPERFICIE COSECHADA Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN CAFETALERA EN EL ESTADO DE PUEBLA 2009



Industria.

El sector de la industria manufacturera aporta poco más de la cuarta parte del producto interno bruto (PIB) de la entidad. Sin embargo, el crecimiento del sector se encuentra estancado, y su volumen ha permanecido prácticamente sin cambios desde 1999, en que se han sucedido años con crecimientos negativos y positivos que terminan por neutralizarse. En 1999, el valor de la producción manufacturera poblana era de 13.895.166.000 MXN; cinco años después MXN 13.919.488.000, en términos homologados con el valor del peso mexicano en 1993. El valor de la producción industrial del estado se concentra en el ramo de la maquinaria, productos metálicos y equipo industrial, todos ellos considerados como industria básica y de equipamiento, con más de 42% del total. Entre otras industrias notables de este ramo, se encuentra la planta automotriz de Volkswagen en Puebla. Otras industrias manufactureras importantes en el estado son la alimentaria y la textil, que aportan 24,7 y 15,4% respectivamente del valor de la producción industrial del estado. Las industrias poblanas se concentran en las regiones con mayor densidad de población, como la zona metropolitana de Puebla y el valle de Tehuacán (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Actividades terciarias.

Dentro de las actividades terciarias se incluyen tradicionalmente aquéllas que no tienen que ver con la producción de materias primas o con la transformación de las mismas. Esencialmente se trata del comercio y los servicios de toda clase: financieros, profesionales, gubernamentales y turísticos. En la economía poblana, la suma de todos estos ramos es de alrededor de dos tercios del volumen de la economía estatal, destacando especialmente el sector comercial, al que corresponden la mayor parte de las unidades productivas del estado. En 2003, existían en el estado un total de 86.458 establecimientos comerciales, que empleaban a 211.149 trabajadores. La actividad comercial se concentra especialmente en las grandes zonas urbanas del valle Poblano-Tlaxcalteca y la región de Tehuacán. Para el comercio de los bienes, las ciudades poblanas más importantes cuentan con centrales de distribución; en ciudades medianas existen mercados fijos, y en las zonas con menor densidad poblacional, la alternativa la constituyen los tianguis (<http://www.puebla.gob.mx/>; <http://www.inegi.org.mx/>).

Generalidades físico-geográficas y socioeconómicas de la Sierra Nororiental de Puebla.

Ésta región forma parte del eje montañoso que atraviesa todo el norte del Estado de Puebla y es poseedora de una gran riqueza cultural y de recursos naturales. Se caracteriza por sus escarpadas y verdes montañas, sus profundas barrancas y sus tierras bajas semitropicales. El clima es frío en sus partes más altas y cálido-húmedo en las partes medias-bajas (Castillo Hernández, 2000:45).

Al limitar con las regiones de la Sierra Norte y el Valle de Serdán, colindando con el estado de Veracruz, esta posición geográfica hace de la región una puerta alternativa hacia la costa del Golfo de México; gracias a los dos importantes ejes carreteros que la atraviesan: la carretera federal Puebla–Teziutlán, misma que continúa hacia la costa; así como la autopista Tenextatiloyan–Teziutlán (<http://www.puebla.gob.mx>).

Población: localidades urbanas y rurales.

La región se conforma por 28 municipios con una población de más de 500 mil habitantes, representando la quinta región con mayor población absoluta del Estado [de las siete que lo conforman]. Destacan los municipios de Teziutlán, Zacapoaxtla, Tlatlauquitepec y Cuetzalan del Progreso (Castillo Hernández, 2000:45; COTEIGEP, 2010:220).

Durante las últimas tres décadas la región se ha caracterizado por el crecimiento de su población rural, siendo la segunda región del estado por la importancia de dicho sector poblacional, mientras que el ritmo de crecimiento de sus localidades urbanas ha sido más lento, lo que ubica a esta región en la cuarta posición a nivel estatal [se destaca solamente el caso de Teziutlán con más de 50 mil habitantes] (COTEIGEP, 2010:217; <http://www.puebla.gob.mx>).

