

La economía de la producción y comercialización del café en la Sierra Sur, Costa e Istmo del Estado de Oaxaca: Resultados Preliminares.

Beatriz Avalos-Sartorio *
María del Rosario Becerra Ortiz **

Antecedentes

El inicio del cultivo de café en México se remonta a principios del siglo XVIII. Introducido en 1796, la semilla de café, de procedencia cubana, se cultivó primero en el municipio de Córdoba, Veracruz. En el año de 1802 se realizó la primera exportación, que fue de 272 quintales³ de café, por el Puerto de Veracruz. Pero el país realmente comenzó a exportar de una manera ininterrumpida en 1882 (Villaseñor, 1987). Hoy en día, aproximadamente el 90% del café que se produce en el país se exporta.

En la actualidad dieciseis estados de la República Mexicana producen café, entre los que se encuentra el estado de Oaxaca, en donde los cafetales abarcan el 24% de la superficie total agrícola del estado. Setecientos setenta y un comunidades, en ciento veinticuatro municipios distribuidos en siete regiones en el estado son considerados como cafetaleros. En ellos habitan 58 mil cafecultores con sus familias, que producen

aproximadamente el 14% del café del país. Al igual que en el resto de las zonas cafetaleras del país, los municipios de mayor incidencia de pobreza en el estado coinciden cercanamente con los cafetaleros, que también se caracterizan por su alta proporción de población indígena (CECAFE, 1997). La zona cafetalera de la Costa de Oaxaca se ubica a partir de los 300 m.s.n.m. hasta los 1,500 m.s.n.m., dentro de la Región Hidrológica 21 (RH21) definida por el INEGI.⁴ En esta zona producen y comercializan café unas 17 mil familias que cultivan unas 86 mil hectáreas de café, casi la mitad de la superficie estatal de café. Estas familias cafecultoras producen la mitad de la producción del estado (CECAFE, 1997).

La gran paradoja de la producción de café en Oaxaca, y especialmente en la zona costera, es que a pesar de que ésta contribuye de manera importante a la entrada de divisas al país, prácticamente todas las familias cafetaleras viven en la extrema pobreza. Los deprimidos precios internacionales del café durante la década de los 90s, en combinación con la reestructuración del sector público en México durante el periodo, (por ejemplo, la desaparición del Instituto Mexicano del Café⁵), aunados a la crisis financiera del país desde 1995, han resultado en un aumento en los niveles de pobreza en las zonas cafetaleras de la

¹ Esta nota se basa en la investigación de campo realizada por las autoras a partir de Octubre de 1998, y que ha sido cofinanciada por la Universidad Iberoamericana y la Universidad del Mar. La información presentada se basa en entrevistas informales con productores y con organizaciones de productores, con compradores y con funcionarios públicos involucrados en programas de apoyo a la cafecultura. Por solicitud explícita de los entrevistados, no se mencionan nombres de individuos ni de empresas; únicamente los nombres de bancos, instituciones de gobierno, ONGs y organizaciones de productores.

² Ambas autoras son profesoras-investigadoras de la Universidad del Mar.

³ Un quintal de café oro pesa 46 kilos, y equivale a aproximadamente 57 kilos de café pergamino; es decir, café que aún contiene la cáscarilla que rodea a la semilla.

⁴ Su rango de longitud va de los 95.2° (cerca de Salina Cruz) a los 97.8° (cerca de las lagunas de Chacahua); una distancia en línea recta de aproximadamente 280 kilómetros, e incluye unos 32 municipios.

⁵ Durante el gobierno del presidente Alemán se creó la Comisión Nacional del café con el fin de fomentar el cultivo y beneficio del café, para la generación de divisas que apoyaran el pago de las importaciones de bienes de capital necesarios para el desarrollo del país. Posteriormente, la Comisión fue reemplazada por el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE) (Villaseñor, 1987).

* Profesora-investigadora y Jefa de la División de Estudios de Postgrado, Universidad del Mar.

** Profesor-investigador, Instituto de Industrias. Universidad del Mar.

región. Tales condiciones de deterioro económico han forzado a muchos productores de café a destruir parte de sus cafetales para dedicar esa superficie al cultivo del maíz – el cual ya no pueden comprar por falta de ingresos monetarios suficientes — y a talar los bosques de coníferas y encinos para madera, como fuente alternativa de ingresos monetarios. Esto está causando además daños ecológicos importantes, que llegan hasta la zona marítimo-terrestre y tienen el potencial de afectar, inclusive, la economía pesquera y turística de la Costa Oaxaqueña.

La presente nota es un esbozo de los principales aspectos que caracterizan a la economía cafetalera de la Costa de Oaxaca, incluyendo por un lado lo que se conoce como “cultura empresarial”, y por el otro el marco socioeconómico en el que se desenvuelve la cafecultura, así como aspectos de capacitación, de comercialización, y de financiamiento. De dicho esbozo se derivan un diagnóstico general y una serie de recomendaciones concretas sobre situaciones que es necesario cambiar o acciones que se deben emprender, si es que se quiere revertir el proceso de empobrecimiento de las familias cafetaleras y los daños ecológicos a él relacionados.

La Cultura Empresarial de los Cafecultores

Los productores de café en la Costa de Oaxaca, aún muchos de los grandes productores, tienen una tradición de organización, sobre todo para la comercialización. Esta cultura de la organización se originó con los mecanismos de trabajo del INMECAFE, y ha continuado como estrategia de supervivencia ante la desaparición del propio INMECAFE a fines de los 80s, y con éste, de una amplia red de beneficios y garantías – como el crédito barato, los precios de garantía, y los servicios de asistencia técnica y de comercialización del café tanto en el mercado nacional como en el internacional. La cultura de la organización también ha constituido una estrategia de supervivencia ante una estructura oligopólica de los servicios crediticios, y un mercado de café en el que el productor tiene pocas alternativas de venta por su aislamiento geográfico y la falta de información de mercado, que a su vez conllevan a situa-

ciones de “costos interrelacionados” en el que el comprador es a su vez el que financia al productor. Por último, la organización ha sido la estrategia para tener acceso a los programas de apoyo Federales y estatales, dispersos en una multiplicidad de programas de diferentes instituciones públicas, y hoy canalizados a través la organización paraguas reconocida por el Gobierno Estatal y Federal, el Consejo Estatal del Café de Oaxaca (CECAFE). Sin embargo, el fracaso de muchas organizaciones (por la crisis económica del país y/o por falta de experiencia administrativa y/o por corrupción) es causa de que muchos productores prefieran no pertenecer a ninguna organización, a pesar de sus beneficios potenciales.

