

ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL CAFÉ ORGÁNICO Y CONVENCIONAL, EN EL ESTADO DE VERACRUZ EN EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE COMERCIO JUSTO

*Cynthia Cruz Carrasco*¹

*Guadalupe Eleonora Osorio Vásquez*²

*Pablo Hernández Cuacua*³

RESUMEN

El Comercio Justo se define como la asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur (EFTA, 2001). En este sentido la presente investigación tiene como objetivo general analizar los costos de producción del café orgánico y convencional en el sistema de comercialización de comercio justo. En el aspecto metodológico se emplearon los métodos de análisis de costos los cuales permitieron identificar los costos fijos, los costos variables, los costos totales, el cálculo de beneficios y el costo del precio justo. Los resultados señalan ventajas del proceso de producción del Café Orgánico sobre el café Convencional, están relacionadas principalmente con el ingreso, así como manejo de la producción relacionada con el uso de abonos orgánicos, el aumento de la producción, la mejora del precio que en consecuencia mejora la de calidad de vida para los productores y permite una mayor equidad de género en el proceso.

Palabras clave: Costos, sistema de producción, comercio justo.

¹ Dra. en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico, Universidad Politécnica de Huatusco, ptc-pymes@uphuatusco.edu.mx

² Maestra en Gestión Pública Aplicada, Universidad Politécnica de Huatusco, ge_osorio_4@hotmail.com

³ Licenciado en Administración y Gestión de Pymes, Universidad Politécnica de Huatusco, cuacua1986@hotmail.com

DESARROLLO DE LA PONENCIA

El comercio internacional se ha triplicado en los últimos treinta años y no ha redundado en beneficios por igual a los países ni a los sectores sociales intervinientes. Según un informe del Banco Mundial, los 48 países menos desarrollados, que albergan al 10% de la población mundial, han visto descender su cuota de exportación en un 0.4%. Por el contrario, los Estados Unidos y la Unión Europea, con la misma población aproximadamente, representan casi el 50% de las exportaciones mundiales. En América Latina el rápido crecimiento de sus exportaciones ha sido asociado a un desempeño creciente y al estancamiento de los ingresos de los trabajadores, siendo más evidentes las condiciones laborales de explotación en Asia y África (Cotera, et. Al 2009).

El potencial del comercio para reducir la pobreza no puede desarrollarse a menos que los países del Norte reduzcan sus barreras a la importación, cuatro veces superiores a las barreras de los países del Sur, que son especialmente perjudiciales para los pobres, ya que van dirigidas a las mercancías que ellos producen, agrarias o manufacturadas, intensivas en mano de obra. Según OXFAM, quien ha evaluado la brecha que hay entre los principios del libre comercio y la práctica proteccionista de los países ricos, Estados Unidos y la Unión Europea subsidian a sus productores agrícolas, especialmente ricos, quienes, además de sobre producir comprometiendo el medio ambiente, exportan sus productos a precios inferiores a un tercio de su costo de producción, compitiendo de manera desleal con los productores agrarios de los países pobres, quienes no reciben subsidios, devastando así a los pequeños productores y copiando sus mercados locales.

El PBI de América Latina y el Caribe, entre 1950 y 2008, creció en promedio 4.1%; en los años setenta, 5.9% y, en los ochenta, apenas 1.4%, pese a la apertura económica y el libre comercio. Los términos de intercambio en los años 50 disminuyeron 31.2%, en los setenta experimentaron un aumento de 46.8%, para nuevamente disminuir en los ochenta a 14.2% y repuntar en los noventa. La variabilidad de estas cifras obedece, en parte, a los diferentes modelos económicos asumidos por los países de la región y su aplicabilidad particular en cada país (Cotera, et. Al 2009).

En las últimas décadas, el movimiento del Comercio Justo ha surgido como una iniciativa innovadora para afrontar el subdesarrollo de los pequeños productores de los países del Sur y como un reto que, frente a la globalización neoliberal, desafía los términos desiguales del intercambio y del desarrollo geográfico entre el Norte (Europa y Norteamérica) y el Sur (América Latina, África y Asia). Así, en el marco de la diferencia de condiciones económicas, sociales y políticas entre ambos polos, este movimiento social, organizado a nivel internacional mediante redes integradas por productores, organizaciones no gubernamentales, comerciantes y consumidores, busca un modelo de intercambio comercial más equitativo, a través del desarrollo sostenible y del acceso de los productores más desfavorecidos del Sur al mercado, con productos de calidad material, social y ambiental (Cecon, 2010).

La principal finalidad del comercio justo es la de impulsar una red de comercio alternativo que fomente el consumo de productos que tengan en cuenta, tanto el criterio del pago de un precio justo a los productores, como la promoción de valores sociales y de respeto al medio ambiente. Además, brinda la posibilidad de esquivar el peso completo de las fuerzas del mercado sobre la venta de los productos, a través de redes de comercialización alternativas (Krier, 2006).

La EFTA (2001) define el Comercio Justo como la asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur.

Inicialmente, el movimiento del Comercio Justo comercializaba casi exclusivamente artesanías; hoy en día, la comercialización ha estado vinculada principalmente a los productos agrícolas enfocados a la alimentación. Sin embargo, ante el crecimiento del mercado y del movimiento en los últimos años, otros productos, con mayor valor agregado y no necesariamente agrícola, se han sumado a la lista de productos que se comercializan bajo este modelo, aumentando su diversidad.

