

¿Qué hay de trás de una taza de café? Datos básicos sobre café en México

by Mario Bladimir Monroy Gómez - miércoles, junio 02, 2004

https://vinculando.org/mercado/datos_cafe.html

Historia

El nombre se debe a su origen, la región de Kaffa, en el sudeste de Etiopía, donde la bebida se llama kahwa.

El café se encuentra en las zonas tropicales y subtropicales.

El plantío es denominado cafetal y la siembra, recolección y beneficio constituyen la cafecultura.

A partir del Siglo XV se difunde por Arabia y el mundo musulmán establece un monopolio que dura cerca de 300 años.

En el siglo XVII se extiende al sudeste asiático y a Europa. Los holandeses lo llevan a Europa y los ingleses a Jamaica donde pasa a América Central y al resto del Continente.



La primera cafetería se abrió en Londres, Inglaterra, en 1652.

El café en México

El café llega a la Nueva España alrededor de 1790 y su cultivo se difunde en la primera mitad del Siglo XIX, principalmente en Veracruz, Oaxaca, Chiapas, Tabasco y Michoacán.

Durante el porfiriato creció la cafecultura inducida por empresas transnacionales en grandes fincas especializadas. A partir de la reforma agraria cardenista (1934-1940), pasó de ser una actividad de grandes plantaciones a pequeñas parcelas de campesinos e indígenas.

Los grandes productores de café lograron conservar los terrenos más fértiles logrando mantener esta posición de ventaja hasta nuestros días.

A pesar de que los grandes productores de café solamente representan el 8 por ciento de la producción, reciben más del 90 por ciento de los beneficios de la venta de café seco (también llamado oro) mexicano.

El café a nivel Internacional

El Café es el segundo producto de importancia en el mercado internacional, solamente atrás del petróleo.

En el mercado internacional el café se encuentra dentro de los diez primeros productos con mayor valor.

Para ciertos países como Uganda, Burundi y Ruanda, el café representa hasta el 80 por ciento de sus exportaciones y constituye la principal fuente de ingreso de divisas de las que dependen para pagar su deuda externa y es eje de la economía de otros 41 países del Tercer Mundo.

Actualmente se produce alrededor de 11,200,000 toneladas métricas de café al año en los países de Centro América y México.

A nivel internacional, México ocupa:

Quinto lugar como productor de café, después de Brasil, Colombia, Indonesia y Vietnam.

El quinto lugar por la superficie de cultivo, con alrededor de 750 mil hectáreas.

El noveno lugar por su rendimiento

El primer lugar en la producción de café orgánico certificado.

México es la nación productora con el menor nivel de consumo interno.

A nivel nacional

Cada año, 1@s ciudadan@s de Estados Unidos y Canadá se beben en promedio más de cuatro kilos de café por persona.

En México, que es uno de los principales productores de café, el consumo por persona es de apenas medio kilo.

Chiapas ocupa el primer lugar en la producción de café entre los 12 estados que producen el grano y aporta el 35% al conjunto de la producción nacional.

Situación económica y social de 1@s pequeñ@s productor@s de café

Durante años las exportaciones del café han generado en México divisas por alrededor de 700 millones de dólares anuales, pero, para la mayoría de los productores, con jornaleo fuera de la huerta (40 jornales al año) y algunos apoyos gubernamentales, una familia cafetalera con un predio de dos hectáreas puede tener ingresos equivalentes a un salario mínimo diario.

Existen en México alrededor de 283 mil **pequeñ@s productor@s** de café, unos 50 mil pequeños apicultores y más de tres millones de pequeños productores de granos básicos.

De los 283 mil productores directos de café, en 56 regiones de 12 estados del país, 200 mil tienen lotes menores a dos hectáreas.

Más del 60 por ciento de los cafeticultores en el país, de las 4,500 comunidades productoras de café, son indígenas.

349 de los cerca de 411 municipios donde se produce café en el país son de alta o muy alta marginalidad.

Por una taza de café que en un restaurante de la Ciudad de México, cuesta 10 pesos, un productor recibe 8 centavos.