Tan solo en la costa de Oaxaca existen múltiples organizaciones cafetaleras, algunas de ellas con ámbitos de operación en todo el estado, otras con operaciones de nivel nacional, y con frecuencia no restringidas a actividades relacionadas con el café. Las principales organizaciones incluyen: a) la Unión Estatal de Productores de Café de Oaxaca-Confederación Nacional Campesina (UEPCO-CNC); b) la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO); c) la Confederación Mexicana de Productores de Café en el Estado de Oaxaca (CMPC), con grupos locales como 1° Centenario; d) la Unión Campesino-Indígena “Cien Años de Soledad” (UCI); e) Cafetaleros Unidos de la Costa (CUCOS); f) la Confederación Nacional de Productores de Café-Unión Estatal de Productores de Café de la Propiedad Rural en el Estado de Oaxaca (CNPR), con grupos locales como La Siglo XXI; g) la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI); h) La central Independiente de Obreros Agrícolas y Campesinos (CIOAC-UNACAFEC SA); e i) la Unión de Organizaciones Productoras Indígenas de Café en el Estado (UOPICAFE), con grupos locales como La Flor del Café, Los Chatinos, Los Cinantecos, La Central de San Mateo Piña, y Benito Juárez. Algunas organizaciones pertenecen, incluso, a organizaciones internacionales. La Flor del Café, por ejemplo, pertenece al Frente de Cafetaleros Solidarios de América Latina, cuya sede está en Costa Rica.

Algunas organizaciones han desarrollado estructuras administrativas que se han sofisticado

con el tiempo de existencia de la organización y conforme ha crecido el número de socios. El caso más evidente en la zona es el de la UCI. La organización se creó hace 19 años, y tiene 640 socios legales. Pero en el programa de producción y comercialización de café participan 1,250 familias de 18 comunidades. Los socios son los dueños de los activos, tanto de la UCI, como de la empresa comercializadora de café.

La UCI propiamente dicha (distinta de su empresa comercializadora) tiene un Consejo de Administración compuesto de: a) Delegados de los Comités de Comunidades; y b) una Mesa Directiva (Presidente, Secretario, Tesorero, y Vocal de Control y Vigilancia). Cada Comité de Comunidad tiene además su Mesa Directiva, con un Presidente (que no necesariamente es el Delegado del Comité ante el Consejo de Administración de la UCI), un Secretario, un Tesorero, y un Vocal de Control y Vigilancia. La Mesa Directiva es nombrada por los Delegados. El Consejo de Administración está constituido por 32 Comités de las comunidades participantes en el programa del café. Cualquier Comité que represente a más de 10 personas tiene voz y voto en las decisiones del Consejo de Administración. La empresa comercializadora también tiene su Consejo de Administración, con cuatro miembros (Presidente, Secretario, Tesorero, y Vocal de Control y Vigilancia), nombrado por los 640 socios legales. Los miembros del Consejo de Administración de la Empresa no pueden coincidir con los de la Mesa Directiva del Consejo de Administración de la UCI. La Mesa Directiva de la UCI se elige cada dos años. Existen además reglas de disciplina estrictas en las asambleas. Por ejemplo, en las asambleas de los Comités de Comunidad de la UCI, las cuales se llevan a cabo cada dos meses, el productor con tres faltas consecutivas no justificadas deja de tener derecho a entrar en los programas de la UCI. Los retardos de más de 15 minutos se pagan con \$10 de multa en caso de un productor, y con \$50 en caso de un directivo, y se prohíbe la entrada a personas en estado de ebriedad.

El cafetalero lo es por necesidad económica, dada la pobreza prevaleciente en la región, y las escasas oportunidades de trabajo alternativo. Lo es por tradición, dado lo complejo de la activi-

dad, que implica conocimiento suficiente para tomar decisiones sobre producción, transformación y comercialización. La edad de los cafetales, en ocasiones hasta de 90 años, es otro indicador de que la cafecultura no es una actividad nueva en la región. El café es además parte importante de la dieta diaria de las familias productoras. Tanto productores como acopiadores están orgullosos de su cafetal, del café que logran obtener, y presumen de su conocimiento sobre las plantas, los procesos de beneficio, y las calidades.

Un aspecto en el que todos se declaran estar "a la deriva", es con relación al mercado: los productores se sienten víctimas de los acopiadores, estos últimos dicen depender de las grandes empresas exportadoras. Algunos pequeños acopiadores, sin embargo, parecen derivar gusto en dedicarse a un mercado tan altamente especulativo, en cuyo caso son amantes del riesgo en el sentido económico del término. Otro aspecto que desde el ciclo 1994/95 ha deprimido los ánimos hasta de los cafetaleros de más tradición ha sido la escasez del crédito, su alto costo, y el incremento en las garantías solicitadas por los bancos privados y de desarrollo.

