

# LA CADENA GLOBAL DE VALOR DEL CAFÉ: ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA PRODUCCIÓN EN MÉXICO E HIDALGO

María Fernanda Robles Luqueño<sup>1</sup>  
Jozelin María Soto Alarcón<sup>2</sup>  
Eduardo Rodríguez Juárez<sup>3</sup>

## RESUMEN

En este documento se analizan los procesos de producción de la cafecultura desde el enfoque de las cadenas globales de valor, la diferenciación de esta mercancía y la reconfiguración territorial propiciada. El estudio analiza dos escenarios: el contexto global y nacional, ya que México es uno de los países productores de café orgánico más importantes, la información se contrasta con la situación local en el estado de Hidalgo, este ocupó el sexto lugar en la producción nacional en 2016. En primer momento se identifican los agentes participantes en cada eslabón de la cadena, posteriormente se analiza el mercado a partir de las variables: precios, producción y consumo en el ámbito local, nacional e internacional. Además se analizan los casos de diferenciación productiva a nivel nacional y se discute la situación productiva de cafecultores de la región Otomí Tepehua frente a los procesos impulsados con la cadena global. Se ilustran algunas estrategias campesinas de reconfiguración territorial ante los presiones del mercado. Y finalmente se presentan las conclusiones.

**Palabras Clave:** *Commodity, Reconfiguración territorial, Cadena global de valor.*

## ABSTRACT

In this paper we discuss the production process of the coffee industry. We use the Coffee Global Value Chain theoretical framework to identify the aromatic productive differentiation and the territory reconfiguration caused by the industry. The research have two arenas: the global and national context and the local practices, since Mexico is one of the most important organic producers. In the local arena, we discuss the production of Hidalgo State. First, we identify the agents in each link of the value chain, after it is analyzed the market behavior through the prices, quantity and consumption in the local, national and global arena. We also discuss some cases of productive differentiation located in Hidalgo in the region of Otomí Tepehua faced to the global value chain associated. In the document are illustrated some peasant strategies to deal with prices variations. Finally, we present the conclusion.

**Key words:** *Commodity, Territorial Reconfiguration, Global Value Chain.*

---

<sup>1</sup> Estudiante de Licenciatura en Economía UAEH. Correo electrónico: gmluqueno@gmail.com

<sup>2</sup> Doctora en Desarrollo Rural por la Universidad Autónoma Metropolitana. Profesora Investigadora del área de Economía. Integrante del Grupo de Investigación en Economía Aplicada del área de Economía UAEH. Correo electrónico: jmsoto@uaeh.edu.mx

<sup>3</sup> Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma Metropolitana Integrante del Grupo de Investigación en Economía Aplicada del área de Economía UAEH. Correo electrónico: eduardor@uaeh.edu.mx

## INTRODUCCIÓN

El café es la mercancía más importante en el mercado agrícola internacional, es el segundo commodity más comercializado en el mundo seguido del petróleo ya que más del 80% de la producción es objeto del comercio internacional (Quintero y Rosales, 2014). Su intercambio ha creado vínculos entre países productores y países consumidores. La dinámica internacional de la demanda del café como commodity a partir de las cadenas globales de valor contribuye en la reconfiguración territorial en regiones de México en las que se presentan altos índices de rezago social. Los procesos de integración en las dinámicas internacionales de producción y consumo en masa presentan retos, no solo por las especificaciones asociadas a la calidad del aromático, certificaciones y controles, sino también por los contextos ambientales de intensificación de plagas, disminución en la producción y de inventarios. En este contexto los limitados ingresos que presenta la actividad para los campesinos cafeticultores merman su capacidad productiva y organizativa.

La comercialización del café en el mercado mundial ha presentado fases institucionalizadas con soporte estatal, también se impulsó un sistema de cuotas para regularlo, hasta la versión del libre mercado incorporada en la noción de las cadenas globales de valor (Ponte, 2002). Desde poco más de 30 años con el nacimiento de una idea de un mercado desregularizado surgió un cambio estructural en los mercados internacionales de café. Desde 1989 el abandono del sistema de cuotas para regular su precio internacional ha generado volatilidad, afectando principalmente a los productores, ya que alrededor del 70% son pequeños productores quienes desarrollan una economía campesina y poseen en promedio menos de 5 hectáreas, (CEDRSSA, 2014). En este contexto de comercialización, algunos campesinos cafeticultores han encontrado en la diferenciación productiva una posibilidad para desarrollar nichos de mercado con mayor estabilidad en el precio. Sin embargo, esto depende en gran medida de la calidad del café y de la agregación de valor. La innovación en las técnicas de producción ha generado nuevos tipos de café, entre ellos el gourmet, forestal, orgánico, de comercio justo, y ecológico, (CEDRSSA, 2014). En ellos, el consumidor está dispuesto a pagar un sobreprecio, mismo que favorece los ingresos de los productores cuando se plantean estrategias como el comercio justo. Sin embargo no todos los cafeticultores mexicanos se han desplazado hacia estas novedosas formas de producción entre otros aspectos debido a las deficiencias en el capital financiero, intelectual e incluso humano. Las características anteriores nos llevan a estudiar las cadenas globales y locales de valor y las formas de producción alternas emergidas recientemente en la industria del café y las problemáticas que las acompañan.

En los avances de la presente investigación se presenta un marco teórico conceptual con el que se estudian los antecedentes del comercio internacional del café, se analizan los agentes que intervienen en las cadenas globales de valor y su papel en la reconfiguración territorial de la dinámica cafetalera en zonas rurales que presentan altos índices de rezago social. Como introducción al mercado mundial, se analizan las tendencias de la producción, exportación y consumo de la industria cafetalera. Posteriormente, se realiza una descripción general acerca de la mercancía y la importancia de la actividad cafetalera en México y se pone a disposición del lector una revisión histórica de las cifras económicas generadas por dicha actividad agroindustrial, a nivel nacional se describen los procesos de producción, distribución y consumo de la cadena global de exportación del café y se identifican los agentes que intervienen en cada eslabón. En la tercera sección se presentan los resultados a nivel local, a través del desarrollo de la cadena de valor del café se identifican los principales agentes locales y se estudian los indicadores de producción del café cereza y el valor agregado en el periodo 2010-2017 en Hidalgo. En la última sección, se presentan algunos de los problemas que se identificaron en la actividad cafetalera y finalmente se discuten las conclusiones. Se espera que este documento pueda servir como referencia para trabajos futuros y como herramienta para la elaboración de políticas públicas efectivas dirigidas al sector cafetalero hidalguense.