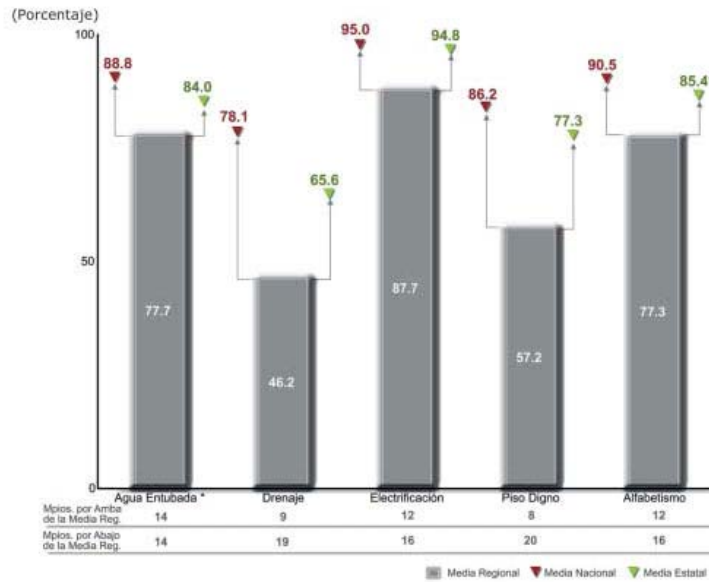
La dispersión de la población complica el escenario. En 1970, había 481 localidades rurales y la media de población en estas localidades fue de 433 habitantes; para el año 2000, este indicador fue de 308 habitantes, distribuidos en 981 localidades (COTEIGEP, 2010:217; <http://www.puebla.gob.mx>).

La dispersión de la población se explica por lo accidentado del terreno, y el relieve abrupto es también la causa de que un buen número de localidades aún permanezcan sin acceso a las vías importantes de comunicación (<http://www.puebla.gob.mx>).

Cobertura de servicios.

La cobertura de servicios básicos en la región es deficiente. A nivel estatal, esta región ocupa el tercer lugar en seguridad social, quinto lugar en agua potable y drenaje, y el séptimo lugar en electricidad. Además, cuenta con 1.1 médicos por cada mil habitantes, lo que la ubica por debajo de la media estatal que es de 1.12 médicos por cada mil habitantes. Concentra el 7.9% de los médicos [en total 586, laborando en 183 unidades médicas] de la entidad (COTEIGEP, 2010:218; <http://www.puebla.gob.mx>).

Figura 1. Indicadores seleccionados de la Sierra Nororiental, 2000.



* Incluye la disponibilidad de agua entubada en el ámbito de la vivienda y por acarreo.
Fuente: INEGI, XII Censo de Población y Vivienda 2000.
Conapo, Grado de Marginación por Municipio 2000.

Tomado de: Comité Técnico de Estadística y de Información Geográfica del Estado de Puebla [COTEIGEP], 2010:220.

Cuadro No. 1. Indicadores de servicios básicos y población beneficiada, Región Sierra Nororiental de Puebla, 2007.