Marco Socioeconómico

Pueden distinguirse tres clases de microempresarios cafetaleros: los productores, los pequeños acopiadores,⁶ y los que realizan ambas actividades. Los registros del CECAFE indican que existen aproximadamente 17,000 productores de café en la región, con un promedio de 5 hectáreas de café por productor. Prácticamente todos los productores procesan su café: lo despulpan, lo fermentan, lo lavan, y lo secan; todo esto al nivel casero, en un proceso conocido como *beneficio húmedo*. El productor es generalmente el hombre, jefe de familia. La mujer se encarga de realizar el beneficio húmedo y el secado. El hombre es generalmente el que se encarga de la venta del café resultante del proceso, o café *pergamino*. Frecuentemente los demás miembros de la familia, incluyendo los hijos menores de edad y los abuelos

⁶ Se excluye en esta definición a los acopiadores ya constituidos legalmente como empresas y registrados ante la Secretaría de Hacienda, y que son los que tienen grandes almacenes con la maquinaria para llevar a cabo el beneficio seco del café, que lo transforma de café pergamino a café oro.

participan activamente en la cosecha y en el *beneficio húmedo*. Los pequeños acopiadores y los productores-acopiadores son siempre hombres. Aunque se desconoce el número total de pequeños acopiadores, existe por lo menos un acopiador en cada una de las 35 Cabeceras Municipales de la región cafetalera de la costa. Es la impresión de las autoras que casi todos los pequeños acopiadores son también productores de café.

La proporción de mujeres jefas de hogar es relativamente alta, a juzgar por la proporción de mujeres socias en las organizaciones. En la UCI, por ejemplo, el 29% de los socios son mujeres, y en la Flor del Café, con 64 socios, el 20% son mujeres. En estos casos, la mujer es la microempresaria, pues toma las decisiones sobre la producción, la transformación y la venta del café, independientemente de que ella realice o no estas actividades personalmente.

Entrevistas puntuales con productores y líderes de organizaciones indican que la edad promedio de los cafecultores se encuentra entre los 40 y los 60 años. El nivel de escolaridad del productor y el pequeño acopiador promedio es extremadamente bajo; la mayoría han cursado la primaria cuando mucho. De hecho, una proporción importante de los productores solamente habla bien el zapoteco. Tanto la baja escolaridad como el manejo parcial del idioma español de muchos productores son factores que explican en mucho la prevalencia de estructuras no competitivas en los mercados de insumos y productos.

El café representa, en promedio, el 70-90% del ingreso familiar, dependiendo sobre todo de la altura sobre el nivel del mar en la que se encuentre el productor. En las zonas cafetaleras más bajas, la importancia del café en el ingreso familiar es menor que en las zonas altas, porque en las primeras las temperaturas más calurosas permiten no solamente el cultivo del maíz y el frijol para autoconsumo, sino además el cultivo de plátano, cacao, cítricos, guanábana, y la producción de miel para la venta. Las fuentes de ingreso están, por lo tanto, más diversificadas en las partes bajas. En las partes altas, el productor de café generalmente depende en un 90% de las ventas de este para su ingreso familiar. El resto de su ingreso proviene de la explotación de la madera

en los bosques aledaños de pino y oyamel, o del trabajo asalariado en las grandes fincas cafetaleras,⁷ o en la Ciudad de Oaxaca, o inclusive en la Ciudad de México.

La gran ventaja del café de la zona Costera de Oaxaca es su calidad. La variedad criolla Pluma Hidalgo que se cultiva como variedad principal en gran parte de los cafetales, está catalogada entre las tres mejores del mundo. La calidad del café de la zona se corrobora por el hecho de que el 90% de la producción de café *oro* producido en la región es de calidad de exportación. Sin embargo, la rentabilidad (medida en márgenes de ganancia) para el productor promedio es extremadamente reducida debido al bajo rendimiento físico por hectárea,⁸ a los altos costos de transporte y manejo de las zonas productoras a los puertos de exportación,⁹ y la prevalencia de estructuras oligopólicas/oligopsónicas en los mercados de insumos/productos, que inflan los costos de insumos – especialmente los del crédito – y reducen el precio al productor.

Capacitación y Asistencia Técnica

Solo los productores organizados reciben asistencia técnica. Hace 5 años, la UCI trabajó con Max Havellar, una organización alemana dedicada al comercio equitativo, que impartió cursos gratuitos comunitarios para convertir parte de la superficie a un sistema de producción orgánica, que no solo implica la no utilización de pesticidas y de formulaciones comerciales de fertilizantes, sino también requiere el terraceo, la fertilización con composta, la replantación, y el control biológico de plagas y enfermedades. (Además de que el café certificado como orgánico consigue un sobreprecio de aproximadamente 15% en el mercado internacional, los cafetales bajo dicho sistema de producción duplican sus rendimientos fi-

⁷ Un pizcador (cosechador) de café puede ganar entre \$70 y \$140 pesos diarios – de dos a cuatro salarios mínimos – durante la época de cosecha, que dura entre tres y cuatro meses.

⁸ Los rendimientos son de una décima parte de los obtenidos con métodos intensivos de producción en hileras y a pleno sol, que se utilizan en otras partes del estado y en otros estados de la República.

⁹ El costo de transporte y manejo de las zonas productoras al puerto de exportación es, de acuerdo con cálculos de las autoras, de por lo menos \$60 pesos por quintal de 46 kg. Por lo tanto, el productor recibe un 10% menos por su café, simplemente por los costos de transporte y manejo desde las zonas productoras hasta el puerto de exportación.

sicos por hectárea con respecto a los rendimientos de los sistemas rústicos tradicionales, alcanzando de 15 a 20 quintales (de 46 kg.) de café pergamino.

Hoy en día, la UCI da asistencia técnica constante a los productores participantes en el programa de café a través de 2 Ingenieros Agrónomos, 3 Técnicos Comunitarios y 1 Coordinador.

La Flor del Café también recibió asistencia técnica de Max Havellar, y a través de sus propios técnicos, ha logrado extender el uso de la tecnología de producción *orgánica* a 400 hectáreas, que fueron certificadas el ciclo pasado. Los costos de asistencia técnica son absorbidos por los productores como parte de todo el paquete de servicios proporcionados por la organización, y que se traducen en un descuento al precio pagado al productor con relación al precio en el mercado internacional. Es por lo tanto difícil estimar estos costos para el caso de las organizaciones.