Así, los productos que ahora se pueden encontrar tanto en tiendas especializadas en comercio alternativo como en supermercados, se pueden agrupar en las siguientes categorías alimentos, artesanías y otros. Los productos comercializados bajo el sello del Comercio Justo que están más firmemente establecidos en el mercado son: el café, considerado el producto más importante del movimiento tanto en términos de volumen (80%) como en número de países involucrados (Renard, citado en Ceccon, 2010).

Para México, el café representa una actividad estratégica; emplea a más de 500 mil productores, en cerca de 690 mil hectáreas de 12 entidades federativas y 391 municipios; involucra exportaciones por 897 millones de dólares/año y es el principal productor de café orgánico del mundo, destinando a esta el 10% de la superficie; además, vincula directa e indirectamente a cerca de 3 millones de personas y genera un valor en el mercado de alrededor de 20 mil millones de pesos por año (SIAP, 2012).

La problemática principal del café mexicano ha transcurrido no solo desde el punto de vista económico con la constante disminución de los precios del aromático, sino por una mala política de producción, ya que muchas veces la oferta sobrepasa a la demanda. La caída de los precios por factores climáticos adversos y el abandono del cafetal por los productores en las regiones cafetaleras, han agudizado la crisis del sistema.

El éxodo de las zonas rurales y la pobreza cada vez mayor en las zonas cafetaleras como resultado de la actual crisis de los precios del petróleo crea una amenaza muy auténtica y de largo alcance al desarrollo sostenible. En México como en el estado de Veracruz, el café es clave para el desarrollo económico de las zonas cafetaleras (Gutiérrez, 2014).

En la actualidad el comercio justo es una alternativa que día a día se difunde entre las Organizaciones de Pequeños Productores (OPP), con resultados positivos, sin embargo, es necesario realizar un análisis del verdadero y real impacto que tiene en la vida de los productores que integran las OPP. Por lo cual con la finalidad de conocer cuál es la incidencia el comercio justo se ha considerado una organización de pequeños productores de la región centro del Estado de Veracruz llamada CICADES, ubicada en la región de Huatusco.

Ubicado en la localidad de Zacamitla, en el Municipio de Ixhuatlán del Café se encuentra el Centro Internacional de Capacitación en Cafecultura y Desarrollo Sustentable A.C “CICADES OCOZACA”, Esta cooperativa tiene 13 años de antigüedad y después de estos años ese grupo ha logrado desarrollar técnicas eficientes e innovadoras tanto al nivel del cultivo del café y su procesamiento como al nivel de su familia y comunidad. Este grupo fue impulsado bajo el signo del respeto al medio ambiente.

La organización se creó con el objetivo de profesionalizar y tecnificar la cafecultura sustentable mediante el desarrollo de capacitaciones y habilidades en los productores, por medio del intercambio de experiencias, la asistencia técnica y la adopción de innovaciones tecnológicas acordes a las necesidades los productores.

La organización cuenta con una serie de certificaciones tales como el Sello de Garantía de Comercio Justo el cual garantiza el cumplimiento de la norma y reglamento de comercio justo, llevando implícitos los

conceptos de calidad, precio mínimo de garantía y contribución al desarrollo rural. Se basa en la justicia social, calidad de producto y el cuidado de la naturaleza. Fomenta una vinculación directa y de largo plazo entre pequeños productores y consumidores y contribuye a la construcción de un modelo de desarrollo sustentable y solidario. En este sentido la presente investigación tiene como objetivo general analizar los costos de producción del café orgánico y convencional, en la organización de CICADES, A.C, en el sistema de comercialización FAIRTRADE.

MARCO TEORICO

AGRICULTURA CONVENCIONAL

En su concepto, la agricultura convencional es un “sistema productivo de carácter artificial, basado en el consumo de determinados insumos considerados externos, como es el caso de herbicidas y pesticidas, abonos químicos que sean sintéticos” (Franquesa, 2016).

Este modelo de agricultura convencional, que tiene su base en la labor del suelo, se ha utilizado por el hombre desde el principio de los tiempos. En el concepto moderno, se basa en la eficiencia para alcanzar una alta productividad. No obstante, una utilización intensiva del método, se está demostrando como difícilmente sostenible. Entre los objetivos de este tipo de agricultura está la continuidad, buscando la máxima rentabilidad, y llevando a cabo aquellos cambios que posibiliten una mayor protección del medio ambiente, avanzando hacia la igualdad social.

En su modelo de producción, se usan semillas de carácter tradicional, así como otras tratadas y mejoras, con la certificación correspondiente. Los terrenos de cultivo se preparan con labores intensivas. La desventaja principal es la utilización de fertilizantes, productos químicos, así como determinadas labores incorrectas, que van originando un deterioro de la resistencia que tiene las plantas de forma natural a las plagas y a enfermedades muy variadas en un ciclo que se repite, la lucha contra plagas utilizando plaguicidas y productos herbicidas, irá provocando cada vez más agresiones de parásitos, lo que a su vez obliga al incremento de productos químicos para combatir estos parásitos (Franquesa, 2016). Los países ricos invierten más de 200.000 millones de euros anuales para subvencionar a sus grandes empresas agroalimentarias, y cierran sus fronteras con aranceles para los productos que importan. Sin embargo, exigen a los países pobres que practiquen el “Libre comercio”, que no ayuden a los pequeños productores, que el Estado no intervenga y que abra sus fronteras a los productores extranjeros. Las empresas subsidiadas del norte inundan los mercados con productos por debajo de su precio, y así arruinan a los millones de pequeños productores que no pueden competir. Este fenómeno es conocido como “Dumping económico” (Cerdeira, 2009)