## I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

### *1.1 La estructura del mercado mundial de café*

El mercado global de café es complejo e integra una alta demanda y oferta, Lewin, Giovannucci y Varangis, 2004, citados en Pérez (2007: 3), escriben: “En este mismo mercado existen aproximadamente 25 millones de productores ubicados en más de 50 países subdesarrollados”. Para Pérez (2007) la estructura de mercado dominante en esta industria es un oligopsonio donde las grandes empresas trasnacionales conservan la gobernanza y delimitan los criterios de generación de valor, se identifican en este proceso a: Newmann, Volcafé, Cargill, Philip Morris, Nestlé, Procter & Gamble, Kraft, (Ponte, 2002), Starbucks y Gloria Jeans. Como empresas que controlan cierto segmento de la cadena productiva asociada a los criterios de calidad, procesos de torrefacción y atención al consumidor final.

#### *El sistema de cuotas*

Pérez (2007) identificó cuatro acuerdos internacionales del café, cada uno de ellos fue renovado y modificado durante el periodo de 1962, año donde surge la Organización Internacional del café, esta primera fase comprende hasta la liberación de los mercados en 1989. En general, los convenios particulares fueron firmados con objetivos similares al primer acuerdo de 1962, cuyo objetivo era mantener un equilibrio entre la oferta y demanda a través de un sistema de cuotas a las exportaciones para lograr una estabilidad en los precios del café. Durante este periodo la estabilidad de precios se logró a través de la regulación de la cantidad que se permitía acceder al mercado. Según la International Coffee Organization “a lo largo de este periodo se creó el fondo para estabilizar los precios del grano y en 1983 se introdujo un sistema de diferenciación de las clases de café en los grupos que ahora se conocen: colombianos, otros suaves, brasileños y robustas.” (Pérez 2007: 10). El sistema de cuotas permitió por años a los países mantener el precio del café en los mercados mundiales, sin embargo Pérez (2007) menciona algunos de las desventajas que poseía, entre ellas, las ventas a menor precio a los países no miembros de la ICO, lo que generó un mercado negro cafetalero (Akiyama y Varangis, 1989). La distribución de las ganancias dentro de los países productores (Gilbert, 1996:12) y los beneficios del sistema de cuotas se distribuyeron de manera desigual favoreciendo a Brasil y Colombia (Akiyama y Varangis, 1989).

#### *Las cadenas globales de valor*

Según Hopkins y Wallerstein (1986) una cadena de mercancías es una red de trabajo que contiene procesos y técnicas de producción y su resultado final es la presentación de una mercancía terminada, su estudio abarca la caracterización de los procesos productivos, la distribución y el consumo final, los agentes involucrados en cada una de las etapas, el marco legal e institucional, así como la distribución espacial. La globalización ha desarrollado la importancia de las cadenas globales de valor, las cuales logran un alcance geográfico mucho más amplio entre los agentes involucrados, en el caso del café se crea una cadena que comienza con los productores de los minifundios, los intermediarios, instituciones de regulación internacional, grandes empresas multinacionales hasta el consumidor final que puede ser local, nacional e internacional, y en cada eslabón de la cadena la mercancía se transforma y va adquiriendo valor.

### *1.2 El territorio y el comercio mundial*

Los procesos de globalización propician la transformación en territorios situados en función de las necesidades de la economía internacional (Santos, 1993). Un caso es la agricultura, en especial la relacionada con la producción de commodities. La especialización de esta actividad primaria se logra a partir de la concentración territorial, por ejemplo siembra de soja y los monocultivos son expresiones del sistema de producción capitalista, la producción para el mercado delimita la vida ambiental y social de las áreas rurales. Santos también considera otras estrategias como el

ecodesarrollo, etnodesarrollo, desarrollo local y el desarrollo sostenible, sin embargo, señala que a pesar de la difusión de estas nuevas propuestas productivas y sociales, estos no se distribuyen de manera uniforme en el mundo y sus efectos no necesariamente implican equidad y justicia ambiental.

Desde la perspectiva territorial, la reconfiguración del territorio obedece a dos presiones: la horizontalidad, vinculada a las fuerzas cotidianas del trabajo, las instituciones, las actividades diarias de individuos y colectivos. Existen también fuerzas verticales que agrupan actores de carácter global, los cuales ejercen presión sobre el territorio. Tanto las dinámicas enraizadas en el territorio, como las dinámicas extraterritoriales reconfiguran las economías campesinas, influyen y retroalimentan las transiciones demográficas, además de los efectos de la política pública en territorios situados. De esta forma, el territorio es un concepto analítico con carácter político en el que los sujetos reivindican, apropian o generan nuevos significados sobre el mismo.

Desde su carácter analítico, el concepto de territorio y su reconfiguración dan entrada al estudio multiescalar e interrelacional de los agentes que confluyen en él, analizan una multiplicidad de escalas, no limitadas al enfoque antagónico de lo global y local (López y Carrión, 2018). En la situación del estudio del café en México e Hidalgo se analiza la reconfiguración territorial a partir de los esquemas de producción y comercialización impulsados desde las cadenas globales de valor. El concepto de las cadenas globales de valor no constituye un monolito productivo o comercial, en los mercados contemporáneos es importante caracterizar el tipo de cadena al que se vinculan los productores cafecultores, el grado de control sobre la cadena y las posibilidades o retos que enfrentan en las etapas del proceso productivo.

#### *Los sistemas de producción en México*

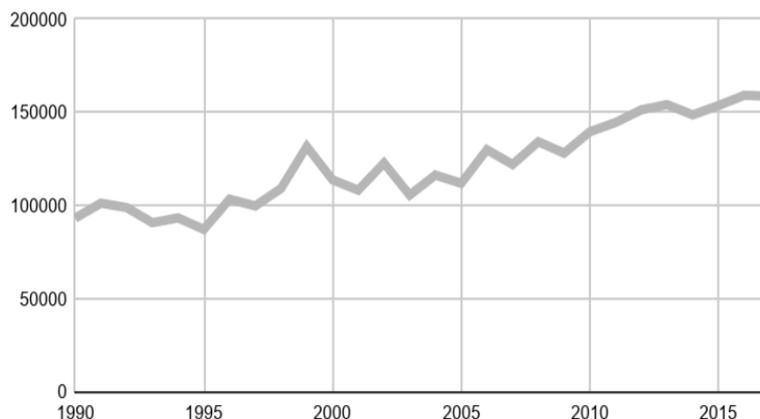
A partir de los cambios estructurales en la economía mundial que sucedieron a finales del siglo XX, las instituciones y los países tuvieron que adoptar otro mecanismo que permitiera la estabilidad en los precios del café, a diferencia del sistema de cuotas esta regularización se da a través de la calidad y no de la cantidad del café existente en el mercado, es así cómo se desarrollan los nuevos sistemas de producción y marcas como el café orgánico, de comercio justo, ecológico, entre otros. Calo y Wise (2005) afirman que México es el país que más se ha caracterizado por la consolidación de estos nuevos sistemas de producción. La necesidad de una diferenciación del producto surge de los problemas a los que se enfrentan los pequeños productores, uno de ellos es mencionado por Calo y Wise (2005), argumentan que los precios altos no son pagados a los pequeños productores o productores individuales (generalmente estos se pagan a las organizaciones de productores encargados de la comercialización del café), ellos pueden comercializar el café que producen a través de intermediarios, sin embargo el precio sigue siendo bajo, lo que significa en muchos casos que el productor no cubre los costos de producción, y en una última instancia abandona el cultivo del café para cambiar a un cultivo de subsistencia como los potreros o emigra a las ciudades.