De acuerdo con testimonios de productores organizados e individuales, ni el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), ni la SAGAR a través de Alianza para el Campo, ni ninguna institución del sector público parece haber proporcionado asistencia técnica a los cafecultores de la zona, por lo menos en años recientes. Los viveros del INIFAP están abandonados, así como su centro de reproducción de insectos y hongos para el control biológico de plagas y enfermedades localizado en la comunidad de Candelaria Loxica. La Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, a través de su oficina en Puerto Escondido parece estar iniciando esfuerzos de asistencia técnica.

Las principales actividades de producción de café *orgánico* hasta su etapa de café *pergamino* son las siguientes: a) las de producción propiamente dicha: producción de planta en vivero para reposición de plantas viejas; picada de ramas; preparación de composta; limpia del cafetal (deshierbe); poda de los árboles de sombra; terraceo; poda del cafetal; prevención y control de enfermedades y plagas; y pizca; b) las de beneficio húmedo: llevada del café al pulpero; despulpado; fermentación y lavado; secado; y ensacado.

Los beneficios de la asistencia técnica para mejorar rendimientos por hectárea a través de conversión de los sistemas de producción rústicos-tradicionales, a sistemas de producción *orgánica* son innegables, siempre y cuando se logre bajar los costos de la certificación internacional y se tenga acceso al sobreprecio que ofrece el mercado internacional. El ingreso neto del productor por cada hectárea de café puede duplicarse bajo un sistema de producción *orgánica*, a pesar de que los costos de producción por hectárea son más altos. Por ejemplo, considerando costos y precios para este ciclo 98/99, los ingresos netos pueden pasar de un nivel de \$800 pesos por hectárea bajo sistemas de producción rústicos-tradicionales, a \$1,600 pesos por hectárea bajo sistemas de producción *orgánica*.¹⁰

Para que el microempresario cafetalero se interese en ser capacitado y adopte la producción *orgánica* no solamente necesita estar convencido de los beneficios, y necesita contar con mecanismos que minimicen el riesgo y los costos adicionales implícitos en el cambio tecnológico. Son necesarias las siguientes programas que, salvo en algunas organizaciones, no existen en la región:

a) Un Programa de Microcréditos Refaccionarios (es decir, de inversión) (PMR) a largo plazo, que permitan al productor asumir pérdidas los primeros años, dado que los incrementos en rendimientos son graduales y alcanzan su máximo cuando muy temprano a los cinco años, y dado que la certificación *orgánica*, condición para obtener el sobreprecio, no podría otorgárseles sino hasta después de tres años a partir de la práctica de labores *orgánicas*.¹¹ Estos créditos refaccionarios con ministraciones anuales estarían, por supues-

¹¹ Los cálculos son de las autoras, y están basados en el supuesto de un precio de \$600/quintal de café pergamino para café no orgánico, un costo de producción de \$500/quintal, y un rendimiento promedio de 8 quintales por hectárea. Para el café orgánico certificado, se estima un sobreprecio de 15%, un costo de producción de \$600/quintal, un costo de certificación de \$20/hectárea (por la empresa certificadora mexicana Certimex, hoy ya reconocida mundialmente), y un rendimiento promedio de 18 quintales por hectárea.

¹² En el caso de la UCI, tuvieron que practicarse las labores orgánicas durante tres años antes de poder tener la certificación.

¹³ Alternativamente, podría pensarse en un esquema de subsidios a fondo perdido, tal y como ha sido el caso de la UCI, que pagó a productores parte de los costos adicionales de las prácticas de producción orgánica, y les ofreció un sobreprecio por su café aún antes de que se lograra la certificación orgánica. Sin embargo, es dudoso que este tipo de esquemas sea viable para el resto de los 17 mil cafecultores de la región.

to, condicionados a que el productor efectivamente realizara las inversiones requeridas en el cafetal, para convertir el sistema de producción a *orgánico*.¹²

b) Un esquema de verificación, control, y administración de los microcréditos refaccionarios que minimice los costos de administración, verificación y control. Porque los productores son muchos y porque están dispersos en lugares de difícil acceso, los núcleos operativos de dicho esquema tendrían que ser, necesariamente, cajas de ahorro especializadas en las principales comunidades, por lo menos una por Cabecera Municipal.

c) Para que las cajas de ahorro especializadas funcionaran eficientemente, con honestidad, y fuesen efectivas en la administración, control y verificación del uso del crédito, sería necesario establecer un esquema normativo de operación de las cajas, que fuese sencillo pero efectivo. Las cajas de ahorro especializadas, tendrían que operar, necesaria- y exclusivamente con personal profesional, con una capacitación técnica especializada, y certificado por el PMR. Los costos de capacitación del personal de las cajas de ahorro especializadas y los salarios del personal de las cajas de ahorro tendrían que ser financiados probablemente por el PMR. El PMR llevaría a cabo auditorías frecuentes y aleatorias a las cajas de ahorro.

d) Para que los productores utilizando sistemas de cultivo *orgánico* puedan lograr economías de escala en los costos de certificación, y para que puedan obtener el sobreprecio en el mercado internacional, es necesario que estén organizados para exportar directamente. Ningún pequeño acopiador ni las grandes empresas exportadoras de la región comercian café *orgánico certificado*.¹³ La capacitación para la organización es nula en la región. Los sistemas de administración de las organizaciones existentes se han generado en base de prueba-error.

Comercialización

Prácticamente todo el café producido en la región es para venta. Debido a la gran dispersión

geográfica de los productores, el sistema de comercialización, tanto de las organizaciones como de las grandes empresas exportadoras, se basa en una red de acopiadores locales.¹⁴ Las empresas exportadoras comercian con una red de acopiadores que están en las Cabeceras Municipales. Casi todas las Cabeceras Municipales sirven como centros de acopio de varias comunidades, e inclusive de otras Cabeceras. Por ejemplo, San Mateo Piñas, Cabecera Municipal, acopia café de Sta. María Coixtepec, San Esteban, San Marcial y Xanica.¹⁵ Los acopiadores compran directamente a productores o, para el caso de zonas alejadas de la Cabecera Municipal, compran a su vez a intermediarios que sí llegan hasta las rancherías y fincas más alejadas.