AGRICULTURA ORGÁNICA

El Codex Alimentarius define la agricultura orgánica como un sistema holístico de producción que promueve y mejora la salud del agro ecosistema, incluyendo la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo, prefiriendo el uso de prácticas de manejo dentro de la finca al uso de insumos externos a la finca, tomando en cuenta que condiciones regionales requieren de sistemas adaptados a las condiciones locales. Esto se logra utilizando en lo posible métodos culturales, biológicos y mecánicos en oposición a materiales sintéticos para satisfacer cualquier función específica dentro del sistema (Codex, 1999). Por su origen la agricultura orgánica surge desde la concepción integral, donde se involucran elementos técnicos, sociales, económicos y agroecológicos. No se trata de la sustitución del modelo productivo o de insumos de síntesis artificial por insumos naturales. La agricultura orgánica es una opción integral de desarrollo capaz de consolidar la producción de alimentos saludables en mercados altamente competitivos y crecientes (Amador, 1999).

COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo es un modo de comercio basado en el dialogo, la transparencia y el respeto, buscando una mayor equidad en el comercio internacional, contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, junto con los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (Ortiz, 2008).

Los criterios que sigue el Comercio Justo con relación a la producción son:

- Garantizar un salario justo y condiciones de trabajo dignas.
- Los productores destinan una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades: sanidad, educación, formación laboral.
- Se establece una relación a largo plazo con los productores y se les garantiza una parte del pago por adelantado. Estas condiciones favorecen que las comunidades pueden planificar su desarrollo.
- No hay explotación infantil.
- Se promueve la participación en la toma de decisiones y el funcionamiento democrático.
- Se fomenta la igualdad entre mujeres y hombres.
- Se respeta el medio ambiente.

Criterios que sigue con relación al consumo:

- Adquirir productos de calidad.
- Podemos recibir información sobre su procedencia, la cooperativa que los ha elaborado de que están hechos.
- Garantía de que se ha producido en condiciones dignas respetando los derechos de las personas.

En el Comercio Justo se eliminan todos los intermediarios innecesarios, así como la compra y venta con carácter especulativo, tan habitual en el comercio tradicional. Entre el productor y el consumidor están por regla general una organización importadora y la tienda (Ghag, 2009). El Comercio Justo fue utilizado por primera vez por Michael Barratt Brown en 1985, durante una Conferencia de Comercio y Tecnología, en Londres, aunque en un principio lo que hoy se conoce como Comercio Justo fue denominado como "Alternative Trade" y "Alternative Commerce", y representa una idea de lograr un mayor acercamiento del productor al consumidor, de manera que los frutos del trabajo y esfuerzo en la producción fuesen adecuadamente recompensados, en especial en los países en desarrollo, fuente de origen de numerosas materias primas. Durante los años 60 la comercialización de productos de Comercio Justo se realizaba en centrales de ventas y tiendas especializadas en productos provenientes del Sur, administradas casi exclusivamente por voluntarios y con precios establecidos por los productores, considerando tanto costos de producción como el costo social (necesidades familiares, costo ambiental, etc.) Debido a que la idea de ayuda estaba ligada más a temas morales, de respeto y no a consideraciones de tipo comercial (Fairtrade, 2017).

Este tipo de tiendas no progresaron, pues solamente eran frecuentadas por consumidores ya convencidos por el Comercio Justo y no lograban un esquema de gestión y profesionalismo adecuado, que permitiese su sostenibilidad en el tiempo. Es la década del 80 en las prácticas de Comercio Justo se diversifican y extienden dada la aparición de los sellos de Comercio Justo y gracias a la sensibilización de una mayor parte de consumidores (Johnson, 2003).

La historia de los Sellos o etiquetas de certificación de Comercio Justo se remonta a 1988, cuando una fuerte crisis en los precios del café empujó a muchos pequeños agricultores a la pobreza, en diversos lugares, a pesar de contar con una producción de un café, agregándole al cliente final un pequeño porcentaje mayor de precio, eliminando eslabones en la cadena de intermediación y así proporcionar a los agricultores de un salario justo. En 1997 nació FLO Internacional (Fairtrade Labelling Organization), organización que reagrupa a diferentes iniciativas de sellos del mundo como Max Havelaar, Transfair (Alemania, Austria, Japón e Italia) y Fairtrade (Irlanda y Reino Unido). De igual forma se estandarizan los criterios de registro de productores y de importadores de Comercio Justo (Álvarez, 2004).

PRODUCTORES Se trata de grupos de población, que, por razones económicas, socio-políticas, geográficas, falta de experiencia o de recursos no tiene acceso al mercado, en caso de tenerlo, no obtienen un precio suficiente. Pueden ser familias, pequeñas cooperativas, grupos de mujeres (SETEM, 2009). Dentro de la cadena de comercialización son los que más valor aportan, pero a su vez son los más explotados (Ortiz, 2008).

