

IV. Beneficios de la empresa social para el campesino cafetalero mexicano

by Francisco Aguirre S. - lunes, octubre 18, 1999

<https://vinculando.org/productores/ventajas.html>

Frente al panorama recién expuesto, cabe preguntarnos por qué muchos de los cafecultores individuales se han unido (y siguen haciéndolo) a este tipo de organizaciones, teniendo aparentemente muchos elementos adversos. Por ello, en el presente apartado enunciaremos algunos de los beneficios que se han encontrado en ciertas organizaciones para hacer un balance final respecto a la viabilidad de estos actores sociales como medios para mejorar las condiciones de vida de sus miembros.

Como un primer punto podemos decir que en lugares como Chiapas y Oaxaca, donde una parte importante de los productores se encuentran agrupados, se tiene la posibilidad de hacer la venta de su producto en conjunto, concentrando y beneficiando el café, lo cual les proporciona mayores beneficios económicos, ya que no están sujetos a los bajos precios ofrecidos por los acopiadores locales que manejan pequeñas cantidades de producto. En cambio, en los estados de Veracruz o Puebla, donde la gran mayoría de los productores no están organizados, estos no tienen injerencia alguna en el mercado[1], lo cual hace que dichos productores sean más vulnerables a los riesgos inherentes al mismo.

Así, uno de los grandes retos para la empresa social es la articulación horizontal y vertical de los procesos productivos. En el primer caso es conveniente aprovechar los desechos de otros ciclos productivos y fomentar la agricultura integral. La integración debería darse hacia atrás (producción y compra de insumos), y hacia delante (transformación de la materia prima). Idealmente, ese es el medio de agregar valor al producto, generar empleo en el medio rural, integrar a hijos y mujeres en los nuevos procesos agroindustriales, reinvertir ganancias en el desarrollo de la empresa social y participar activamente en el proceso de descentralización de las actividades productivas del país, lo que podría ayudar a frenar el éxodo rural. Simultáneamente, se puede combinar la integración vertical con otras series productivas destinadas a mejorar la vivienda, alimentación, salud y, en general, el bienestar de los productores, así como la infraestructura básica de que son usufructuarios. El resultado es un proceso progresivo de desarrollo en función de una lógica realista de organización social, sin desconocer la eficiencia económica y productiva[2].

En este sentido podemos afirmar que algunas empresas ya han empezado a explorar este camino con resultados aceptables. En Chiapas, por ejemplo, el mucílago seco (pergamino) que se le quita al grano del café antes de exportarlo es vendido, mientras que pocos años atrás, simplemente era quemado. Esto, aunque representa una mínima parte de las operaciones de dicha empresa, es uno de los primeros pasos para mejorar su proceso productivo. Sin embargo, merece una mención especial parte del trabajo que se está realizando con organizaciones de la Sierra Norte de Puebla, donde actualmente se está llevando a cabo un proceso denominado "aprovechamiento integral del café", que consiste en procesar el café cereza acopiado, para que la pulpa se aproveche como sustrato para producir hongos comestibles; después de cosechado el hongo, la pulpa y el mucílago o mielecilla sirven como alimento para lombrices composteadoras, de las cuales se obtiene abono orgánico; a su vez, el abono es utilizado para producir plantas de café o para fertilizar los cafetales[3].

De acuerdo con Bartra, el control del proceso productivo por parte de organizaciones autónomas le permite a sus miembros "apropiarse del ingreso excedente" y crear servicios sociales. Pero el mayor reto para las organizaciones locales es, en el largo plazo, el mantener el incremento en su capitalización para mantener el crecimiento y la continua distribución del ingreso entre la base social[4].

Así, el logro último para las organizaciones locales parece ser el control sobre el proceso de producción del café, lo que representa una tarea muy difícil de cumplir. En primer lugar, las organizaciones locales necesitan una considerable cantidad de dinero para comprar el café de sus miembros durante la época de la cosecha. En segundo lugar, necesitan una planta procesadora de café y bodegas lo cual es muy costoso. En tercer lugar, la organización local también tiene que negociar con el sector público para que se le autorice la exportación del café. Y en cuarto lugar, las organizaciones locales deben construir sus propios vínculos con firmas internacionales para vender su café[5].