Debido a la gran variabilidad de los precios en el mercado internacional, y dado que el 90% del café producido en la zona se exporta, las empresas exportadoras hacen tratos diarios con sus acopiadores, generalmente de volúmenes y precios costo-seguro-flete en el almacén de la empresa.¹⁶ La empresa da adelantos a sus acopiadores; les deposita en una cuenta de banco abierta específicamente para ese propósito. Los acopiadores pueden "reportar compras de café" dos veces al día: a las 8:30 a.m. reportan café vendido al precio pactado con la empresa a las 13:30 del día anterior, y a las 13:30 reportan el café vendido al precio pactado con la empresa a las 8:30 del mismo día. La empresa se compromete a respetar el precio entre un período y otro.

Los acopiadores que trabajan con las empresas tienen la libertad de especular con el café. Pueden comprar a un precio mayor que el que pactan con la empresa, sin cerrar el trato con ésta (sin "reportar el café"), en espera de que el precio

¹³ Las razones dadas tanto por acopiadores pequeños como por las grandes empresas exportadoras tienen que ver con que meterse al mercado de café orgánico les complicaría mucho la logística, y el escaso volumen que manejarían no justificaría dicha complicación adicional.

¹⁴ El acopiador es alguien con arraigo en la comunidad, que generalmente tiene otros negocios, como el de abarrotes.

¹⁵ Tan solo la producción acopiada en la zona de influencia de San Mateo Piñas ha alcanzado 55 mil sacos de café pergamino por ciclo, que equivale a aproximadamente 2 mil toneladas de café oro.

¹⁶ El hecho de que todas las Cabeceras Municipales de la zona cuentan con telefonía rural de Telmex ha resultado en una mayor integración del mercado local de café al mercado internacional. Los acopiadores pueden hablar a la casa compradora cuantas veces lo consideren necesario, y de haber un cambio brusco en los precios, estas últimas pueden comunicarse con el acopiador.

suba, para solo hasta entonces cerrar el trato con la empresa. Inclusive, el acopiador puede dejar el café “depositado” en la empresa. Aunque al ofrecer un precio más atractivo, el acopiador puede atraer más volumen de café, al mismo tiempo corre el riesgo de pérdidas monetarias si, en los días subsecuentes a la compra, el precio de la empresa no llega al nivel pagado por él al productor. En dicho caso, el acopiador queda endeudado con la empresa. Este fue el caso de muchos acopiadores durante el ciclo pasado 97/98, que sobrevaloraron la cosecha y fueron sorprendidos por la repentina caída de los precios en Julio de 1998. Las empresas también sufrieron pérdidas porque no pudieron recuperar los “adelantos” depositados en las cuentas de los acopiadores.

Aunque la mayoría de los pequeños acopiadores compran y venden café pergamino, algunos medianos compran pergamino, contratan el servicio del beneficio seco, y venden café oro; es en este proceso de agregar valor donde obtienen su ganancia. Las autoras estiman que las ganancias de las empresas exportadoras se originan principalmente en el valor agregado por el proceso de beneficio seco.¹⁷ Por lo tanto, la meta de todo productor debe ser vender café oro en lugar de café pergamino. El gran problema del productor individual no organizado es que ningún beneficio seco está dispuesto a maquilar pequeños volúmenes de café pergamino.

Los acopiadores de las organizaciones de productores son los mismos socios. La UCI, por ejemplo, tiene sus acopiadores, que se comunican diariamente por radio al centro de acopio de la organización, para pactar un precio.¹⁸ Los acopiadores en este caso no son libres de especular con el precio. A diferencia de los productores libres, cualquiera asociado a la UCI puede hablar al centro de acopio de la UCI para confirmar que el precio que ofrece el acopiador es efectivamente el precio pactado con la organización. A cambio de sus servicios de transporte y acopio, los acopiadores de la UCI reciben una compensación directa de la organización de \$8 por bulto. La UCI les entrega sacos y le deposita dinero para que puedan financiar las compras.

Conforme crezcan las organizaciones, éstas tenderán a crear empresas privadas especializadas en la comercialización, tanto por razones fiscales como por conveniencia financiera. El ejemplo en la región es la UCI que creó la empresa *Exportadora de Café Pluma Azteca, S.A. de C.V.*, dedicada exclusivamente al acopio y a la comercialización del café. La empresa fue creada porque la UCI rebasó los límites de exportación libres de impuesto sobre la renta, y por lo tanto tuvo que registrarse como negocio ante la SHCP. Otra razón para abrir la empresa fue la de utilizar su capital financiero y fijo como garantía para créditos. Los 640 socios son dueños del 78% de las acciones de la empresa. Dieciocho de ellos fungen como representantes legales. NAFINSA tiene el 22% restante de las acciones.

Existen cuatro mercados distintos para el café producido en la región: el mercado nacional, con la Cía. Nestlé como principal cliente; el mercado de exportación de café común y corriente; el mercado de exportación de café *orgánico certificado*; y el mercado de exportación *equitativo*,¹⁹ al que se puede exportar ya sea café común y corriente o café *orgánico certificado*: Las empresas acopiadoras-exportadoras venden en promedio el 90% de su café en el mercado de exportación. El café exportado se va a Europa, a los EE.UU., o a Asia. Una de las empresas más importantes de la zona exporta el 50% de su café a los E.E.U.U., el 30% a Europa, y el 20% restante a Asia, principalmente a Japón y Corea del Sur. El 50% de sus embarques se van directamente al Puerto de Veracruz, hacia los de Rotterdam, Hamburgo y Amsterdam, y en menor medida a Amberes en Europa, o a Nueva Orleans y Nueva York en la costa Este de

¹⁷ En este ciclo 98/99, si el precio del café pergamino es de \$600 pesos el quintal de 46kg, el de oro es de \$850 el quintal de 46. El costo del beneficio seco es de cuando mucho \$13 por quintal de pergamino de 46 kilos. El precio equivalente de pergamino a oro es $\$600/0.8 = \750 , más el costo de \$13 por el beneficio seco, suma \$762. Esto implica un “valor agregado neto” de $\$850 - \$762 = \$88$ por quintal de oro, o el 10% de ganancia neta

¹⁸ La UCI tiene 22 acopiadores, cada uno con 30 a 200 productores. Los acopiadores para cada comunidad son elegidos en asamblea.