El precio justo es la característica más conocida del comercio justo; al igual que los demás criterios, el precio justo es el resultado de una negociación. Ese precio debe cubrir los costos totales de producción, así como gastos sociales y medioambientales incluidos. Además, debe ser lo suficientemente alto para que dé a los productores una vida digna y un margen para invertir en el futuro. Por lo general, las organizaciones importadoras aceptan los cálculos propuestos por los productores. En el caso de materias primas como café o cacao, cuyo precio se determina en las bolsas, el comercio justo paga el precio mundial y un margen adicional, garantizando así un precio mínimo independiente de las fluctuaciones erráticas del mercado

COMERCIALIZACIÓN

Según el autor Jerome McCarthy define que la comercialización es la “realización de actividades comerciales que orienten el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa”. La comercialización debe comenzar con el cliente y no con la producción, debe determinar si fabricaran, incluyendo las decisiones acerca del desarrollo, el diseño y el envasado de producto; que precios se cobraran, así como las políticas de crédito y cobranzas; donde y como se hará la publicidad de los productos y los que venderá (McCarthy, 1972). Las funciones universales de la comercialización incluyen la función de compra y la función de venta: El proceso de intercambio. La función de compras ocupa de la política y procedimiento para determinar necesidades, selección y evaluación de productos y servicios de las gestiones que conducen a la transferencia de la propiedad. La venta implica encontrar y motivar compradores a través de diversos técnicos de producción (McCarthy E. J., 1972).

METODOLOGIA

La presente investigación es descriptiva con un diseño mixto cuantitativo-cualitativo. El análisis de fuentes secundarias se llevó a cabo a partir del análisis del comercio justo en México y América Latina, información bibliográfica, censos y encuestas. La recopilación de fuentes primarias se llevó a cabo a partir de la aplicación de dos cuestionarios a los productores de café con el sistema de producción convencional y orgánico bajo el sistema de comercialización fairtrade. con el objetivo de identificar los costos de producción del café convencional y orgánico por etapas en donde se preguntó los costos que genera desde su cosecha hasta el momento de comercialización de su café y costos que estos conllevan.

Para la realización del análisis de costos se emplearon los métodos de análisis de costos de producción de café orgánico y convencional para su comercialización tomando como referencia los métodos de análisis de costos planteados por (López y Caamal 2009) la cual plantea las siguientes formulas.

CALCULO DE COSTOS Cantidad de dinero que necesita para insumos usados en la producción; su fórmula es:

$CT=CFT+CVT$, donde: CT: Costo total CFT: Costo fijo total CVT: Costo variable total

COSTOS FIJOS TOTALES Suma de todos los costos fijos los cuales permanecen constantes durante el proceso de producción.

COSTOS VARIABLES TOTALES Costos que dependen del nivel de producto deseado, debido a que la cantidad de trabajo empleado es en función de la producción deseada; su fórmula: $CVT: P*X$, donde: CVT: Costo variable total P: Costo variable unitario X: Cantidad. Para la obtención de costos totales se usó el método de costos por fases en donde se describieron las actividades realizadas en el proceso de producción de café convencional y orgánico.

CÁLCULO DE BENEFICIOS Es la diferencia entre ingresos totales y costos totales; su fórmula: $B=IT-CT$, donde: B: Beneficio IT: Ingreso total CT: Costo total La interpretación que debe dar es la siguiente: $RB/C > 1$, se recuperan los costos y hay un margen de ganancia. $RB/C = 1$, sólo se recuperan los costos, pero no se obtiene ganancia ni pérdida. $RB/C < 1$, hay perdidas, es decir, no se recuperaron los costos. El resultado se interpreta como una ganancia o pérdida en centavos por cada peso invertido.

CÁLCULO DEL PRECIO JUSTO Precio que se les paga a los productores que trabajan bajo las normas de Comercio Justo, ya sea café convencional u orgánico; su fórmula para calcular el precio de café convencional es:

$PJ=PM+PS$, donde: PJ: Precio justo PM: Precio mínimo PS: Premio social Por otra parte cuando el café orgánico cuenta con una certificación, entonces se le suma el premio orgánico; quedando: $PJ=PM+PS+PO$, donde: PO: Premio orgánico.

El precio mínimo se determinó con base a los costos de producción, mientras que el premio o prima social es de 20 dólares por quintal, por otra parte, el premio orgánico es de un valor de 30 dólares por quintal (López, 2007).

DISEÑO DE CUESTIONARIO Para conocer los costos de producción el cuestionario se integró de los siguientes apartados: 1. Costos de producción 2. Costos de comercialización.

ANÁLISIS DE LOS DATOS Los datos obtenidos se capturaron en una base de datos donde se puede apreciar información actualizada acerca de los productores que cuenta con una certificación de Comercio Justo.

ANÁLISIS DE RESULTADOS.

En la tabla 1 se muestra información de la producción a nivel estatal, distrital y municipal de la producción de café. De igual forma se observa el comparativo de los municipios del distrito, ubicándose el municipio de Huatusco en el quinto lugar en el distrito en base a la superficie sembrada con 10 242 ha y un valor de la producción de 158 048.88 miles de pesos.