Es por ello que muchos productores han decidido convertirse a la producción orgánica, según Calo y Wise (2005) destacan algunos beneficios de la producción orgánica, en primer lugar el precio alto que se les paga a los productores, los compradores de café orgánico adquieren el café a través de asociaciones de productores a un precio alto (precio orgánico), la asociación compra el café a los productores certificados a un precio por encima del café convencional y debajo del precio de venta de la asociación, ya que el precio de exportación cubre los costos organizacionales significativos asociados con la certificación y comercialización orgánicas. En segundo lugar la mayor atención a la parcela por parte de los productores orgánico posibilita una mayor calidad del café que permite ofertar a un mayor precio en los mercados y en tercer lugar los rendimientos pueden ser demostrablemente más altos, a menudo hasta tres veces la producción por hectárea. En general, estudios anteriores han concluido que los sistemas de producción orgánicos permiten a los pequeños productores agregar valor a la mercancía agrícola a través de la diferenciación de su producto.

## II. PRODUCCIÓN Y CONSUMO INTERNACIONAL

Desde 1990 la producción mundial de café ha crecido en 2% anual hasta el año 2017. El comportamiento del valor de la producción se muestra en el siguiente ver gráfico 1. Aunque la producción muestra una tendencia creciente, se observan picos antes del 2000 y variaciones sistemáticas del 2000 al 2010.

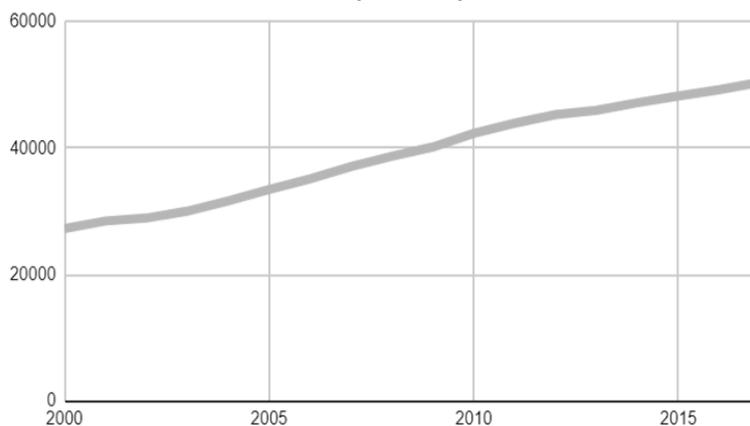
**Gráfico 1. Producción mundial del café 1990-2017, en miles de sacos de 60kg, por año agrícola**



International Coffee Organization, 2019

Mientras el consumo doméstico de países exportadores en el periodo 2000-2017 ha tenido una tasa de crecimiento anual del 3.7% (ver gráfico 2). Este comportamiento contrario a lo que se esperaría debido al crecimiento del precio de los productos diferenciados en los últimos años se explica a través de la elasticidad precio de la demanda del producto, que es muy baja.

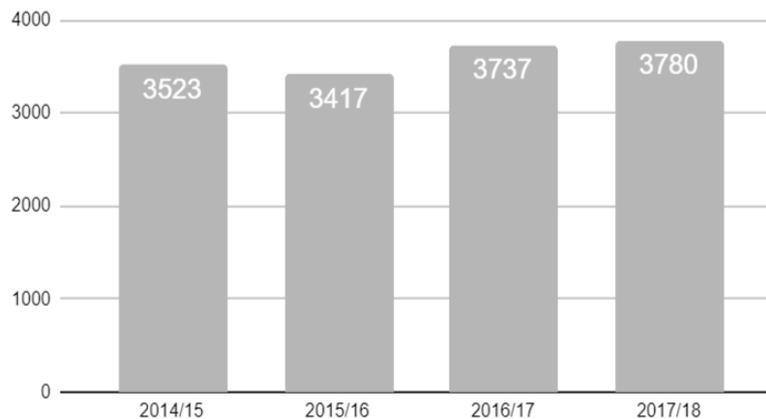
**Gráfico 2. Consumo doméstico del café de países exportadores, en miles de sacos de 60 kg**



International Coffee Organization, 2019

Por otro lado, las exportaciones de café tostado y molido alrededor del mundo han crecido a una tasa de 2.37% anual durante los 4 años agrícolas que comprenden el periodo 2014-2018 (ver gráfico 3). Este tipo de café guarda una relación importante con el papel de las empresas de torrefacción y molienda que controlan los criterios de calidad de la cadena.

**Gráfico 3. Exportaciones a nivel mundial de café tostado y molido 2014-2018, en miles de sacos de 60 kg, por año agrícola**



United States Department of Agriculture, 2019

Los principales países exportadores de estos tipos de café que poseen un alto valor agregado y destinado en su mayoría para consumo final son, en primer lugar La Unión Europea seguido de Suiza y Vietnam, México se posicionó en cuarto lugar al exportar 180 (miles de bolsas de 60 kg) en el año agrícola 2017-2018 (ver tabla 1).

**Tabla 1. Exportaciones café tostado y molido durante años agrícolas 2014-2018, cifras en miles de bolsas de 60 kg**

Años agrícolas	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Unión Europea	1 220	1 260	1 395	1 445
Suiza	975	1 040	1 150	1 225
Vietnam	457	550	550	550
México	175	200	155	180
Colombia	90	100	155	165
China	57	56	180	75
Indonesia	50	48	65	70
Brasil	28	28	31	20
Panamá	45	45	30	30
Nicaragua	20	10	10	10
Otros	406	80	16	10
<b>Total</b>	<b>3 523</b>	<b>3 417</b>	<b>3 737</b>	<b>3 780</b>

United States Department of Agriculture, 2019

### III. DESARROLLO DEL MERCADO Y LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ

#### 3.1 Producción nacional del café

El cafeto es un árbol que pertenece a la familia Rubiaceae, produce un fruto de color rojizo, aromático y de pulpa dulce que madura en alrededor de 35 semanas posteriores a la floración, según Quintero y Rosales (2014). La OIC asegura que entre las especies de mayor importancia en el mundo se encuentran el *Coffea arábica* (café arábica) y el *Coffea canephora* (café robusta) la bebida que deriva del cafeto es altamente consumida alrededor del mundo y las actividades agrícolas del café son de las más relevantes en el comercio internacional.