Existen en México más de 12 mil productores de café orgánico (certificados y tradicionales) del sector social. Cultivan 15 mil hectáreas y producen más de 200 mil sacos de 60 kilos.

En México, más de 260 mil **pequeñ@s cafeticultor@s** cultivan en zonas localizadas entre los 600 y los mil 500 metros de altura, en terrenos montañosos, susceptibles a la erosión.

En la región del Istmo, conocida por su producción de café, hay solamente un médico por cada 2,780 habitantes, en comparación con el promedio en el resto del país donde la relación es de un médico por cada 1,850 habitantes, y con el conjunto de países industrializados, para los que la relación es de un médico por cada 390 habitantes

A la nueva caída del precio del café hasta una banda de 100 dólares las 100 libras, las exportaciones de los pequeños productores de café en México, debe añadirse el castigo de recibir 25 dólares menos y de tener una parte significativa de su producción embodegada, sin perspectiva de venta en el corto plazo.

Café con químicos

Muchos cafeticultores tienden a utilizar abonos y plaguicidas químicos que, a corto plazo, aumentan los rendimientos y disminuyen la carga de trabajo. Sin embargo, a mediano y largo plazo, se crea una dependencia debido a que las especies dañinas se vuelven resistentes a los plaguicidas y se hace necesario utilizar productos más fuertes y peligrosos.

El DDT, el lindano y el paraquat son de los más vendidos en la región cafetalera del Istmo y en general en las zonas marginadas de México, dado su bajo costo en comparación con alternativas menos tóxicas. En cuanto a su aplicación, **l@s agricultor@s** rara vez utilizan equipo protector. Como debe agregarse agua a los plaguicidas antes de aplicarse, estas mezclas a menudo se realizan a orillas de los ríos.

Los cultivos de sol y sombra

Durante los años 70, la modernización de la agricultura llevó al desarrollo de variedades de café de alto rendimiento a sol abierto, con lo que la densidad de la producción de café podía incrementarse de entre 1,100 y 1,500 a entre 4,000 y 7,000 cafetos por hectárea.

En Colombia, se estima que el 68 por ciento del café crece en apretadas plantaciones a sol abierto; en Costa Rica en el 40 por ciento, mientras que en México sólo es usado para el 10 por ciento de la producción.

El reemplazo de las plantaciones de sombra con variedades resistentes al sol ha contribuido a la deforestación tropical.

En México y Colombia existen hasta un 90 por ciento menos de especies de aves en plantaciones a sol abierto que en plantaciones de sombra.

En comparación con los sistemas tradicionales de café de sombra, los cultivos a sol abierto dependen por lo general de grandes cantidades de fertilizantes y plaguicidas químicos.

En zonas altamente pluviosas el café cultivado al sol ocasiona que el suelo pierda tres veces más nitrógeno que el café cultivado bajo sombra.

Variedades de café

Existen dos variedades principales de café: arábica y robusta.

El arábica es menos productivo que el robusta, pero su sabor es considerado más refinado y, por lo tanto, constituye más del 70 por ciento de la producción mundial total.

Mercado, control y precios internacionales

El precio del café lo establecen las bolsas de valores de Nueva York, para el caso del *arábica*, y de Londres en el caso del *robusta*. Se entra en el juego del libre mercado a través de estos indicadores de precios.

Los corredores de bolsa son empleados de negociantes internacionales que actúan como intermediarios entre exportadores e importadores y compran y venden a comisión sin tener jamás títulos de propiedad del café que comercian.

Las grandes empresas multinacionales como *Nestlé* o *Philip Morris* (propietaria de *Kraft General Foods*) tienen sus propios corredores de bolsa. Su gran poder de compra y venta les permite especular y ejercer una gran influencia en los mercados bursátiles.

Los corredores de bolsa tienen acceso a una red ultramoderna de información. Por ejemplo, si un estudio de satélite permite prever un problema climatológico en un país como Brasil (primer productor mundial de café), su precio en los mercados mundiales aumentará. Si, por el contrario, la cosecha se anuncia excelente, los precios mundiales bajarán. Los rumores y otros factores psicológicos ejercen gran influencia en la determinación de los precios del mercado.