¹⁹ Diversas empresas en Europa se dedican al mercado equitativo de café y otros productos, incluyendo Max Havellar, Fair Trade, y Transfair. Recientemente, éstas compañías y otras 4 se unieron en lo que se denomina Fair Trade Labelling Organization Internacional (FLO). Las organizaciones de pequeños productores de café pueden ser miembros de FLO, lo cual implica la obligación por parte de éstas de seguir las normas del mercado equitativo. Los productores reciben un precio por arriba del cotizado en el mercado internacional, a condición de que utilicen sus ganancias adicionales en programas de desarrollo social, como salud, nutrición, y vivienda.

los EE.UU. El otro 50% sale por Salina Cruz de manera directa o vía la Ciudad de Oaxaca, con destino a San Francisco (69%), a Japón (20%) o a Corea (19%).

La UCI exporta directamente el 97% de su café. En 98/99 se estima que aproximadamente una tercera parte de ese volumen se exportó como café *orgánico certificado*. Del 3% que se vende en el mercado nacional, el 75% se vende como café *oro*, y el resto como café tostado. La mayoría de las otras organizaciones de la región venden el café a través de las empresas acopiadoras-exportadoras.

Una excepción importante es la organización La Flor del Café, que ha vendido de manera directa en el mercado de exportación *equitativo*; por ejemplo, a Max Havellar de manera directa, o a través de compañías importadoras europeas como la Sandalj Trading Company en Italia y la Hamburg Coffee Company en Alemania. Vender en el mercado *equitativo* implica un sobreprecio de 5 centavos de dólar por libra. Vender *orgánico certificado* a través del mercado *equitativo*, implica un sobreprecio adicional de 20 centavos de dólar por libra. Por lo tanto, vender en el mercado *equitativo* y *orgánico certificado*, implica un sobreprecio de 25 centavos de dólar por libra. Por ejemplo, durante el ciclo 1997/98, la Flor del Café hizo un convenio con Transfair, en el que se estableció un precio *mínimo* de \$126 USD/100 libras de café *oro*²⁰ + \$5 USD/100 libra por ser *equitativo* + \$20 USD/100 libra de *oro* por ser *orgánico*; es decir, un precio piso efectivo de \$151 USD/100 libra, con un *máximo* de \$200 USD/100 libras. En caso de que el precio en el mercado internacional hubiese estado por arriba de \$126 USD/100 libras de café *oro*, Transfair hubiese pagado 25 centavos de sobreprecio por libra, siempre y cuando el precio total no rebasase los \$200 USD/100 libras. En el mercado internacional común y corriente, el productor no solo no hubiese tenido la garantía de un precio mínimo, sino que no hubiese obtenido el sobreprecio.

Aún en las organizaciones puede haber variaciones grandes de precios, reflejando los cambios en los precios de la bolsa de Nueva York. Por ejemplo, el precio máximo pagado por la UCI en 1997/98 fue de \$1,150 en Diciembre de 1997; el precio

mínimo fue de \$600 en Julio de 1998. Pero, aparentemente, las variaciones a la baja son menores que con los coyotes, que en ese año pagaron hasta de \$480 hasta \$1,145.

Para el productor promedio no organizado existe un grave problema de falta de información de mercados. Este carece por completo de información sobre las condiciones del mercado del café; no tiene idea de los niveles ni de las fluctuaciones en los precios en el mercado internacional. Aunque el productor, sobre todo el grande, puede tener acceso a la información sobre precios en el mercado internacional – futuros en la bolsa de Nueva York – pues son publicados en periódicos como el Financiero y el Excelsior, no sabe traducir estos precios a un precio equivalente en el mercado local.

El costo de producción de un quintal (46 kg.) de café *pergamino* para un cafecultor promedio de la zona, con 5 hectáreas de café, que utiliza tecnología tradicional (sin uso de plaguicidas ni pesticidas, y con un mantenimiento mínimo del cafetal) se estima en \$490 pesos. Durante este ciclo 98/99, el precio promedio recibido por el productor por un quintal de café *pergamino* puesto en la bodega del acopiador ha fluctuado entre \$580 y \$650 pesos,²¹ lo cual ha resultado en un margen de ganancia de entre \$90 y \$160 pesos. Considerando un escenario optimista de un rendimiento de 8 quintales de café *pergamino* por hectárea, el agricultor promedio obtendrá un ingreso neto anual que variará entre \$3,600 y \$6,400 pesos. Esto equivale a un ingreso neto mensual durante un año, en el rango de \$300 a \$533 pesos proveniente de su microempresa cafetalera. Dado que el precio del café cereza (sin beneficiar) es de cuando mucho un 50% del precio al que se paga el café *pergamino*, y dado que el costo del proceso de *beneficio húmedo* es de solo \$75 pesos por quintal, el ingreso neto del cafetalero promedio proviene principalmente del valor agregado al producto durante el *beneficio húmedo*.

Los costos de transporte y manejo de las zonas productoras a los puertos de exportación son

²⁰ 100 libras equivalen a 46 kg.

²¹ Hasta Abril de 1999.

altos; de por lo menos \$60 pesos por quintal de 46 kg. Esto significa que el productor recibe por lo menos un 10% menos por su café, simplemente por los costos de transporte y manejo de las zonas productoras hasta el puerto de exportación. Para las zonas productoras más aisladas, el costo de transporte a los puertos de exportación puede incrementarse hasta a \$80 pesos, lo que implica un descuento de 12% al precio al productor, solo por este concepto.