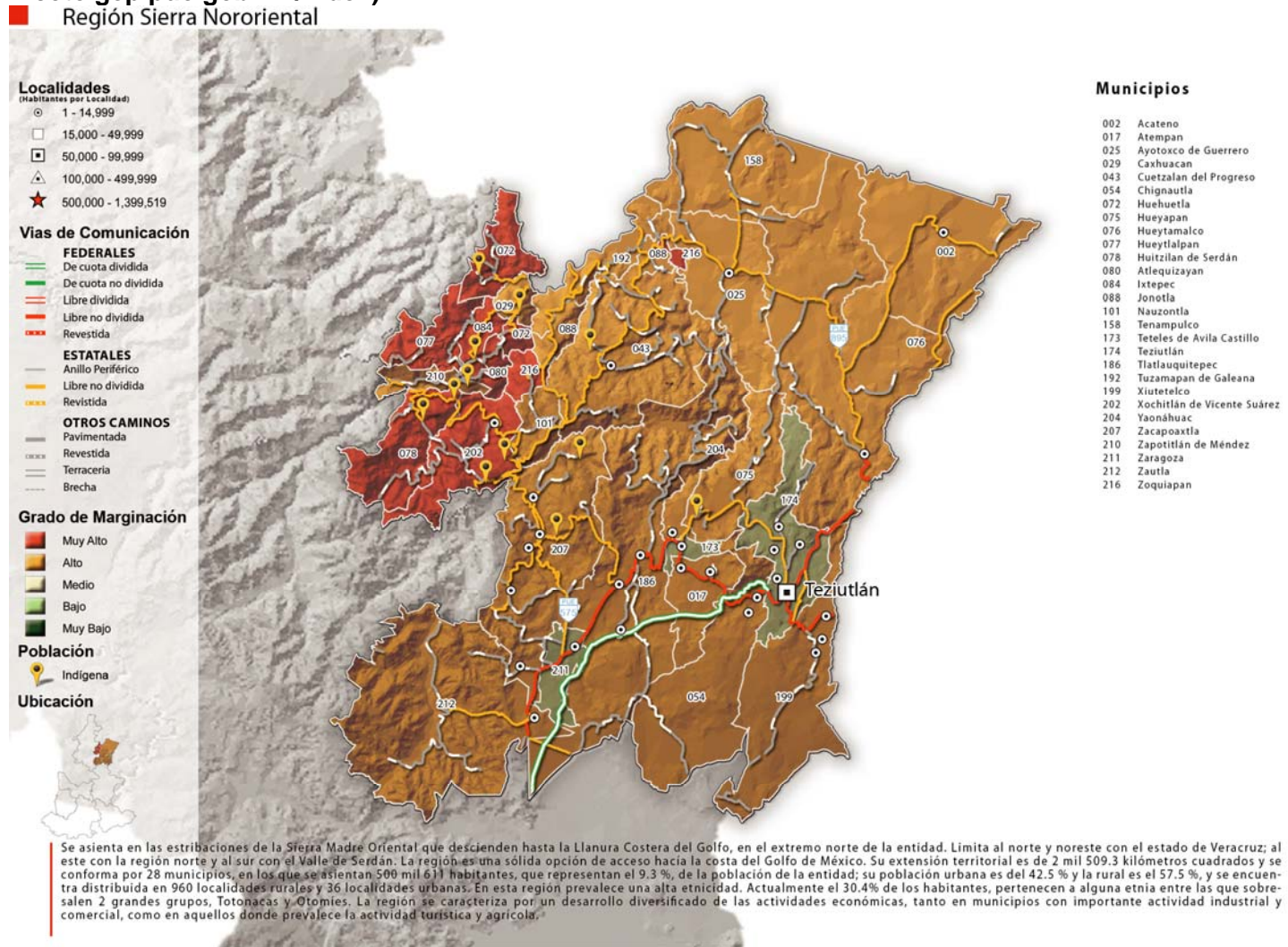
SERVICIOS BÁSICOS	POBLACIÓN BENEFICIADA
Agua	82.4%
Drenaje	62.3%
Electricidad	93.4%
Piso digno	75.1%

Fuente: INEGI, Anuario Estadístico del Estado de Puebla, 2007.

La mayor parte de las localidades de esta región tiene grados de marginación alta y muy alta, además de contar con la mayor proporción de población indígena [38%], preponderantemente náhuatl y totonaca (COTEIGEP, 2010:219; <http://www.puebla.gob.mx>).

Asimismo, esta región ocupa el tercer lugar en analfabetismo [el 19.6% de la población regional] a nivel estatal, por lo que se requiere mejorar la infraestructura educativa, ampliar la cobertura de educación básica, ofrecer servicios educativos para la vida y el trabajo e impulsar y apoyar la formación inicial y continua del magisterio. Para el ciclo escolar 2005-2006, la cobertura para el nivel preescolar fue del 75.3%, para el nivel de educación primaria de 92.6%, para el nivel de secundaria fue de 83.0%, y para el nivel medio superior, de 52.2% (COTEIGEP, 2010:219; <http://www.puebla.gob.mx>).

Figura 2. Municipios que conforman la Región Sierra Nororiental y su grado de marginación, 2005 (<http://www.coteigep.pue.gob.mx/index>).



Actividades económicas.

Esta región basa su economía en la producción agropecuaria, aunque algunas ciudades como Teziutlán tienen un papel industrial destacado y creciente.