El antedicho reto, no obstante la gran dificultad que representa, ya ha sido alcanzado y sostenido por diversas organizaciones sociales de todo el país. Como ejemplo de ello, baste mencionar a las siguientes: Unión de Ejidos de la Selva (Chiapas), Unión de Ejidos y Comunidades de Cafecultores del Beneficio Majomut (Chiapas), Sociedad de Solidaridad Social ISMAM (Chiapas); Unión de Ejidos Nahua Otomí y Tepehua (Veracruz); Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske (SCARTT de Puebla); Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO); Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI de Oaxaca), entre otras.

Una diferencia sustancial entre organizaciones es la variación en el precio que cada una paga a sus miembros. Aun con el mismo tamaño en sus cafetales y la misma producción, cada organización y sus miembros reciben una remuneración diferente por su café, dependiendo de si procesan su propio café, de si lo comercializan colectivamente y de si lo exportan[6].

Aquí cabe señalar que este fenómeno tiene un impacto muy positivo en el ámbito local si recordamos que estas zonas son controladas por acaparadores únicos, lo que ocasiona que una sola instancia fije los precios pagados al productor por su grano. En este contexto, una organización social capitalizada puede ayudar a elevar los precios pagados por el aromático al jugar el rol de "competidor" por el producto, donde los únicos criterios para que el productor venda su café son el precio en sí mismo y el tiempo para recibir su pago. De esta manera, en nuestra investigación de campo pudimos observar como una organización social puede ayudar a elevar hasta en 50% los precios pagados *en las comunidades* a los pequeños cafecultores.

El mecanismo a través del cual esto se lleva a cabo es el siguiente: en la época de la cosecha del grano, las organizaciones sociales le compran al productor su café de acuerdo al precio de la bolsa, que es un precio mayor al que recibiría el productor si lo vendiera con intermediarios. Hasta este momento no existen diferencias visibles entre la operación autogestiva y la tradicional, sin embargo, en esa etapa el café es procesado y vendido a un precio mayor por la organización social con compradores diferentes, lo que le retribuye mejores ganancias que al final de la cosecha son distribuidas entre los socios con el nombre de "alcances", además de que otra parte de esos ingresos es retenida por la propia organización tanto para capitalizarse como para desarrollar diversos proyectos productivos y sociales.

Si a estos alcances le sumamos la cantidad pagada a la entrega del café, encontramos una diferencia neta de aproximadamente 25 a 50% recibida en dos partes, lo cual es más conveniente para los productores, aunque al mismo tiempo implica una mayor cantidad de trabajo (especialmente si el café es orgánico) y de cuidado para mantener una alta calidad en el producto final. Por extraño que parezca, ésta última es una de las razones para que muchos productores no se unan a las organizaciones sociales, pues están acostumbrados a trabajar poco, aunque se les pague con la misma medida

Por otra parte, la mayoría de las organizaciones sociales destinadas a la producción están conscientes de la devastación ecológica causada por los modelos capitalistas de desarrollo, por lo que están tratando de adoptar proyectos ecológica y ambientalmente sostenibles, tales como retomar las prácticas de agricultura orgánica tradicionales para el café y

otros granos[7].

Así, desde los años ochenta cobraron auge los movimientos de producción de café orgánico, apoyados por sectores de la iglesia (Teología de la Liberación) y representados en Chiapas por la organización ISMAM y en Oaxaca por la UCIRI, entre otras. No obstante la caída de precios del café, esta opción de agricultura orgánica sigue siendo impulsada por varios grupos de pequeños productores, sobre todo indígenas, en estos dos estados[8]. Además del cuidado constante por el medio ambiente que habitan, las organizaciones sociales cafetaleras obtienen mejores precios por su grano y ocupan mayor cantidad de mano de obra para las labores culturales durante todo el año.

En este sentido es importante señalar que aunque la gran mayoría de los pequeños cafeticultores del país no usan insecticidas, fungicidas o abonos químicos por sus elevados costos, lo cual representa dos de los tres requisitos principales para considerar su producción como orgánica, su producto no es catalogado (y mucho menos pagado) como *orgánico*, debido al complejo proceso que se requiere para su certificación. Así, podemos ver que las organizaciones sociales juegan en este punto un papel primordial primero como *centros de enseñanza* para sus miembros en lo referente a cultivos orgánicos y luego como *gestoras* ante las instancias correspondientes (Certimex en nuestro país, Naturland en Alemania y Europa y OCIA en Estados Unidos y Canadá, entre otras), acciones imposibles de realizar para cada productor en lo individual.