En 1992, el 70 por ciento del mercado mundial del café era controlado por cuatro transnacionales: *Philip Morris*, *Nestlé*, *Procter & Gamble* y *Sara Lee*, y a medida que la globalización avanza, esta concentración del mercado se incrementa.

Para algunas de ellas el volumen anual de sus ventas es mayor que el producto nacional bruto de muchos de los países productores de café.

En 1985, solamente el 38 por ciento del precio de venta del café vendido en Estados Unidos regresó a los países productores, donde se dividió entre intermediarios y agricultores. En 1995, esta cifra descendió a 23 por ciento, una caída de 40 por ciento en diez años. Durante el mismo periodo, el precio del café se incrementó en 30 por ciento.

Importadores y Exportadores de Café Orgánico

Se comercializaron 30,000 quintales en el mercado internacional en 1993- 1994, y desde ese entonces, la demanda por el café orgánico ha subido entre 14 y 20 por ciento (dependiendo del país).

Entre los principales exportadores de café orgánico se encuentran: México (20.5%), Guatemala (9.6%), Kenya (9.6%), Nicaragua (6.8%), y Tanzania (6.8%).

Entre los principales importadores están: Alemania (37.3%), los Países Bajos (28.8%), y Estados Unidos (25.5%).

Las ventas del café orgánico en Estados Unidos sumaron 25 millones de dólares, es decir, el 3 por ciento del mercado nacional, cifra que con el tiempo va en aumento.

¿Quiénes son las dueñas de las marcas de café que compramos?

Philip Morris: Estados Unidos.

Café: Maxwell House, Sanka

Otros productos: Kraft, Nabisco, Kool-Aid, Tang, Jell-O, Velveeta, las carnes Oscar Mayer, chocolates Côte d'Or, Milka, Suchard, Toblerone y más de cuarenta productos adicionales.

Cigarros: Marlboro, Benson & Hedges, Players y veinte marcas más.

Cervezas: Miller, Löwenbräu, High Life y 21 marcas más.

Procter & Gamble: Estados Unidos.

Café: Folgers.

Otros productos: Always, Camay, Clearasil, Cover Girl, Crest, Giorgio, Ivory, Head & Shoulders, Oil of Olay, Old Spice, Pampers, Secret, Vi

cks, Zest, A

riel, Bounce, Cascade, Comet, Downy, Maestro Limpio, Tide y diez marcas más.

Nestlé: Suiza

Cafés: Nescafé, Clásico, Taster's Choice, Dolca, Ristreto, Diplomat, Moka, Mezcla de origen.

Otros productos: Aero, After Eight, Black Magic, Cailler, Carnation, Coffee Crips, Coffee Mate, Maggi, KitKat, Nestea, Quick, y otras.

En 1996, la revista *Forbes* de Estados Unidos publicó un informe según el cual el presidente y director general de Philip Morris, Geoffrey C. Bible, recibía un salario anual y compensaciones superiores a los 2.6 millones de dólares estadounidenses. En México, el salario anual promedio de un trabajador en una plantación de café es inferior a dos mil dólares anuales, es decir, inferior a 20,000 pesos anuales.

Y que se organizan...

A partir de 1988 varias organizaciones regionales de pequeños cafeticultores se organizaron para encontrar, de manera conjunta, la solución a sus problemas y para controlar el proceso de producción, industrialización y comercialización.

Así nació la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOCA), que es una red nacional autónoma compuesta por aproximadamente 125 organizaciones que agrupa a más de 75,000 pequeños productores de café en 7 estados de la República.

Café y Comercio Justo

En 1988 se fundó en Holanda la organización *Max Havelaar* para impulsar el comercio justo, a iniciativa, entre otros, de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), y apoyada principalmente por agencias internacionales de cooperación, grupos de iglesias y tiendas del Tercer Mundo.