Tabla 1. Comparativo de la superficie sembrada, superficie cosechada y el valor de la producción.

| Núm. | Municipio | Sup. Sembrada (Ha) | Sup. Cosechada (Ha) | Valor Producción (Miles de Pesos) |
|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|-----------------------------------|
| Estado | Veracruz | 145,407.25 | 127,258.65 | 1,048,255.87 |
| Distrito | Fortín | 239263.55 | 224208.55 | 5319931.96 |
| Municipios | | | | |
| 1 | Tezonapa | 35034 | 34264 | 542589.76 |
| 2 | Omealca | 16103 | 15998 | 508768.77 |
| 3 | Zongolica | 14150 | 11840 | 83576.79 |
| 4 | Paso del Macho | 12585 | 12585 | 428163.46 |
| 5 | Huatusco | 10247 | 8885 | 158048.88 |
| 6 | Zentla | 9438 | 8888 | 234100.13 |
| 7 | Ixtaczoquitlán | 8345 | 7613 | 344109.33 |
| 8 | Tlaltetela | 8285 | 7145 | 155633.05 |
| 9 | Totutla | 8111 | 7186 | 138286.7 |
| 10 | Ixhuatlán del Café | 7978 | 6768 | 126894.8 |

Fuente: Elaboración propia con información de SIAP 2018

La región de Huatusco se posiciona a nivel estatal dentro de los principales productores de café, en el estado, de esta manera se ha tomado la región de Huatusco, como referencia para el análisis de los costos de Producción del Café Orgánico y Convencional, en el Estado de Veracruz en el Sistema de Comercialización de Comercio Justo, a continuación se describen los antecedentes de la empresa Ocozaca ubicada en la región específicamente en el municipio de Ixhuatlán:

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA OCOZACA

La organización OCOZACA se encuentra ubicada en Calle del beneficio Núm. 3, localidad de Zacamitla, Municipio de Ixhuatlán del Café Veracruz. Cp. 94 180. El proyecto nace con una cooperativa: UPM OCOZACA, que se encuentra en la localidad de Zacamitla en el municipio de Ixhuatlán del Café. Esa cooperativa tiene 13 años de antigüedad y después de estos años ese grupo ha logrado desarrollar técnicas eficientes e innovadoras tanto al nivel del cultivo del café y su procesamiento como al nivel de su familia y comunidad (CICADES, 2018)

El grupo fue impulsado bajo el signo del respeto al medio ambiente. A través del tiempo como organización de pequeños productores, han desarrollado una red de contactos en varios estados principalmente Puebla y Oaxaca Estos grupos interesados han recibido por la cooperativa Ocozaca capacitaciones campesinas y técnicas.

La organización ha desarrollado vínculos a nivel nacional e internacional con exportadores de Africa, Brazil y Francia, siendo el más importante este último. El contacto de la empresa francesa Malongo, especializada en el café de calidad, orgánico y comercio justo llamó su atención y viendo sus esfuerzos hacia compartir sus experiencias, la empresa decidió apoyar a Ocozaca a crear un centro de capacitación para recibir grupos de productores y dar seguimiento.

Los productores han exportado sus conocimientos a África para aportar asistencia técnica a productores de Sao Tomé y Príncipe en el ámbito de un programa de rescate del sector cafetalero de dicho país.

La organización CICADES realiza la capacitación campesina y experiencia vivencial en Cafecultura y desarrollo sustentable, es una gran organización totalmente establecida. Incluso en temporadas alberga personas para dar capacitación como son cafecultores de otros estados, ingenieros de la Universidad Autónoma de Chapingo, de la Universidad Veracruzana e incluso de la Universidad Autónoma de México, algunos de ellos son ingenieros que realizan sus prácticas o estancias, y desean realizarlas aquí en CICADES OCOZACA, una organización muy completa.

Esta organización cuenta con talleres de apoyo a los cafecultores o a los ingenieros que deseen conocer algún tema en específico, como son:

- Producción primaria
- Transformación y calidad
- Certificación
- Comercialización
- Torrefacción
- Organización
- Agroturismo
- Productos derivados del café
- Ecotecnia

En la localidad de Zacamitla, en el Municipio de Ixhuatlán del Café se aplicaron los cuestionarios a productores en el Centro Internacional de Capacitación en Cafecultura y Desarrollo Sustentable A.C “CICADES OCOZACA”.

El sistema de aprendizaje está basado en el esquema “de productor a productor”, esto significa que se trata de valorizar la experiencia del productor. Esta organización cuenta con un lema: ¡Nadie sabe todo, todos sabemos algo! Estos cursos comprenden una parte teórica de ubicación; contexto o resumen y una parte práctica para aprender haciendo.

Costos de café convencional y orgánico

La organización CICADES OCOZACA, cuenta con certificaciones de café orgánico y comercio justo que le ha permitido posicionarse en la región por su sistema de calidad y comercialización. Debido a su reconocimiento en la región se tomó como referencia para la comparación de costos de producción del café orgánico y convencional, en el sistema de comercialización de comercio justo

A continuación, en la tabla 2, se muestra la comparación de los costos de producción de café convencional y orgánico 2017.

Tabla 2. Comparación de costos de producción de café convencional y orgánico 2017

