

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO**

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS**

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**



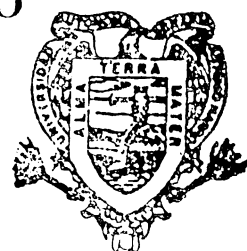
**RETOS Y OPORTUNIDADES PARA MÉXICO  
EN EL MERCADO DE CAFÉ ORGÁNICO**

**Por: Onésimo Chávez López**

**TESIS**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL  
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS**



**BIBLIOTECA  
EGIDIO G. REBONATO  
BANCO DE TESIS  
U.A.A.A.N.**

**BUENAVISTA, SALTILLO, COAHUILA, MÉXICO; MARZO DE 2003**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO  
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

RETOS Y OPORTUNIDADES PARA MÉXICO  
EN EL MERCADO DE CAFÉ ORGÁNICO

POR:

ONÉSIMO CHÁVEZ LÓPEZ

TESIS

QUE SE SOMETE A CONSIDERACIÓN DEL H. JURADO EXAMINADOR  
COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS

APROBADA

PRESIDENTE DEL JURADO

  
M.C. VICENTE JAVIER AGUIRRE MORENO



BIBLIOTECA  
EGIDIO G. REBONATO  
BANCO DE TESIS  
U.A.A.A.N.

SINODAL

  
M.C. RUBÉN LIVAS HERNÁNDEZ

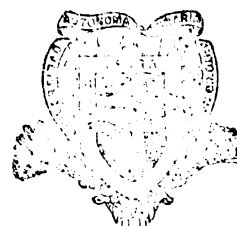
SINODAL

  
LIC. OSCAR MARTÍNEZ RAMÍREZ

COORDINADOR DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS

  
M.A. RUBÉN CHÁVEZ GUTIÉRREZ

Universidad Autónoma Agraria  
Antonio Narro



BUENAVISTA, SALTILLO, COAHUILA, MÉXICO; MARZO DEL 2003

DIV. CS. SOCIOECONOMICAS  
COORDINACION

## DEDICATORIA

*A mis padres*

*Con amor y cariño, por ser las personas que me dieron la vida, me educaron y me dieron la oportunidad de construir mi propio destino, estando conmigo en los momentos más difíciles, motivándome a tener aspiraciones de superación para llegar a esta etapa de mi vida, pero sobre todo por lo que significa para mí llamarlos papá Y mamá*

*A mis hermanas*

*Por el apoyo moral que recibo de ustedes, el cariño y afecto que me brindan, y por el inmenso amor que les tengo*

*A la familia Femat*

*Por tener la oportunidad de compartir una amistad prospera y duradera, pero sobre todo por enseñarme que la humildad es la riqueza más digna de la vida.*

*A mis familiares*

*A todos por su confianza y su apoyo, ya que sin ellos no hubiera sido posible alcanzar mis objetivos.*

*A mis Amigos*

*A todos ellos que han compartido su vida conmigo y me han permitido conocerlos;  
A la generación de Licenciados en Economía Agrícola y Agronegocios 1998-2002*

## AGRADECIMIENTOS

*A DIOS*

*A ti señor, por escucharme y ser mi guía en la vida, que nunca me abandonaste y me diste la fortaleza para gozar de las maravillas que creaste a mí alrededor, en el que me pude desarrollar como persona capaz de luchar por una vida justa con esfuerzo y sabiduría.*

*Al Pueblo de México*

*A esta gran nación que con sus esfuerzos y trabajo incansable, alimenta de recursos vía impuestos, a las escuelas públicas para que miles de jóvenes reciban educación a fin de vivir y trabajar dignamente en la construcción de un país mejor.*

*A mi ALMA TERRA MATER "UAAAN"*

*Por permitirme ser parte de ella y brindarme la oportunidad de superarme, lograr mis objetivos y hacer de mi una persona comprometida con mi profesión y para con la sociedad.*

*Al Ing.. Vicente Javier Aguirre Moreno*

*Por haber compartido su tiempo y conocimiento; y por ser uno de los profesores que predica la teoría con la práctica; pero sobre todo por darme la oportunidad de llamarle amigo.*

*Al Lic. Oscar Martínez Ramírez*

*Por ser una de las personas con quien tuve confianza y respeto, por los conocimientos que compartió conmigo y por brindarme su apoyo en la elaboración de este trabajo.*

*Al Lic. Rubén Livas Hernández*

*Por su dedicación en la revisión de este trabajo y por sus valiosas aportaciones*