La producción y exportación de este cultivo es de gran importancia para los países en necesidades de crecimiento de las actividades agrícolas con impacto en la economía. Para México es un cultivo estratégico en el país, se cultivan dos variedades de café: robusta y arábica, alrededor del 80% de la

producción es objeto de exportación cuya producción emplea a más de 500,000 productores de 19 estados de la república (ver gráfica 4). En 2016 el café representó el 0.66% de la participación del valor de la producción con respecto al PIB agrícola y el 1.34% de la producción de bienes agroindustriales de acuerdo con SAGARPA (2017) este sector representa alrededor del 6% de la población económicamente activa de México (Pérez y Echánove, 2006). Según datos del SIAP, alrededor del 68% de la producción nacional se concentró en los Estado de Chiapas y Veracruz, a pesar de en los últimos años esta actividad se diversificado geográficamente. Según Flores (2015) durante el ciclo agrario 2012-2013 la producción cafetalera se concentró en Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca, y representó 94% del total de la producción, el 85% de la superficie cosechada y el 83% de los productores de café.

La tasa de crecimiento del valor de la producción del café cereza en el periodo 2010-2017 ha disminuido en alrededor de 6.5% anual, sin embargo existen periodos en los que esta tasa ha sido positiva, como es en los dos primeros periodos 2010-2011 y 2011-2012.

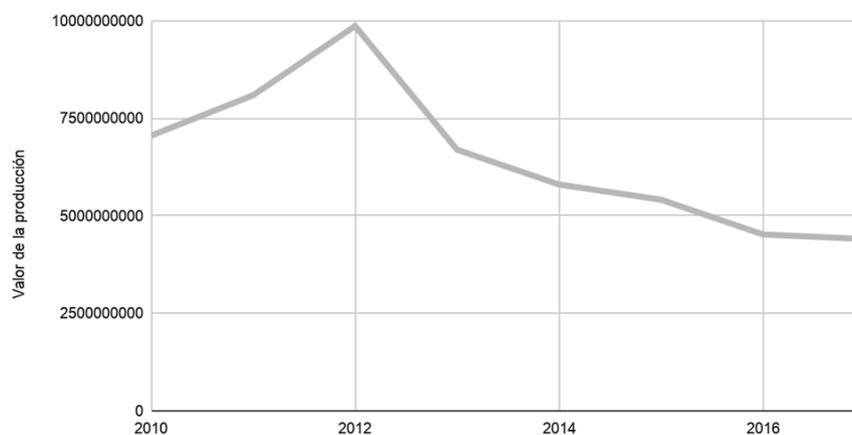
**Tabla 2. Producción nacional de Café Cereza, 2010-2017**

Año	Precio/tonelada (precios constantes a 2016)	Tasa de crecimiento anual	Valor de la producción*	Tasa de crecimiento anual
2010	4 874		\$7.056.481.554	
2011	5 433	11,47 %	\$8.091.356.265	14,67 %
2012	6 414	18,06 %	\$9.866.553.639	21,94 %
2013	5 077	-20,85 %	\$6.696.636.079	- 32,13%
2014	4 657	84,18 %	\$5.804.101.947	13,33 %
2015	5 103	9,59 %	\$5.414.783.836	-6,71 %
2016	5 186	1,63 %	\$4.523.893.439	-16,45 %
2017	5 275	1,72 %	\$4.407.406.600	-2,57 %

\*valores en moneda nacional. SIAP e INEGI, 2019

El precio promedio anual del café tipo cereza presentó un crecimiento anual de 1.14% en el mismo periodo de siete años (véase tabla 2) y a pesar de este decremento en el sector cafetalero, el café que se exporta en los últimos años ha aumentado su calidad, gracias a los productos que cumplen con los criterios de denominación de origen Pérez (2011).

**Gráfico 4. Producción nacional de café cereza 2010-2017, valores constantes 2016**



SIAP, INEGI 2019

Por otro lado, socialmente la cafecultura es una de las actividades económicas más importantes, ya que el 90% de la producción nacional proviene de minifundios (economía campesina o familiar) y en gran medida la población ocupada para la actividad agrícola es indígena, las mujeres representan un tercio de esta población. La actividad cafetalera ha sido un medio de desarrollo rural a través de las

denominaciones de origen y las marcas colectivas, aún si su producto no es diferenciado existen certificaciones como Fair Trade o la etiqueta Max Havelaar que garantizan precios de subsistencia a los productores, promueven la igualdad de género y castigan la explotación infantil (CEDRSSA, 2014). En favor del medio ambiente es una actividad que aprovecha la energía solar al ser una actividad que se realiza al descubierto, de igual manera las marcas ecológicas y orgánicas han cambiado los mecanismos de producción en favor de la salud y el medio ambiente, este último impacto ha sido significativo pues la demanda de estos productos ha crecido.

### 3.2 Cadena global de exportación del café

El proceso productivo del café es descrito por García y Olaya (2006) de la siguiente manera: en el primer eslabón de esta cadena se ubican los productores primarios, generalmente pertenecen a la economía familiar, y poseen menos de 5 hectáreas. Los procesos que se llevan a cabo son intensivos en trabajo, el inicio de esta cadena comienza con el *cultivo* que es ideal que se lleve a cabo a una altitud de entre 600 y 1200 metros sobre el nivel del mar, demanda zonas semiáridas y justo en la franja de transición entre las regiones ecológicas tropical y templada (CIMAT, 2006, citado en García y Olaya, 2006). En la tabla 3 se presentan los agentes involucrados en los procesos de producción, distribución, escalamiento productivo y su función en la cadena. También se identifica el papel de organizaciones cooperativas independientes con renombre en el sector.