| CUADRO COMPARATIVO DE CAFÉ CONVENCIONAL Y CAFÉ ORGANICO | | | | | |
|--|-------------------|--------------------|------------------|---------------------|--------------------|
| ACTIVIDADES | CAFÉ CONVENCIONAL | | CAFÉ ORGANICO | | DIFERENCIAS |
| | No. De JORNALES | IMPORTE | No. De JORNAL ES | IMPORTE | |
| Limpia con azadón | 4 | \$ 400.00 | 17 | \$ 1,700.00 | \$ 1,300.00 |
| Limpia con azadón | 5 | \$ 500.00 | 6 | \$ 600.00 | \$ 100.00 |
| Siembra de café | 3 | \$ 300.00 | 4 | \$ 400.00 | \$ 100.00 |
| Siembra de café (planta) | 400 | \$ 2,000.00 | 400 | \$ 1,200.00 | -\$ 800.00 |
| Deshoje | 1 | \$ 100.00 | | | -\$ 100.00 |
| Fertilización | 1 | \$ 100.00 | | | -\$ 100.00 |
| Fertilización (fertilizante) | | \$ 960.00 | | \$ 675.00 | -\$ 285.00 |
| Limpia con azadón | 4 | \$ 400.00 | | | -\$ 400.00 |
| Aplicación de cal | | | 2 | \$ 200.00 | \$ 200.00 |
| Aplicación de cal | | | 13 | \$ 910.00 | \$ 910.00 |
| Hoyos para siembra | | | 350 | \$ 525.00 | \$ 525.00 |
| Transporte para abono orgánico | | | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 |
| Limpia con azadón (sept) | | | 17 | \$ 1,700.00 | \$ 1,700.00 |
| Hoyos | | | 6 | \$ 600.00 | \$ 600.00 |
| Siembra Sep. | | | 3 | \$ 350.00 | \$ 350.00 |
| siembra sept transporte | | | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 |
| Chapeo | | | 1 | \$ 200.00 | \$ 200.00 |
| Limpia con azadón Nov. | | | 8 | \$ 800.00 | \$ 800.00 |
| | | | | | \$ - |
| | | | | | \$ - |
| TOTALES | | \$ 4,760.00 | | \$ 10,160.00 | \$ 5,400.00 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 3 se observan las actividades de producción en el café convencional y el café orgánico, utilizando la misma cantidad de plantas sembradas (400); se observan algunas diferencias en el proceso del café orgánico tales como el costo mayor por el número de jornales a utilizar, el fertilizante a ocupar y las actividades de labranza durante la siembra.

Tabla 3. Costos de corte y gastos de transporte

| CUADRO COMPARATIVO DE COSTOS DE PRODUCCION | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------|--------------|-------------|----------------|----------------|--------------|----------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| FECHA | | KILOS | | PRECIO | | CORTE | | GASTOS DE CORTE | | GASTOS DE TRANSPORTE | | TOTAL | |
| CONVENCIONAL | ORGANICO | CONVENCIONAL | ORGANICO | CONVENCIONAL | ORGANICO | CONVENCIONAL | ORGANICO | CONVENCIONAL | ORGANICO | CONVENCIONAL | ORGANICO | CONVENCIONAL | ORGANICO |
| OCTUBRE | | | 12 | | \$ 4.00 | PRIMER | PRIMER | | \$ 24.00 | | | \$ - | \$ 48.00 |
| SUMAS | | | 12 | | \$ 4.00 | | | | \$ 24.00 | | | | \$ 48.00 |
| NOVIEMBRE | | 47 | 58 | \$ 3.20 | \$ 9.60 | PRIMER | SEGUNDO | \$ 71.50 | \$ 116.00 | | | \$ 150.40 | \$ 556.80 |
| NOVIEMBRE | | | 36 | | \$ 9.50 | | SEGUNDO | | \$ 72.00 | | | \$ - | \$ 342.00 |
| NOVIEMBRE | | | 56 | | \$ 9.40 | | SEGUNDO | | \$ 112.00 | | | \$ - | \$ 526.40 |
| NOVIEMBRE | | | 21 | | \$ 9.50 | | SEGUNDO | | \$ 42.00 | | | \$ - | \$ 199.50 |
| SUMAS | | 47 | 171 | \$ 3.2 | \$ 9.50 | | | \$ 71.50 | \$ 342.00 | | | \$ 150.40 | \$ 1,624.70 |
| DICIEMBRE | | 281 | 218 | \$ 5.80 | \$ 9.15 | SEGUNDO | TERCER | \$ 562.00 | \$ 545.00 | \$ 70.00 | \$ 75.00 | \$ 1,629.80 | \$ 1,994.70 |
| DICIEMBRE | | 79 | 152 | \$ 5.80 | \$ 8.70 | SEGUNDO | TERCER | \$ 158.00 | \$ 380.00 | \$ 30.00 | \$ 75.00 | \$ 458.20 | \$ 1,322.40 |
| DICIEMBRE | | | 45 | | \$ 8.70 | | TERCER | | \$ 112.50 | | \$ 75.00 | \$ - | \$ 391.50 |
| DICIEMBRE | | | 535 | | \$ 8.00 | | TERCER | | \$ 1,337.50 | | \$ 75.00 | \$ - | \$ 4,280.00 |
| SUMAS | | 360 | 950 | \$ 5.80 | \$ 8.64 | | | \$ 720.00 | \$ 2,375.00 | \$ 100.00 | \$ 300.00 | \$ 2,088.00 | \$ 7,988.60 |
| ENERO | | 412 | 284 | \$ 6.00 | \$ 8.00 | TERCER | CUARTO | \$ 839.00 | \$ 710.00 | \$ 70.00 | \$ 85.00 | \$ 2,472.00 | \$ 2,272.00 |
| ENERO | | 423 | 315 | \$ 6.00 | \$ 8.00 | TERCER | CUARTO | \$ 846.00 | \$ 787.50 | \$ 80.00 | \$ 85.00 | \$ 2,538.00 | \$ 2,520.00 |
| ENERO | | | 471 | | \$ 8.00 | | CUARTO | | \$ 1,177.50 | | \$ 85.00 | \$ - | \$ 3,768.00 |
| ENERO | | | 164 | | \$ 8.00 | | CUARTO | | \$ 410.00 | | \$ 85.00 | \$ - | \$ 1,312.00 |
| ENERO | | | 72 | | \$ 10.90 | | CUARTO | | \$ 180.00 | | \$ 85.00 | \$ - | \$ 784.80 |
| SUMAS | | 835 | 1306 | \$ 6.00 | \$ 8.58 | | | \$ 1,685.00 | \$ 3,265.00 | \$ 150.00 | \$ 425.00 | \$ 5,010.00 | \$ 10,656.80 |
| FEBRERO | | 650 | 242 | \$ 5.60 | \$ 8.00 | CUARTO | QUINTO | \$ 1,300.00 | \$ 605.00 | \$ 80.00 | \$ 150.00 | \$ 3,640.00 | \$ 1,936.00 |
| FEBRERO | | 707 | 292 | \$ 5.60 | \$ 8.00 | CUARTO | QUINTO | \$ 1,414.00 | \$ 730.00 | \$ 120.00 | \$ 150.00 | \$ 3,959.20 | \$ 2,336.00 |
| FEBRERO | | | 227 | | \$ 8.00 | | QUINTO | | \$ 567.50 | | \$ 150.00 | \$ - | \$ 1,816.00 |
| FEBRERO | | | 147 | | \$ 8.00 | | QUINTO | | \$ 492.50 | | \$ 150.00 | \$ - | \$ 1,176.00 |
| FEBRERO | | | 295 | | \$ 8.00 | | QUINTO | | \$ 737.50 | | \$ 150.00 | \$ - | \$ 2,360.00 |
| FEBRERO | | | 289 | | \$ 8.00 | | QUINTO | | \$ 722.50 | | \$ 150.00 | \$ - | \$ 2,312.00 |
| SUMAS | | 1357 | 1492 | \$ 5.60 | \$ 8.00 | | | \$ 2,714.00 | \$ 3,855.00 | \$ 200.00 | \$ 900.00 | \$ 7,599.20 | \$ 11,936.00 |
| MARZO | | 258 | | \$ 5.50 | | QUINTO | | \$ 516.00 | | \$ 70.00 | | \$ 1,419.00 | \$ - |
| SUMAS | | 258 | | \$ 5.50 | | | | \$ 516.00 | \$ - | \$ 70.00 | \$ - | \$ 1,419.00 | \$ - |
| ABRIL | | 90 | | \$ 4.00 | | SEXTO | | \$ 180.00 | | \$ 50.00 | | \$ - | \$ - |
| SUMAS | | 90 | | \$ 4.00 | | | | \$ 180.00 | \$ - | \$ 50.00 | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL | | 2947 | 3931 | \$ 5.02 | \$ 8.68 | | | \$ 5,886.50 | \$ 9,861.00 | \$ 570.00 | \$ 1,625.00 | \$ 16,266.60 | \$ 32,254.10 |