Los principales cultivos son los cítricos, café, maíz, papa, plátano, cebada, manzana, ciruela, toronja y avena forrajera. La ganadería representa un potencial, aunque no está debidamente explotada y se encuentra limitada por la mala calidad genética, además de factores sociales y técnicos de la producción y de la comercialización (<http://www.puebla.gob.mx>; Castillo Hernández, 2000:45).

Cuadro No. 2. Características de la agricultura regional, 2008.

	Sup. cosechada (ha.)	% respecto al estado	Vol. de la prod. (ton.)	% respecto al estado
Naranja	7 290	43.0%	87 480	45.0%
Café cereza	15 082	21.0%	67 870	24.0%
Maíz grano	18 990	4.0%	35 504	3.0%
Papa	2 350	56.0%	31 725	53.0%

Fuente: INEGI, Anuario Estadístico del Estado de Puebla, 2007.

Los problemas que enfrenta la región están relacionados con las malas condiciones fitosanitarias del café y los cítricos, los altos riesgos de heladas, los vientos huracanados y las sequías, la falta de organización de los productores, la fuerza laboral reducida y con serios problemas de analfabetismo, el fuerte intermediarismo en la comercialización de la producción agropecuaria, y la carencia de infraestructura para la transformación de la producción primaria (COTEIGEP, 2010:219).

Por ello, el Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011, plantea la necesidad de aprovechar el potencial agroecológico para la producción de cultivos alternativos y programas de reconversión productiva, además de que en las zonas bajas se impulse la sustitución del café por cultivos más redituables como plantaciones de maderas preciosas, macadamia, lichi, jengibre y maracuyá; la tecnificación del traspatio para la producción de alimentos de autoconsumo y la venta de excedentes; el establecimiento de viveros con porta-injertos resistentes; el mejoramiento de las labores de la citricultura; el mejor aprovechamiento de la ganadería, desarrollando la cadena respectiva e incorporando las investigaciones generadas en el Centro de Investigación Las Margaritas (COTEIGEP, 2010:219; <http://www.puebla.gob.mx>).

Por lo que respecta a la industria, con poco más de mil ochocientas unidades económicas en la región, es la séptima región en importancia en este aspecto, sobresaliendo la industria manufacturera y la de productos alimenticios. En el comercio y los servicios existen más de 6 mil establecimientos, de los cuales poco más de la tercera parte está en Teziutlán (<http://www.puebla.gob.mx>).

De acuerdo al XII Censo General de Población y Vivienda 2000 del estado de Puebla publicado por el INEGI, la región cuenta con una población económicamente activa de 161 823 personas, de las cuales el 71.6% son hombres y el 28.4% mujeres; la población económicamente activa ocupada (PEAo) es de 161 014 personas, y representa el 32% de la población total de la región; por sector de actividad la PE Ao se distribuye de la siguiente manera: 47.0% en el sector primario, 24.7% en el secundario, 27.0% en el terciario y 1.3% en rubros no especificados.

Cuadro No. 3. Población económicamente activa ocupada según ingresos por trabajo, 2000.

PEAo clasificada por nivel de ingresos	% de la PE Ao
No recibe ingresos	23.2
Hasta 1 salario mínimo (S.M.)	29.3
De 1 a 2 S.M.	31.3
De 2 a 3 S.M.	7.1
De 3 a 5 S.M.	5.9
Más de 5 S.M.	3.1

Fuente: Ficha Regional Sierra Nororiental INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Estado de Puebla.

Cuadro No. 4. Información demográfica general de la Región Sierra Nororiental, 2009.

Extensión territorial	2 509.3 km ²
Población total	500 611 habitantes
Población respecto a la total estatal	9.30%
Hombres	48.5%
Mujeres	51.5%
Por grupos de edad	
0 a 14 años	35.9%
15 a 64 años	57.6%
65 años en adelante	5.6%
No especificado	0.9%
Población urbana	42.5%
Población rural	57.5%
Población indígena	38%
Densidad	199.5 hab./km ²
Tasa media anual de crecimiento	0.66%

Fuente: Elaboración propia con base en la Ficha Regional de la Sierra Nororiental elaborada con información de la Secretaría de Finanzas y Administración [SFA], y el Comité Técnico de Estadística y de Información Geográfica del Estado de Puebla [COTEIGEP], 2009.