**Tabla 3. Cadena global de exportación del café**

	<b>Producción primaria (5 hectáreas de café)</b>	<b>Distribución primaria</b>	<b>Distribución secundaria (grandes productores)</b>	<b>Exportación y consumo final</b>
<b>Agentes involucrados</b>	<b>Productores</b> Cafecultores <b>Instituciones</b> Planeación agrícola nacional de SAGARPA, AMECAFE, CIDEA, CENACAFE, CONAPROCAFE	<b>Cientes regionales</b>	<b>Productores</b> Cooperativa ISMAM, Unión de Comunidades Indígenas del Istmo, UCIRI, ISMAM, CEPCO, Majomut, MICHIZA, La Selva, Federación Indígena Ecológica, Tiemelonia Nich K Lum, Tosepan Titataniske, Unión Regional de Huatusco, REDCAFES <b>Acopio</b> AMSA, Jacobs, Expogranos, Becafisa-Volcafé, Max Havelaar, Nestlé	<b>Países importadores</b> Estados Unidos, España, Bélgica, Alemania <b>Instituciones</b> International Coffee Organization
<b>Valor agregado</b>	<b>Renta</b> - Recopilar, lavar y despulpar - Clasificación		Beneficiado húmedo, seco, el tostado molido, y la solubilización <b>Renta</b> Diferenciación de calidad que genera valor	- Costos de transporte - Estructura oligopólica - Exclusión de los mercados mundiales del café de mala calidad
<b>Mercancía convencional</b>	Café en cereza, en bola seca, pergamino		Café verde, molido y soluble	Café molido y soluble
<b>Requerimientos</b>	- Infraestructura - Conocimiento técnico - Capital para financiar producción mientras el inventario se	Cubrir certificados y control de calidad	- Instrumentos de administración de riesgos financieros - Maquinaria - Capital humano e intelectual - Propiedad ejidal - Certificados	- Certificado de calidad internacional - Certificación internacional para café orgánico y de comercio alternativo

	vende			
<b>Up-grading</b>			Café pergamino, orgánico, extracto de café y verde <b>Países importadores de café orgánico</b> Alemania, E.U.A. Bélgica, Suiza, Holanda, España	

Elaboración propia con datos de Pérez y Echánove 2006, Toledo y Moguel 1996, CEDRSSA, 2018

La segunda etapa abarca la *recolección* del fruto, para ello, los recolectores deben tener conocimiento previo respecto de la maduración y la calidad del fruto, para después *despulpar*, esto consiste en separar la pulpa de las semillas, si se cuenta con el conocimiento técnica y la maquinaria, se puede agregar valor en este eslabón a través de un *tratamiento* donde se seleccionan los granos. La distribución primaria se lleva a cabo entre los cafecultores de pequeña escala y clientes regionales.

Los grandes productores forman parte de la producción y distribución secundaria, son conformados por organizaciones colectivas o comunes, generalmente producen mercancías con denominación de origen, esta es una forma de abrir paso a comunidades rurales para adentrarse en las economías de mercado sin el riesgo de que los precios se encuentren sujetos únicamente a las fluctuaciones generadas por mercado y las especulaciones, lo que permite esto son los elementos culturales y ecológicos que van incluidos de manera implícita en el precio de la mercancía. Estos productores pueden aspirar a la exportación del producto ya terminado o generar valor a través del beneficio húmedo/seco y ofrecerlo como café verde hasta café pergamino.

Cabe mencionar la importancia de la diferenciación productiva que propician rentas en los procesos y generan valor. La desregulación de los mercados presiona a los productores a incrementar su competitividad a través de la diferenciación en las mercancías, es decir, el consumidor estará dispuesto a pagar un precio más alto si en general las condiciones de producción (fertilidad de la tierra, ubicación, cuidados) de una marca de café en específico son mejores que las condiciones de las marcas promedio, esto permite tener un mayor control en el precio del café y en el mercado según la calidad que posea.

Si los grandes productores no pueden pagar certificaciones internacionales o instrumentos de administración de riesgos financieros, los acopiadores compran y realizan procesos como el tostado, molido y/o solubilización, de lo contrario las cooperativas productoras que poseen la infraestructura, el capital y cumplen con los marcos legales e institucionales exportan el producto, ya sea terminado o bien en forma de café verde, como es el caso de Alianza Majomut de Chiapas, que tuvo origen en 1981 y exporta su producto en forma de café molido, cuenta con la certificación orgánica CERTIMEX y es considerado un producto artesanal. En el sitio web My Coffee Box:

Esta es una organización que agrupa a más de 1,000 familias de productores de café de 35 comunidades indígenas, de las etnias tseltal y tsotsil de la región de los Altos de Chiapas [...] se distingue por el desarrollo de una línea de trabajo en el que fomenta la participación de las mujeres y apunta a una democracia interna de las organizaciones cafetaleras. (My Coffee Box, s/a)

### 3.3. El café de especialidad

El café de especialidad surge como una alternativa frente la crisis que sufrieron los países productores café ante la liberación del precio, esta estrategia induce a producir un café con cualidades diferentes a las del café convencional, por las cuales los clientes están dispuestos a pagar un precio por encima del convencional. Las cualidades incorporadas a las nuevas formas de producción se determinan bajo criterios sociales o estándares específicos de cultivo y comercialización como el impacto favorable al medio ambiente, los mecanismos de comercio justo e incluso la participación de las mujeres en los procesos de producción. El cofundador y primer presidente de La Asociación de Cafés Especiales (SCA), (Kramer, 2001: 4) define un café de especialidad como “una calidad artesana de café —entendido como bebida—, juzgada por un consumidor en un mercado limitado, que aprecia una calidad y un gusto único y personalizado, diferente de las demás bebidas de café en oferta. La bebida debe proceder de granos de café de un área definida, con un cultivo que tienda a alcanzar los mejores parámetros de café verde. La bebida se hará con café tostado, almacenado y elaborado de forma que se alcancen los mejores estándares artesanos.”

**Tabla 4. Clasificación de cafés de especialidad**

Tipo de café	Nivel de calidad del grano	Criterio de diferenciación	Características
Café de alta calidad	Alto	La calidad del grano verde determina buena parte de la calidad de la infusión.	La calidad del grano verde se clasifica por el número de imperfecciones en el exterior del grano, la humedad y la variación de tamaño de grano indicado.
Gourmet	Alto	Su valor aumenta en la medida en que la calidad sea constante en el tiempo.	Se deriva del café de alta calidad, se produce generalmente en volúmenes reducidos, se asocia a un origen único.
Sustentable	La calidad no es condicionante	Cumplen con estándares de prácticas sustentables.	Garantiza prácticas agrícolas ecológicas, sanitariamente inocuas y comercialmente equitativas. Requieren sellos/certificaciones por agencias que vigilen el cumplimiento de los estándares.
Orgánico	La calidad no es condicionante	Conserva la salud del productor, el consumidor y conserva el medio ambiente.	Es un tipo de café sustentable, se cultiva sin pesticidas ni agroquímicos. Su comercialización requiere certificación.
Café de sombra	La calidad no es condicionante	Evita la deforestación y conserva la biodiversidad	Café sustentable, llamado amigable con las aves, se identifica con el sello Bird Friendly y la marca Rain Forest.
Café de comercio justo	La calidad no es condicionante	Principios de comercio equitativo	Se identifica con el sello Max Haavelar, Transfair, Fair Trade, entre otros. Intenta mejorar las condiciones económicas y sociales del pequeño productor garantizando un precio mínimo de compra-
Café Denominación Origen Geográfico	Alto	Escasez, denominación de origen.	Proviene de zonas específicas con microclimas, suelos y condiciones de alturas particulares, además de un determinado manejo agroecológico, como el café Pluma Hidalgo de México.
Tuestes oscuros	Depende de la mezcla	Su valor aumenta con relación al tiempo de tostado	Se puede obtener a través de mezclas, es utilizado para la preparación de bebidas específicas. Constituyen el 15% del mercado de los cafés especiales.