Fuente: Elaboración propia.

Durante el periodo de estudio 2016-2017, se resume en la tabla 4 la comparación entre el costo de producción de 400 plantas entre café convencional y café orgánico:

Tabla 4. Resumen de costos y gastos

| RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS | | | | |
|----------------------------|--------------|-----------------|----------------------|--------------|
| | COSTOS | GASTOS DE CORTE | GASTOS DE TRANSPORTE | TOTAL |
| CAFE CONVENCIONAL | \$ 4,760.00 | \$ 5,886.50 | \$ 570.00 | \$ 11,216.50 |
| CAFÉ ORGANICO | \$ 10,160.00 | \$ 9,861.00 | \$ 1,625.00 | \$ 21,646.00 |

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a fechas de cosecha en el café orgánico desde el mes de octubre y hasta febrero se realizan 5 cortes produciendo 3931 kilos, mientras que el café convencional comienza desde noviembre hasta abril, produciendo 2947 kilos en 6 cortes. En una producción menor del 33%; el precio en promedio del café convencional es de \$ 5.02 y el café orgánico es de \$8.68 en promedio⁴, con respecto a los Gastos de Corte, el café convencional en este periodo de estudio, ascendió a \$5,885.50 y el café orgánico a \$9,861.00 esto es, se incrementa a \$3,974.50 esto es un 68% mayor que el convencional; en el caso de los Gastos de Transporte en el caso del café convencional es de \$570.00 y en el caso del café orgánico a

⁴ Sin tomar en cuenta el primer corte por la cantidad cosechada y que el precio estaba en \$4.00 que haría bajar drásticamente el promedio a \$7.74.

\$1,625.00, es decir, se incrementa en \$1055.00 un 185%; tomando en cuenta los costos y gastos del café convencional se tiene un total de \$11,216.50 y el café orgánico de \$21,646.00, lo que lleva en cuestión de costos y gastos un incremento de \$10,429.50, esto es un incremento de 93%; en cuanto al total de la venta: en el caso del café convencional es de \$16,266.60 y del café orgánico es de \$32,254.10, hay una diferencia de \$15,987.50 esto es una diferencia del 98%.

Por lo que se concluye que la misma cantidad de plantas para café convencional y café orgánico que se emplea mayor número de jornales y de actividades para el cuidado del orgánico, se incrementa en un 93% de costos y gastos en relación al café convencional, sin embargo, se obtiene un 98% más de ingresos en el café orgánico (Ver tabla 5).