Financiamiento, Incluyendo Instituciones de Microfinanciamiento (MFIs).

La falta de acceso a crédito para capital de trabajo, sobre todo en la época de cosecha, parece ser el cuello de botella fundamental en la economía de los productores de café, tanto para los organizados, como para aquellos que no lo están. Aún en el caso de los productores organizados, existe un círculo vicioso caracterizado por falta de dinero para la cosecha → falta de certidumbre de que se acopiará una cantidad determinada → imposibilidad de firmar un contrato de compra-venta con la compañía importadora, el cual pudiese servir como garantía para el crédito → falta de garantía para el crédito → no acceso al crédito → falta de dinero para la cosecha. Para los productores que no están organizados, la falta de capital de trabajo para la cosecha implica un endeudamiento constante con el “coyote”, quien cobra tasas de interés monopólicamente altas por los adelantos a cuenta de cosecha. Los pequeños acopiadores y los “coyotes” que ofrecen crédito, lo hacen a una tasa de 10% mensual, según unas versiones; según otras la tasa mensual varía entre 15 y 20%.

La instrumentación de las Reformas al Artículo 27 de la Constitución está muy retrasada en la región cafetalera. Debido a estos retrasos, en general no ha ocurrido la conversión de terrenos comunales/ejidales a propiedades comunales/ejidales. Los cafetaleros comuneros y ejidatarios, que son la mayoría en la región, siguen por lo tanto sin poder ofrecer garantías a los bancos para obtener créditos de manera individual. Por otro lado, salvo que se trate de productores grandes (de más de 100 hectáreas), los bancos no están dispuestos a tratar créditos con productores in-

dividuales, porque esto implicaría altísimos costos de transacción, y porque de todos modos existe un exceso de demanda de crédito tanto de organizaciones de productores, como de productores grandes, y de empresas acopiadoras-exportadoras.

Aunque dentro de las organizaciones existen algunos productores con título de propiedad sobre sus terrenos, estos no están dispuestos a arriesgar su propiedad como garantía de un crédito negociado en paquete por la organización. Por lo tanto, organizaciones que no tienen propiedades, no están en posibilidades de contar con garantías para el crédito formal, y su acceso a éste es prácticamente imposible. Este es el caso para muchas organizaciones de la zona.

La falta de capital de trabajo para el financiamiento de las actividades de cosecha implica que productores que preferirían vender a las organizaciones a un mejor precio, se ven obligados a vender el producto al acopiador privado. Un caso típico es el de La Flor del Café durante el ciclo 98/99, que hubiese necesitado \$400 mil pesos para financiar la cosecha de los productores asociados a la organización, cosecha que llenaría un contenedor (250 quintales de café *oro*), pero para fines de Marzo de 1999 todavía no había podido conseguir financiamiento.

Las organizaciones que pueden conseguir crédito, actúan como microfinancieras. El ejemplo más notable es el de la UCI, que sin embargo, durante este ciclo 98/99, aún teniendo la posibilidad de ofrecer suficientes garantías para el crédito,²² ha tenido problemas para obtener préstamos para financiar el consumo y los costos de producción (principalmente los de cosecha) de los productores participantes en su programa de comercialización de café. La UCI actúa como intermediario financiero entre el banco y los productores. Ofrece crédito para consumo o para capital de trabajo a los que participan, por el 40% del valor de hasta 5 quintales de café *pergamino*. En 1997/98, cobró una tasa de interés del 17.5%,

²² Además de su empresa comercializadora, que está ya relativamente capitalizada, la UCI posee camiones, bodegas, beneficio seco y torrefactora.

igual a la tasa cobrada a la UCI por el banco que le prestó. Los costos de administración del crédito son absorbidos por la organización como parte de los gastos de exportación, y en última instancia son costeados por todos los productores participantes en el programa de comercialización del café a través del descuento de 18.1% al precio pagado al productor, bajo el rubro de “costos de administración”, que incluye otros gastos de la organización además de los relacionados con el crédito. El cobro del principal e intereses se hace en especie (en café), y solo hasta después de la cosecha.²³ Existen casos aislados de productores que no han pagado sus adeudos, y que han vendido el café por fuera de la organización, con la consecuente pérdida para todos los demás participantes; una situación de adeudo común. Existen, por lo tanto, incentivos claros de vigilancia mutua, a pesar de que el productor que no paga queda excluido de la organización en el futuro, y queda identificado por la comunidad a la que pertenece, como alguien con *mala palabra*. Quizá debido a estos mecanismos de prevención y castigo de fraude, los casos de cartera vencida dentro de la organización son muy pocos.

Aunque no se sabe con certeza la participación de bancos individuales en el mercado de créditos cafetaleros, dos bancos importantes son Banamex y FIRA. Ambos bancos están exigiendo garantías al dos por uno, independientemente de tipo de cliente; garantías que son, a todas luces, excesivamente altas. FIRA exige además la compra de un seguro de \$120/ha. Banamex está otorgando créditos a través de su Fondo de Desarrollo de Proyectos Productivos (FODEPRO). A la UCI le acaba de entregar un crédito en dólares de hasta \$2,500/ha, para aproximadamente 1,600 has, a una tasa de interés mensual de 2.2%. La Flor del Café está negociando un crédito con Banamex, a través de su Fondo Social. Pero aún en este caso los requisitos son muchos, e incluyen una carta compromiso del beneficio seco en el que éste se compromete a maquilar un cierto volumen, y una carta de la oficina de Bienes Comunales²⁴ en la que se afirma que las casas o terrenos dados en garantía del crédito no están bajo el régimen de bienes comunales; es decir, que son propiedad privada de la organización.