Elaboración propia con datos de Escamilla y Landeros, 2016, Castro et al., 2004

Según Guadarrama et al. (2002) y Escamilla et al. (2006) México tiene una creciente participación en los mercados de especialidad y se encuentra en los primeros lugares en la producción de café orgánico certificado y en el comercio justo. Sin embargo, es preciso delimitar las características de un café de especialidad, ya que un café de especialidad no es necesariamente de alta calidad, este debe incluir elementos de compleja ponderación como son los gustos y preferencias del consumidor (Escamilla y Landeros, 2016:15). Los caficultores que provienen de pequeñas comunidades poseen las ventajas competitivas que permiten desarrollar estrategias en la producción de café diferenciado gracias a las condiciones de los cafetales, como la especificación de origen geográfico, la identidad cultural de los pueblos y las condiciones socioculturales de los productores indígenas. El cultivo del café orgánico, los cafés sustentables y de comercio justo funcionan como nuevos modelos de desarrollo regional en estados como Chiapas, Veracruz y Oaxaca.

La oferta de los diferentes tipos de café de especialidad va dirigida a consumidores que son sensibles a problemas medioambientales, de igualdad de género y justicia social, y que están dispuestos a cubrir estos costos sociales a través de la adquisición de estos productos, además tienen el suficiente poder económico para pagar un sobreprecio por la mercancía. La primera experiencia de cultivo orgánico en México apareció en los años 60 en la Finca Irlanda, Chiapas y la primera exportación hacia Europa surgió de una cooperativa de pequeños productores de café en el año 1985 (CEDRSSA, 2018).

La demanda del café orgánico ha crecido en los últimos 20 años, la tasa de crecimiento anual de la comercialización de café orgánico certificado a nivel mundial, durante la primera década de los años 2000 fue de 48% (Escamilla y Landeros, 2016). En 2002 México concentró el 66% de la producción mundial de café orgánico, (Escamilla et al., 2006) en 2005 la superficie cultivada de café orgánico en México con respecto del total nacional representó el 9.9% y empleó a 5.8% de los productores de café. El estado de Chiapas concentró el 57.9% de los productores y el 64.7% de la superficie del café orgánico en México, más del 70% de producción nacional de café orgánico provino de Chiapas. En el ciclo de producción 2004-05 se exportaron 335,500 sacos de café oro (Escamilla, et al., 2006). Según Giovannucci et al. (2008) México cubre el 7% de la demanda estadounidense de café de comercio justo.

Actualmente la producción de café de especialidad se concentra en los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla y proviene de pequeños caficultores (en su mayoría indígenas) organizados en cooperativas que cuentan con algún sello o marca nacional/internacional y exportan de manera directa a mercados de especialidad, entre ellas se encuentran “UCIRI, ISMAM, CEPCO, Majomut, MICHIZA, La Selva, Federación Indígena Ecológica, Tiemelonla Nich K Lum, Tosepan Titataniske, Unión Regional de Huatusco y REDCAFES [...] Los principales destinos del café orgánico son Estados Unidos, Alemania, Holanda, Suiza, Japón, Italia, Dinamarca, España, Francia, Australia, Inglaterra y Bélgica.” (CEDRSSA, 2018: 16). En 2018 México se posicionó como el segundo productor más importante en el mundo de café orgánico, con un volumen de producción de 350 mil sacos de 60 kilos, y como el primer proveedor a nivel mundial, en el mismo año exportó 28 mil toneladas a países europeos (CEDRSSA, 2018).

#### **IV. ANALISIS DE LA CADENA GLOBAL DE VALOR EN HIDALGO**

##### *4.1 Descripción de la cadena de valor local*

La cadena de producción del café en el Estado de Hidalgo se presenta en la Tabla 5, se muestran los actores, el rol que mantienen en cada etapa de la producción, así como las limitantes que enfrentan los campesinos hidalguenses en su contexto.

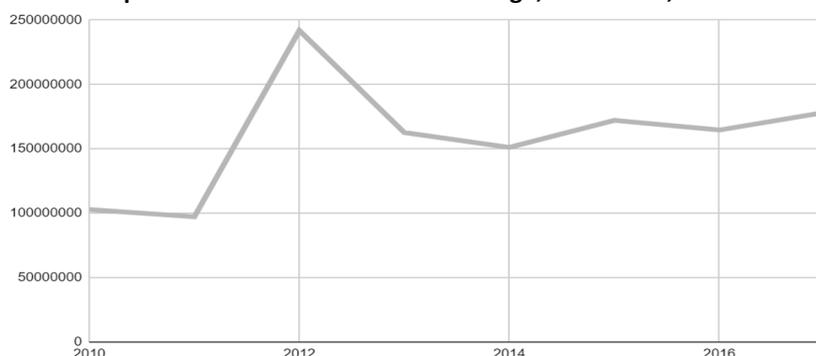
**Tabla 5. Cadena de valor del café en Hidalgo**

	<b>Producción primaria (5 hectáreas de café)</b>	<b>Distribución primaria</b>	<b>Distribución secundaria (grandes productores)</b>	<b>Consumo final</b>
<b>Agentes involucrados</b>	<b>Productores</b> Cafeticultores de la zona otomí-tepehua  <b>Instituciones</b> SEDECO, Consejo Hidalguense del café, AMECAFE, CIDEA, CENACAFE, SAGARPA, IMPI, SEDAGRO	<b>Cientes regionales</b>	<b>Productores</b> Café Calnali, Quinta florencias, Café Tenango de Doria, Cafétti, Café Tenanko, Productores agrícolas de San Bartolo, Sociedad Productores Unidos de la Sierra Alta de Hidalgo.  <b>Acopio</b> Compromex, Sabormex, AMSA, Nestlé, Becafisa, Expo granos mexicanos, CAPESA, COSCAFE	Tiendas de autoservicio en la región  <b>Marco institucional</b> Marca “Manos Indígenas Calidad Mexicana”

Elaboración propia

Se ha realizado un análisis estadístico a partir de datos recopilados del SIAP del volumen de la producción, la evolución de los precios y el valor agregado de los municipios del Estado de Hidalgo (ver gráfico 5).