Finalmente, el mercado solidario ha resultado un nicho de mercado interesante para algunas organizaciones de productores. Así, la Unión de Ejidos y Comunidades de Cafeticultores "Beneficio Majomut", que obtuvo en la cosecha 92/93, 7,500 Qq y en la de 93/94, 5,000 Qq, vendió la mayor parte de éstas en el mercado solidario, a través de la comercializadora de CNOC. Igualmente, cerca del 60% de la producción de la Coalición de Ejidos y Comunidades de la costa Grande de Guerrero ha llegado a este mercado[9]. En esta misma situación se encuentran varias organizaciones sociales más, lo cual es una gran ayuda para soslayar los cambios bruscos en los precios internacionales del aromático.

Para demostrar lo anterior, basta con observar en la tabla siguiente el diferencial en los precios internacionales pagados dentro y fuera del mercado justo. Estos precios representan para los productores una mayor certidumbre de que su producto seguirá comprándose a precios atractivos para ellos.

¿Cuánto más costaría?*

Nueva York "C"	Comercio Justo
Hasta US\$ 1.25	US\$ 1.35
US\$ 1.30	US\$ 1.44
US\$ 1.50	US\$ 1.64
US\$ 1.75	US\$ 1.89
US\$ 2.00	US\$ 2.14
US\$ 2.75	US\$ 2.89

En la primera fila de la tabla anterior se muestra el precio, en dólares de Estados Unidos, del café en la bolsa de Nueva York (Coffee C), mientras que la columna de la derecha muestra el precio que paga el mercado justo (también en dólares de Estados Unidos) con referencia a los precios de la bolsa. La base para dicha tabla dentro del comercio justo es de US\$ 1.35 por libra si el precio internacional es de US\$ 1.25 o menor. A partir de ahí, se aplica una prima para que siempre se pague más al productor dentro de ese mercado.

Las organizaciones sociales no son simplemente gestoras de recursos del Gobierno, instancias internacionales, etc., sino que también desarrollan una serie de servicios de apoyo que mejoran la competitividad de los productores. Por ejemplo, se otorgan servicios de asesoría técnica, capacitación para aumentar la calidad del grano, para beneficiar su producto, etc., se tiene mayor acceso a información de los mercados internacional, regional y local.

Finalmente podemos afirmar que el éxito de una organización puede medirse por el nivel de capitalización (tanto en infraestructura como en capital); por la madurez de su proceso organizativo; por el incremento en la cantidad y calidad de su producción así como por los precios percibidos por ella; y, en general, por la mejora de los estándares de vida de los miembros. Como podrá esperarse, cada organización es más y menos exitosa en cada uno de esos campos, por lo que su trabajo ha de dirigirse a mantener sus logros y a disminuir sus carencias.

En lo que toca al papel de las organizaciones nacionales, este deberá orientarse a los esfuerzos de coordinación y de interlocución con el gobierno, así como a la ejecución de las acciones que, por razones de escala, no puedan realizar las organizaciones regionales, tales como elaboración de diagnósticos de mercado, capacitación, promoción comercial, etc.[\[10\]](#)

Fuentes.

[\[1\]](#) Vinicio H. Santoyo Cortes et al, op. cit. Págs. 58-59

[\[2\]](#) Ursula Oswald, op. cit. Pág. 27

[\[3\]](#) Documento interno de la Cooperativa Cafetalera Tosepan Titataniske, mayo de 1999.

[\[4\]](#) Gonzalo Piñón Jiménez, op. cit. Págs. 170-171

[\[5\]](#) *Ibíd*em, Págs. 169-170

[\[6\]](#) *Ibíd*em, Págs. 164-165

[\[7\]](#) *Ibíd*em, Pág. 30

[\[8\]](#) Vinicio H. Santoyo Cortes et al, op. cit. Pág. 111

[\[9\]](#) Vinicio H. Santoyo Cortes et al, op. cit. Pág. 135

* Tomado de , página de *Transfair Canada*.

[\[10\]](#) Vinicio H. Santoyo Cortes et al, op. cit. Pág. 149