*A todas las personas que creen en mí, GRACIAS...*

# ÍNDICE GENERAL

## CONTENIDO

## PÁGINA

### INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I. Planteamiento del problema y metodología de la investigación

1.1. Antecedentes de la cafeticultura	1
1.2. Planteamiento del problema	7
1.3. Objetivos	8
1.4. Hipótesis	9
1.5. Marco teórico	
1.5.1 Definición del mercado de especialidad	
1.5.2. Definición de café sustentable	10
1.5.3. Factores que promueven la especialización	
1.5.4. Antecedentes de la producción de café orgánico en México	12
1.5.5. Tendencias en la producción de café orgánico	13
1.6. Metodología	14

### CAPÍTULO II. Características y tendencias del mercado mundial de café

2.1. Características del mercado internacional del café.	15
2.2. La oferta mundial de café	16
2.2.1. Producción cafetalera en países representativos	17
2.2.2. Producción exportable	18
2.3. Comportamiento de la demanda internacional del café	19
2.3.1. Principales países importadores de café	20
2.4. Precios del café en el mercado internacional	21
2.5. Tendencias en el mercado mundial de café	22
2.5.1. Participación por tipo de café.	
2.6. Los mercados de especialidad del café	25
2.7. Tendencia e importancia del café orgánico	27
2.8. Comportamiento de la demanda de café orgánico	30
2.9. Países productores de café orgánico	31

### CAPÍTULO III. Perspectivas y nuevas oportunidades para el café mexicano.

3.1. El papel de México en el mercado internacional	33
3.2. Oportunidades para el café mexicano en el mercado internacional	35
<i>Los principales países consumidores</i>	
a) Estados Unidos y Canadá	
b) La Unión Europea	37
c) Japón	40
3.3. Ventajas de México en la producción de café orgánico	41
3.4. Mercados potenciales del café orgánico	45

### CAPÍTULO IV. Ventajas de la producción de café orgánico en México

4.1. Panorama de viabilidad del café orgánico	47
4.2. Beneficios que ofrece la producción de café orgánico	48
4.3. Análisis comparativo entre los costos de producción de café orgánico y los costos de producción de café ordinario	49
4.4. Análisis de diferenciación de precios entre el café orgánico y el café ordinario	51

### CAPÍTULO V. Retos y oportunidades para México en el mercado de café orgánico

5.1. Análisis descriptivo de los requisitos del proceso de acreditación	53
5.1.2. Procedimientos o mecanismos para la certificación del café orgánico	54
5.1.3. Principales organismo de certificación	55
5.2. Oportunidades para México en el mercado de café orgánico	
5.2.1. Dinámica del mercado del café orgánico	56
5.2.2. Tendencias en los hábitos de consumo y las características de los consumidores	57
5.2.3. Estructura del mercado y la forma de operar de los comercializadores	58
5.2.4. Sistema de cultivo y su correspondencia con requisitos de certificación	59
5.2.5. Características de los productores y el manejo de los riesgos de producción	61
5.3. Retos a superar para consolidar la presencia de México en el mercado de café orgánico	62
5.3.1. Calidad y certificación de la producción	
5.3.2. Acceso y segmentación de los mercados	63
5.3.3. Promoción y expansión del mercado	64
5.3.4. Mantenimiento y aumento de la participación en el mercado	
5.3.5. Organización de productores y costos de certificación	65

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFÍA	71

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
1	Características y clasificación de las principales variedades de café	2
2	Oferta mundial de café	16
3	Principales países productores de café	17
4	Producción mundial exportable de café verde	18
5	Consumo Mundial de café por región	19
6	Inventarios de café en principales países consumidores	21
7	Precio promedio anual del café en la Bolsa de Nueva York	
8	Producción mundial de café	23
9	Resultados de la encuesta referente a los cafés sustentables	26
10	Exportaciones mexicanas de café orgánico	31
11	Participación de México en la Oferta Mundial	34
12	Principales mercados de exportación para el café Mexicano	
13	Consumo e Ingreso per cápita anual	36
14	Exportaciones de los ciclos 1994/95 al 1998/99, café orgánico	43
15	Mercados potenciales en las exportaciones mexicanas de café orgánico	46
16	Costo de producción por hectárea de café orgánico	49
17	Costos de producción por hectárea de café convencional	50
18	Comparación de México entre el café convencional y el café orgánico	51

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>Gráfica</b>	<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
	Figura 1. Fruto del café	4
1	Factores que promueven la especialización	11
2	Estructura de las importaciones Mundiales de café	20
3	Distribución de la producción de café en 1996/97 y 2001/02	23
4	Expectativas de la industria del café sustentable	29
5	Países de origen del café Orgánico	32