**Gráfico 5. Valor de la producción de café cereza en Hidalgo, 2010-2017, valores constantes 2016**



SIAP e INEGI, 2019

La tasa de crecimiento anual del valor de la producción en el periodo 2010-2017 fue de 8.17% en promedio, mientras el precio por tonelada del café cereza aumentó a una tasa de anual promedio del 5.04% (véase tabla 6) en el periodo comprendido. El año con la tasa de crecimiento del valor de la producción más alta fue el 2012 (148%), para este año el precio creció en una tasa de 132%.

**Tabla 6. Producción hidalguense de Café Cereza, 2010- 2017**

<b>Año</b>	<b>Precio/tonelada (precios constantes a 2016)</b>	<b>Tasa de crecimiento anual</b>	<b>Valor de la producción*</b>	<b>Tasa de crecimiento anual</b>
2010	3 479		\$102,872,384.24	
2011	3 605	3,59%	\$97,274,775.00	-5,44%
2012	8 381	132,48%	\$241,963,805.93	148,74%
2013	4 824	-42,44%	\$162,729,051.96	-32,75%
2014	3 907	-19%	\$151,209,462.30	-7,08%
2015	4 986	27,62%	\$172,173,814.92	13,86%
2016	5 167	3,61%	\$164,677,889.63	-4,35%
2017	4 915	-4,94%	\$178,268,272.97	8,25%

\*valores en moneda nacional. SIAP e INEGI, 2019<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Precios y valor de la producción han sido deflactados con el Índice de precios al consumidor año 2016 de la página oficial INEGI.

Los productores más importantes en el año 2016 fueron las regiones de Huehuetla, Huejutla de Reyes y Pisaflores, aportando el 19%, 12.6% y 13.7% respectivamente. Dichas regiones concentran el 45.3% de la producción total del año. Los precios más altos por tonelada se detectaron en los municipios de Huejutla de Reyes, Huehuetla, Huazalingo y en Agua Blanca de Iturbide que se situaron entre \$6 500 y \$7 100 pesos mexicanos por tonelada.

En comparación, durante el año 2017 el volumen de la producción se concentró en los municipios de Huejutla de Reyes, Jaltocán y San Felipe Orizatlán, aportaron el 53% del volumen de la producción estatal del café, este volumen creció en promedio 13% respecto del año 2016. En 2017 el valor de la producción se concentró en 54% en los municipios de Huehuetla, Pisaflores y San Bartolo Tutotepec, con una tasa de crecimiento estatal de 8.25% con respecto del 2016. Sin embargo, estos municipios presentan un índice de rezago social alto y medio, que representa un limitado acceso a la educación, servicios básicos de salud, vivienda y a la calidad de vivienda (ver tabla 7).

**Tabla 7. Nivel de índice de rezago de los mayores productores de café cereza en Hidalgo, 2015**

<b>Municipio</b>	<b>Índice de rezago social<sup>5</sup></b>
Huehuetla	Alto
Huejutla de Reyes	Medio
Agua Blanca de Iturbide	Medio
Pisaflores	Alto
Huazalingo	Alto
Jaltocán	Medio
San Felipe Orizatlán	Medio
San Bartolo Tutotepec	Alto

Coneval, 2019

#### 4.2 Problemáticas para la producción local

Para López (2002) en el artículo *“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”* se identifican algunas problemáticas sociales en la industria cafetalera, que se presentan principalmente en las pequeñas poblaciones productores de café entre ellas destacan: el precio de comercialización es impuesto por el mercado y las grandes acopiadoras; la infraestructura para facilitar el comercio es limitado ya que se ubican en zonas marginadas (redes de carreteras y servicios de telecomunicación). En términos de calidad, los pequeños productores aun necesitan trabajar en la estandarización del producto, sin embargo no disponen de capital financiero, humano e intelectual suficiente, por otro lado, alrededor del 75% de los productores desconocen el costo de producir una hectárea de café. Debido a los altos costos de producción y a la variación de los precios que remuneran los intermediarios locales, los campesinos dejan perder la huerta. Las limitadas fuentes de empleo locales hacen más dependientes a los campesinos del ingreso de la cafeticultura (el 25% de los productores de café en Hidalgo dependen totalmente de ese ingreso). Además, los cafetaleros carecen de conocimientos para diversificar su producto de acuerdo a los requerimientos de los mercados. Por último, se identificó a través de una encuesta realizada en este año a productores de la marca café Cafétti, originaria de San Bartolo Tutotepec, que a pesar de los programas de apoyo en el cultivo del café por parte de las secretarías gubernamentales, en los últimos años, la oferta de mano de obra para trabajar la planta del café ha disminuido en la región.

<sup>5</sup> El Índice de Rezago Social es una medida ponderada que resume cuatro indicadores de carencias sociales (educación, salud, servicios básicos y espacios en la vivienda) en un solo índice, o se trata de una medición de pobreza, ya que no incorpora los indicadores de ingreso, seguridad social y alimentación (Coneval, 2019).

En el caso de Hidalgo, la situación de la cafecultura es compatible con las condiciones de producción estudiadas por Castillo et al. y Guadarrama et al., ambos citados en Escamilla et al. (2006):

La elevada e incontenible migración de productores, el abandono de las plantaciones, el enorme impacto ambiental al sustituir cafetales por otros cultivos más agresivos con la ecología, los niveles de incidencia de la broca del grano, la disminución de la producción y exportación de café mexicano y, sobre todo, la dramática caída del nivel de desarrollo humano en las regiones cafetaleras.

Así, la producción de café se enfrenta a una crisis por el abandono estructural y las variaciones en los precios. El estudio de caso de la Cadena global del café en la región otomí Tepehua indica que la cafecultura en el mejor de los casos se mantiene como una actividad de subsistencia y en algunos casos se transita a otras actividades como la ganadería, en la cual los cafecultores necesitan ampliar la frontera de los pastizales, en muchos casos desmontando el cafetal con impactos ecológicos importantes, así como la pérdida de conocimientos campesinos e identidad cultural.

## **CONCLUSIÓN**

La cadena global de valor del café presenta alta concentración en los eslabones con mayor disponibilidad de capital y capacidad para invertir en maquinaria, estas empresas mantienen el control de la calidad e imponen los criterios a los pequeños productores. Aunque México es un productor de café con capacidad de competir en el mercado internacional por las oportunidades vinculadas con el café con diferenciación productiva como el orgánico, de especialidad, gourmet, de comercio justo etc., se encuentra que los pequeños productores son los que sostienen la base de la producción, con limitados apoyos institucionales. Estos producen en tierras cuya extensión es menor a cinco hectáreas en promedio. En Hidalgo este patrón se mantiene, los cafecultores poseen medios limitados para incrementar el valor del café de acuerdo a las especificaciones de calidad que demanda el mercado, no tienen la suficiente capacitación ni disponibilidad de capital para acceder a los nichos de mercado mencionados. Además a diferencia de otros estados cafetaleros como Oaxaca y Chiapas, en Hidalgo la organización de cooperativas autónomas no presenta la misma fuerza organizativa.