Tabla 5. Resumen del análisis del café convencional y orgánico

| CONCEPTO | CAFÉ CONVENCIONAL | CAFÉ ORGÁNICO |
|------------------|-------------------|---------------|
| Producción en Kg | 2,947 | 3,931 |
| Precio promedio | \$ 5.02 | \$ 8.68 |
| Ingresos | \$ 16,266.60 | \$ 32,254.10 |
| Costos | \$ 11,216.50 | \$ 21,646.00 |
| Ganancia | \$ 5,050.10 | \$ 10,608.10 |

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se observa que hay una ganancia de \$10,608.10 del café orgánico en relación con \$5,050.10 del café convencional teniendo una ganancia adicional en el café orgánico de \$5,558.00 esto es con un incremento en porcentaje de 110%.

Conclusiones

El café convencional es más económico para el productor debido a los gastos que esto involucra, sin embargo, a mediano plazo, se obtiene un precio menor en el mercado que limita la capacidad del productor para negociar, debido a la calidad el producto. El café orgánico tiene un costo de producción más alto que el orgánico, sin embargo, debido a las certificaciones existentes y el cumplimiento de normas de medio ambiente y calidad, le permite al productor, obtener un mayor precio e ingresos por kg.

La distribución de café orgánico en el sistema de fairtrade le permite al productor y a las organizaciones el desarrollo de capacidades y el poder acceder a un sistema de comercialización sin intermediarios que les permite acceder a una prima social la cual es de: 140 dólares por quintal + 20 dólares sobre precio del café orgánico, haciendo un total de 160 dólares de precio justo.

Los productores reciben un 5% y la organización 20% para adquisición de maquinaria. Las ventajas del proceso de producción del Café Orgánico sobre el café Convencional, están relacionadas principalmente por el manejo de la producción relacionada con el uso de abonos orgánicos, el aumento de la producción, la mejora del precio que en consecuencia la mejora de calidad de vida para los productores, permite una mayor equidad de género en el proceso.

REFERENCIAS

ALVAREZ D. Y DE LA TORRE DIAZ, (2004) La responsabilidad social corporativa y el comercio justo en Setem, El comercio justo en España 2004, Icaria Barcelona

AMADOR. (1999). CODEX. Recuperado el 26 de 10 de 2017, de <http://www.fao.org/3/a-at738s.pdf>

CECCON Rocha, Brisa; Cecon, Eliane, (2010), La red del Comercio Justo y sus principales actores, Investigaciones Geográficas (Mx), núm. 71, abril, 2010, pp. 88-101, Instituto de Geografía, Distrito Federal, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56919172008>

CERDEIRA, Y. G. (2009). Comercio Internacional. Comercio Justo Proclade, 1-15.

CICADES, 2018, México, Recuperado el 19 de abril de 2018, de: <https://centrocicadesdotorg.wordpress.com/quienes-somos-2/historia/>

CODEX. (1999). Codex Alimentarius. Recuperado el 25 de 10 de 2017, de Agricultura orgánica: <http://www.fao.org/3/a-at738s.pdf> Díaz. (2006). Sello FLO. Comercio Justo, 21.

COTERA-FRETEL, A., VAN DEN BERG, A., CAVALIER, J.B., AVELLA-VILLEGAS, L.F., GUERREROVARGAS, R., SANCHEZ-PERUGACHI, J. & ROMERO-REYES, A. (2009): Comercio justo sursur: problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de las Naciones, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRES), Lima

EFTA (2001) "Fair Trade Yearbook 2001" European Fair Trade Association. En:

<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/yb01-es.pdf> [Accesado el día 14 de septiembre de 2012].

FAIRTRADE Labelling Organizations International, e.V., (2017) Journeys to Change Fairtrade Theory of Change, Germany. Disponible en <https://www.fairtrade.net/impact-research/our-theory-of-change.html>

FRANQUESA, M. (16 de mayo de 2016). Agricultura Convencional . Recuperado el 25 de 10 de 2017, de <https://www.agroptima.com/blog/agricultura-convencional/>

GARZA Treviño, Alejandro, (2014), El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café Estudios Sociales, vol. XXII, núm. 43, enero-junio, pp. 271-293, Coordinación de Desarrollo Regional, Hermosillo, México.

GHAG, D. (2009). Criterios de Comercio Justo. SETEM, 4-6.

GUTIÉRREZ, Díaz Esther (2014) Propuesta de un sistema económico Administrativo, para la consolidación de los agro negocios, en el estado de Oaxaca. Caso Café orgánico. Colegio de Posgraduados campos Montecillos, Tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencias, Veracruz, México.

JOHNSON, P. W (2003). Extracto del informe: "El comercio justo en México: sellos de garantía y otras dinámicas". Reporte de estudio concluido en diciembre 2003 con la asociación Yamana y entregado a la Delegación Intersecretarial para la Innovación Social y la Economía Social. Informe disponible a la página siguiente : <http://quetzal.over-blog.org/article-1533390.html>

KRIER, J. M. (2006), Fair Trade in Europe (2005), Fair Trade Labeling Organization, Bonn. Cotera Fretel Alfonso, 2009, COMERCIO JUSTO SUR-SUR, Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú, Red Intercontinental de Promoción de Economía Social Solidaria, Lima, Perú

LÓPEZ, É. C. (2007). Costos de producción de Café orgánico. Sistema de costos, 24.

MCCARTHY, E. J. (1972). Comercialización: Un enfoque gerencial. El Ateneo.

ORTIZ, L. L. (2008). Los actores del mercado global. Comercio Justo Proclade,

SIAP 2018 Recuperado el 20 de enero de 2017, de <https://www.gob.mx/siap/>

Productores entrevistados

Entrevista al Ing. Felipe Melchor González, productor de la organización CICADES

Ing. Joaquín Rincón Vidal, productor de la organización CICADES