# INTRODUCCIÓN

Desde hace más de dos siglos el café se ha mantenido como una de las bebidas de mayor consumo en el mundo; numerosos países productores de este producto, dependen en gran medida de su exportación para obtener divisas. El grupo de países productores lo encabeza Brasil, seguido de Colombia, Indonesia, Vietnam y México. Entre los países consumidores destacan Estados Unidos, Alemania, Japón, Francia e Italia. El café es un cultivo eminentemente orientado hacia el mercado internacional, más del 75% de la producción mundial se comercializa en este mercado; su producción se concentra en 50 países tropicales y su consumo en los países templados.

En México, la actividad cafetalera es fuente aproximadamente de 3 millones de empleos y en los últimos 10 años ha generado en promedio una entrada de divisas de 555 millones de dólares. La cafecultura tiene una importancia considerable, desde el punto de vista social reside en que más de 190,000 productores y más de 350,000 jornaleros depende de este cultivo, considerando las familias de estos grupos y las del personal ligado a la transformación y comercialización del grano.

En los últimos años, la participación del café en la economía ha ido en ascenso logrando convertirse, prácticamente, como el primer generador de riqueza y empleo en la zona sureste del país, y en donde la actividad cafetalera ha significado: desarrollo rural, empleo, redistribución del ingreso e incluso, garantía de paz y estabilidad en las zonas cafetaleras. Esta importancia, coloca al sector cafetalero en México, como la principal justificación para el estudio del mismo, a fin de aumentar las oportunidades en las exportaciones del grano, principalmente lo relacionado al café orgánico y así mejorar la situación de las personas dedicadas a esta actividad.

México, se ubica como el quinto productor y exportador de café en el mundo, también es líder mundial en la producción de café orgánico, abasteciendo prácticamente la cuarta parte de la demanda del mercado mundial, lo que cobra mayor relevancia si considera que las tendencias futuras de esta especialidad de café son sumamente atractivas.



Uno de los factores que favorecen este liderazgo es sin duda, que el 92 por ciento de los productores de café en México poseen superficies menores a cinco hectáreas y disponen de escaso capital, lo que provoca una baja o nula inversión en variedades híbridas o el uso de fertilizantes químicos, dando lugar a una producción de cafés con calidad muy cercana a la exigida en los mercados de productos de procedencia orgánica, no dañinos para la salud. Estos factores, considerados anteriormente como debilidades del sector cafetalero mexicano, hoy día representa la mayor fortaleza de nuestro país en la conquista de nuevos nichos de mercado para los cafés de especialidad, en donde particularmente destaca la presencia del café orgánico.

Debido a que el comportamiento de los precios del café ha conducido a una severa crisis de este sector haciendo con ello más vulnerables a los productores, la presente investigación sustenta la hipótesis de que existe la posibilidad de aumentar la exportación de café mexicano de todo tipo, aunque resulta más atractivo el café orgánico, debido a que en los últimos años hay una tendencia favorable en el consumo de productos que no usen agroquímicos, lo que otorga un sobreprecio al producto; además, México cuenta con sistemas de producción y niveles de costos que le dan ventajas para consolidarse en el mercado de cafés de especialidad.

El objetivo de esta investigación es identificar las tendencias del mercado mundial de café, especialmente las relacionadas al café orgánico, así como los mercados potenciales para este tipo de café, sus volúmenes de demanda y la evolución de sus precios. Igualmente se analizará los diferenciales entre los costos de producción, precios y rentabilidad entre la producción de café orgánico y la producción de café convencional, a fin de identificar los retos y las oportunidades para la consolidación de México en el mercado de café orgánico, especialmente lo relacionado con la certificación.

El documento está organizado en cinco capítulos; en el primero describe el planteamiento del problema y la metodología de la investigación; en el segundo se analiza las características y tendencias del mercado mundial del café; en el tercero se describe las perspectivas y oportunidades para el café; en el cuarto se analiza las ventajas en la producción de café orgánico en México, en el quinto describe los retos y oportunidades para México en el mercado de café orgánico y finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones que se derivan de este trabajo.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de este capítulo es contextualizar el problema de investigación referente al cultivo del café, así como definir la metodología que se utilizaría para el cumplimiento de los objetivos y de la prueba de hipótesis de la investigación, iniciando con una breve descripción de los antecedentes de la cafecultura en México.