Cada año, las organizaciones tienen una cartera diversificada de créditos en cuanto a fuentes y tipos de financiamiento. La UCI, por ejemplo, complementa el crédito de Banamex con un crédito de FONAES²⁵ de \$1000 por productor, a una tasa de interés mensual de 1.5%. A esto agrega \$440 de FIRCO²⁶ por productor²⁷, más \$500 de Alianza para el Campo por productor; ambos sin intereses, a fondo perdido para las instituciones, pero recuperables para la UCI. La Flor del Café obtuvo un crédito en paquete, en el ciclo 94/95, cofinanciado por el INI, el CECAFE, y el Gobierno del Estado de Oaxaca, en el que Fonaes fungió como aval. El dinero fue depositado en Banrural, que fungió como administrador del crédito. En años pasados, otras fuentes de crédito para la Flor del Café han sido el Gobierno de Canadá, a través del Fondo Canadá, y la Sociedad Cooperativa Ecuménica para el Desarrollo, una ONG Americana.

Los créditos de la banca de desarrollo, y créditos y otros apoyos de otras instituciones del Gobierno Federal y Estatal destinados a productores se canalizan a través de las organizaciones, pasando primero por el CECAFE. Debido a que el CECAFE solo reconoce a organizaciones relativamente grandes, y por supuesto, no a cafeticultores individuales, solo los productores organizados tienen acceso a estos créditos y a los otros apoyos del sector público. Este sistema discrimina por lo tanto a las organizaciones incipientes, necesariamente pequeñas.

Algunas de las grandes empresas acopiadoras-exportadoras financian los costos de cosecha de productores a través de “adelantos”. Una empresa en la región da adelantos en dólares a productores que depositan 50 o más bultos en sus bodegas “a consignación”. Dependiendo del precio en el mercado, el productor ordena que se venda el café en un momento dado. La empresa, entre tanto, presta 50% del valor sin intereses, pero una

²³ La mayor parte de los créditos se otorgan de Diciembre a Enero, al comienzo de la cosecha. La recuperación de los préstamos se concentra en Julio, que es cuando se paga al banco.

²⁴ La autoridad agraria con relación a terrenos comunales, en cada Cabecera Municipal.

²⁵ FONAES es el Fondo Nacional de Empresas en Solidaridad, operado por la SEDES.

²⁶ Fideicomiso de Riesgo Compartido, en su programa “Pica y Saca”.

vez consignado el café, éste tiene que venderse a la empresa. Los principales clientes son los grandes productores privados y los acopiadores.

Conclusiones y Recomendaciones

Dado que los ingresos de producir y comercializar café representan entre el 70% y el 90% del ingreso familiar anual de las familias cafecultoras de la Costa de Oaxaca, el marcado aumento en los niveles de pobreza en las zonas cafetaleras de la región puede, sin duda, adjudicarse a que ha habido una erosión importante en la rentabilidad de la cafecultura. Sin embargo, en opinión de las autoras, existen oportunidades para mejorar la economía cafetalera: El hecho de que los productores de café en la región tengan una tradición de organización puede y debe ser aprovechado para incrementar la rentabilidad del cultivo del café. Es necesario fomentar la creación de nuevas organizaciones y ayudar a organizaciones que hayan fracasado por la crisis económica reciente del país y/o por falta de experiencia administrativa y/o por corrupción. Diversos ejemplos muestran que las organizaciones cafetaleras pueden lograr estructuras administrativas sofisticadas, con mecanismos efectivos de monitoreo, control, y transferencia de beneficios a sus socios.

Por otro lado, es necesario eliminar los problemas persistentes de la comercialización y el crédito, aspectos en el que los productores se declaran estar “a la deriva”. Parte de la solución está en que los productores puedan obtener un sobreprecio por la producción orgánica que aún es muy limitada en la región, pero que tiene alto potencial. Pero para que el microempresario cafetalero se interese en ser capacitado y adopte la producción *orgánica*, no solamente necesita estar convencido de los beneficios, sino contar con mecanismos que minimicen el riesgo y los costos adicionales implícitos en el cambio tecnológico. Para esto, son necesarios programas de microcréditos refaccionarios (es decir, de inversión) que se instrumenten junto con esquemas de verificación, control y administración locales, basados en estructuras normativas de operación sencillas pero efectivas. Adicionalmente, para que los productores que utilicen sistemas de cultivo *orgánico*

puedan lograr economías de escala en los costos de certificación, y para que puedan obtener el sobreprecio correspondiente en el mercado internacional, es necesario que estén organizados para exportar directamente.

Otra parte de la solución está en romper el “cuello de botella” de la falta de crédito para la cosecha. Deben establecerse mecanismos que hagan llegar dicho crédito en cantidad suficiente, y sin exigencias tan estrictas de garantías. Instituciones como FIRCO y BANCOMEXT deben de incrementar su papel como avales de los créditos, para así disminuir la carga de garantías a los productores.

Dado que las ganancias de las empresas exportadoras se originan principalmente en el valor agregado por el proceso de *beneficio seco*, la meta de todo productor debe ser vender café *oro* en lugar de café *pergamino*. Esto implica que, a través de la organización, debe superarse el problema que confronta el productor individual de que las plantas de beneficio seco no están en lo general dispuestas a maquilar pequeños volúmenes de café *pergamino*, u ofrecen el servicio a altos costos.

Por último, aunado al mercado de exportación de café común y corriente y al mercado de exportación de café *orgánico certificado*, el mercado *equitativo* debe y puede ser utilizado más intensamente. Y dada la falta generalizada de información de mercado por parte de los productores, deben generarse mecanismos que informen al productor sobre los precios que debe esperar por su producto.

Bibliografía

Consejo Estatal del Café de Oaxaca (CECAFE). (1987) *La Cafecultura en Oaxaca*. Oaxaca: Gobierno Constitucional del Estado de Oaxaca.

Nolasco, Margarita. (1985) *Café y Sociedad en México*. México, D.F.: Centro de Ecodesarrollo.

Villaseñor Luque, Andrés. (1987) *Cafecultura Moderna en México*. Texcoco: Agrocomunicación Sáenz Colín y Asociados.