Entre los límites de la producción hidalguense se encuentran las dificultades para reconocer el costo de producción por hectárea. Así como poner en práctica estrategias para impulsar la diferenciación productiva y de calidad, por los costos de inversión que representan. Además el precio de comercialización es determinado por los intermediarios. Por otro lado, la cafecultura en Hidalgo se localiza en municipios con alto y medio rezago social, por lo que la cosecha de dicho commodity no está asociado con la disminución de este indicador. Aunque existen posibilidades de mejorar el precio del grano, la diferenciación que produce rentas no se encuentra al alcance de todos los productores. En la agroindustria del café, la diversificación del producto y las denominaciones de origen en México, han permitido que algunos pequeños productores tengan parcialmente un control acerca del precio al cual van a ofertar su mercancía, aunque en algunos casos la falta de información técnica o financiamiento ha frenado el potencial de comunidades que pueden iniciar cadenas globales de valor. De ahí identificar el papel de los actores locales como las secretarías de gobierno, los técnicos e intermediarios en la producción de café con calidad y que este se remunere a mejores precios.

## REFERENCIAS

- Akiyama, T. y Varangis, P.**, (1989), "Impact of the International Coffee Agreement's Export Quota System on the World's Coffee Market" en *Policy, Planning and Research*. [En línea]. Washington DC, disponible en: <http://documents.worldbank.org/curated/en/721281468739224011/pdf/multi-page.pdf> [Accesado el día 27 de Septiembre de 2019]
- Calo, M. y Wise, T. A.**, (2005), "Revaluing peasant coffee production: Organic and fair trade markets in Mexico" en *Global Development and Environment Institute at Tufts University*. [En línea]. Boston, disponible en: <http://ase.tufts.edu/gdae/> [Accesado el día 25 de Julio de 2019]
- CEDRSSA.** (2014). Producción y mercado de café en el mundo y en México en CEDRSSA. [En línea]. México, disponible en: <http://www.cedrssa.gob.mx> [Accesado el día 20 de Julio de 2019]
- CEDRSSA.** (2018). Reporte el café en México diagnóstico y perspectiva en CEDRSSA. [En línea]. México, disponible en: <http://www.cedrssa.gob.mx/>
- CONEVAL.** (2019). "Medición de la pobreza" en *CONEVAL*. [En línea]. México, disponible en: <https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Que-es-el-indice-de-rezago-social.aspx> [Accesado el día 18 de Julio de 2019]
- Escamilla, et al.**, (2006), "El agroecosistema café orgánico en México" en *Manejo Integrado de Plagas y Agroecología* (Costa Rica). Número 76. pp. 5-16.
- Escamilla, E. y Landeros, C.**, (2016) *Cafés diferenciados y de especialidad*. México, Universidad Autónoma de Chapingo/COFUPRO/CENACAFE/SAGARPA.
- Flores, F.**, (2015), "La producción de café en México: ventana de oportunidad para el sector agrícola en Chiapas" en *Espacio I+ D, innovación más desarrollo*. Volumen 4, número 7. Febrero 2015, pp. 174-194.
- García, R. G. y Olaya, E. S.**, (2006), "Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café" en *Cuadernos de administración*. Volumen 19, número 31. Enero-Junio 2006, pp. 197-217.
- Gilbert, C. L.**, (1996), "International commodity agreements: an obituary" en *World Development*. Volumen 24, número 1, pp. 1-19.
- Hopkins, T. K. y Wallerstein, I.**, (1986), "Commodity chains in the world-economy prior to 1800" en *Review (Fernand Braudel Center)*, volumen 10, número 1, pp. 157-170.
- Inegi.** (2019). "Índice Nacional de Precios al Consumidor". en *INEGI*. [En línea]. México, disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/inpc/2018/> [Accesado el día 18 de Julio de 2019]
- Kramer A.**, (2001). Café de especialidad. [En línea]. disponible en: <http://www.forumdelcafe.com/biblioteca/el-cafe-de-especialidad>
- López, M.F. y Carrión, A.**, (2018), "Geografía, economía y territorios rurales en América Latina: presentación del dossier" en *Revista de Desarrollo Económico Territorial*. Número 14. pp. 7-22.
- López, S.**, (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-Tepihua en el estado de Hidalgo" en *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*. Volumen 33, número 131. Octubre 2002.

**My Coffee Box.** (s/a). “Café orgánico Majomut” en *My Coffee Box*. [En línea]. México, disponible en: <https://mycoffeebox.com/cafe-organico-majomut/> [Accesado el día 25 de Julio de 2019]

**Pérez P. y Echánove, F.**, (2006), “Cadenas globales y café en México” en *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*. Número 38. pp. 69-86.

**Pérez, P.**, (2007), “Las transformaciones institucionales en la producción y comercialización internacional del café en el siglo XX e inicios del XXI” en *Problemas del desarrollo*. Volumen 3, número 150. pp. 107-132.

**Pérez, P.**, (2011), “Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?” en *Revista Geográfica de América Central*. Volumen 2. Julio-Diciembre 2011, pp. 1-22.

**Ponte, S.**, (2002), “The ‘Latte Revolution’? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain” en *World Development*. Volumen 30, número 7. Julio 2002, pp. 1099-1122.

**Quintero, M. L. y Rosales, M.**, (2014), “El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad” en *Visión Gerencial*. Número 2. Julio-Diciembre 2014, pp. 291-307.

**SAGARPA.** (2017). “Planeación agrícola nacional 2017” en *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación*. México, disponible en: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/255627/Planeaci\\_n\\_Agr cola\\_Nacional\\_2017-2030-\\_parte\\_uno.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/255627/Planeaci_n_Agr cola_Nacional_2017-2030-_parte_uno.pdf)

**Santos, M.**, (1993), “Espacios de globalización” en *Anales de geografía de la Universidad Complutense*. Volumen 13. pp. 69-77.

**SIAP.** (2019). “Producción agrícola” en SIAP. [En línea]. México, disponible en: <https://www.gob.mx/siap/acciones-y-programas/produccion-agricola-33119> [Accesado el día 18 de Julio de 2019]

**Toledo, V. M. y Moguel, P.**, (1996), “El café en México, ecología, cultura indígena y sustentabilidad” en *Ciencias*. Número 43. julio-septiembre 1996, pp. 40-51.