En pocos años logró una participación de alrededor del 3 por ciento del competido mercado de café en Holanda, país con un alto índice de consumo por persona. En la era del "comercio alternativo", la participación no había logrado rebasar el 0.2 por ciento. Actualmente puede adquirirse café con el sello en más del 90 por ciento de los supermercados holandeses.

En Suiza, el café con el sello *Max Havelaar* abarca el 5 por ciento del mercado y puede adquirirse en casi cualquier tienda.

La calidad promedio de las marcas que cuentan con el sello *Max Havelaar* está por encima de la media del mercado.

Posteriormente surgieron otras iniciativas en diversos países de Europa, como *Trans Fair* en Alemania y *Fair Trade* en Inglaterra.

Las tres organizaciones certifican los procesos de comercio justo y ponen su sello en productos alimenticios comercializados en forma justa, tales como café, té, cacao, plátanos, miel y azúcar y están agrupadas en la organización FairTrade Labelling Organization (FLO), la cual coordina el proceso de certificación a escala internacional.

Más de 15 países europeos consumen productos cuya fabricación está libre de la explotación humana.

Existen más de 70 mil puntos de venta para productos de comercio justo en Europa. Además del café, se vende azúcar, té, plátanos, especias, nueces y artesanías

Entre 75 y 80 por ciento de la producción mundial de café certificado como justo se distribuye en tiendas, oficinas y restaurantes europeos.

En un periodo de tres años, el número de compañías que trabajan con café comercializado en forma justa se ha incrementado diez veces; actualmente hay más de 30 marcas y cien tipos de café distribuidos a todo lo largo de Canadá y Estados Unidos.

Más de 330 organizaciones de cafeticultores en 18 países se benefician del comercio justo.

El comercio justo beneficia a más de 800 mil familias de productores en general en el Hemisferio Sur, es decir, más de cinco millones de personas en 45 países.

El comercio justo permite a l@s pequeñ@s productor@s recibir un mejor precio por su café, al tiempo que apoya el desarrollo sostenible en materia de salud, educación y protección del medio ambiente. El comercio justo acerca a consumidor@s y productor@s, al eliminar numerosos intermediarios.

Organizaciones de Pequeños Cafeticultores en México

Existen en México más de 30 organizaciones que ya practican el comercio justo, entre las que se encuentran las siguientes:

- Sociedad de Solidaridad Social Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) (café)
- Unión de Ejidos de la Selva (café)
- Unión de Ejidos San Fernando (café)
- Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO) (café)
- Unión de Ejidos y Comunidades del Beneficio Majomut (café)
- Sociedad de Solidaridad Social Tiemelonlá Nich K'lum (café)
- Sociedad de Solidaridad Social Kiee Lu'u (jamaica orgánica)

La información fue tomada de:

- *Café Orgánico/Organic Coffee*. Sedesol, Fonaes, Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca, Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, Unión de Ejidos y Comunidades de Cafeticultores del Beneficio Majomut. Noviembre del 2000.
- *Los Intersticios de la Globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores*. Marie-Christine Renard. Ed: Embajada Real de los Países Bajos, Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM), Departamento de Sociología Rural, de la Universidad Autónoma de Chapingo, Programa de Investigación y Desarrollo en Regiones Cafetaleras de la Universidad Autónoma de Chapingo (PIDRCAFE), Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos (Cemca). Primera edición: marzo de 1999.
- *Un café por la causa*. Laure Waridel y otros. *Hacia un comercio justo*. Primera edición: *Les Intouchables* 1997©. Edición en español: Madre Tierra 2000©. Febrero 2001.
- *Una Historia con Aroma de Café*. Rostros y Voces-Trato Justo. Librería-Artesanía-Cafetería. Proyecto de comercialización solidario. Mayo de 1999.
- *El Café Orgánico, Certificación y los Mercados Alternativos*
Un Programa de Campesino a Campesino y El Enlace Sur. 04/27/00.

[1] Miembro de la dirección de Servicios Informativos Procesados, A.C. y Rostros y Voces-Trato Justo