### 1.1. Antecedentes de la cafecultura en México

Existen diferentes versiones acerca del origen de la planta del cafeto, por su diversidad de género, y por lo amplio de su distribución natural; pero si sólo se hace referencia al género *coffea*, al que pertenecen los cafetos cultivados, se restringe su extensión a la zona intertropical africana comprendida entre las latitudes de 15° norte y 15° sur.

Dentro de las especies cultivadas se pueden dividir en tres grupos: Robusta (*Coffea canephora*), Libérica y Arábica, atendiendo a sus afinidades agronómicas y ecológicas, que coinciden con distribuciones geográficas propias, los dos primeros grupos se hayan muy mezclados en la cuenca del Congo, Bajo Níger y la Costa Guinea. El grupo más importante, por el volumen adquirido, es el más independiente geográficamente, y a él, se refieren las especies: *Coffea arábica*, *Coffea stenophylla*, de las cuales se han derivado, sobre todo del *Coffea arábica*, numerosas razas, líneas y formas locales.

La *Coffea arábica* Lin es originaria de las montañas de Abisinia (actualmente Etiopía) de una altitud de 1000 a 2000 msnm, que rodean el lago Rodolfo, el pequeño lago Tana y los valles que vierten sus aguas en el Nilo Azul; altas regiones en cuyas galerías forestales, permanentemente sombrías y húmeda, a pesar de la estación seca vive el cafeto, con raíces someras en el horizonte superior del suelo, rico en humus y frecuentemente pedregoso.

Abisinia es la cuna del cultivo y uso del café y su nombre se relaciona con la importante región de Kaffa, de la que algunos autores creen se deriva la palabra árabe Kahwa que designa al grano, y de ésta, el vocablo que con mas o menos variación se usan en todos los países civilizados.

A nivel mundial se cultivan principalmente dos variedades de café (Arábica y Robusta) y según sea el proceso de industrialización que, a partir de ellos se pueden conseguir diferentes calidades. La primera variedad, cuyo sabor es suave, y por ello tiene una mayor preferencia entre los consumidores, se cultiva principalmente en América Latina y posee un contenido de cafeína de 1.5%; mientras que el robusta, cuyo sabor es más fuerte, contiene más cafeína, entre 2 y 2.5%; es utilizada por la industria para realizar mezclas con otros cafés y obtener así un producto de mejor calidad.

Los principales productores de café robusta se localizan en Asia y África; sin embargo, algunos países de Latinoamérica también producen esta variedad, tal es el caso de Ecuador y Brasil<sup>1</sup>

**Cuadro 1. Características y clasificación de las principales variedades de café**

<b>Variedad</b>	<b>Origen</b>	<b>Porte</b>	<b>Frutos</b>
<i>Especie Arábica</i>			
Tipyca	Etiopía	Alto	Rojos
Bourbon	África	Alto	Rojos o amarillos
Caturra	Brasil	Bajo	Rojos
Mundo Novo	Brasil	Alto	Rojos
Garnica	México	Bajo o intermedio	Rojos o amarillos
Catuai	Brasil	Bajo	Rojos o amarillos
Catimor	Portugal	Bajo	Rojos o amarillos
<i>Especie Robusta</i>			
Robusta	África	Muy alto	Rojos y pequeños

Fuente. SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ASERCA No.103, Marzo 2002. Pág. 6

Dependiendo del método utilizado para realizar el proceso de beneficio de café, es posible obtener diferentes calidades, encontrándose las siguientes clasificaciones: Arábica no lavado (o natural), cuando la cereza se seca directamente al sol (esto se realiza en países como

Brasil, Bolivia, Paraguay y Etiopía). Arábica lavado, cuando el despulpado y limpieza se efectúan con agua. Los cafés lavados se subdividen en: en Suaves Colombianos, produciéndose en Colombia, Kenya y Tanzania. Esta calidad de café es la mas aceptada y por el se pagan mejores precios. Otros suaves, cuyos principales productores son México, América Central, India, Nueva Guinea, Ruanda y Burundi. En el cuadro 1 se mostraron las características y clasificación de las principales variedades de café existentes en el mundo.

En orden de importancia, la calidad de café conocida como otros suaves es la segunda detrás de los suaves colombianos, en el tercer lugar están los no lavados (brasileños), finalmente se encuentran los robusta. De acuerdo a información de la Organización Internacional del Café, durante los últimos cinco años la producción por calidad de café ha registrado importantes variaciones, las cuales han estado vinculadas a las variaciones de la producción mundial de café verde.

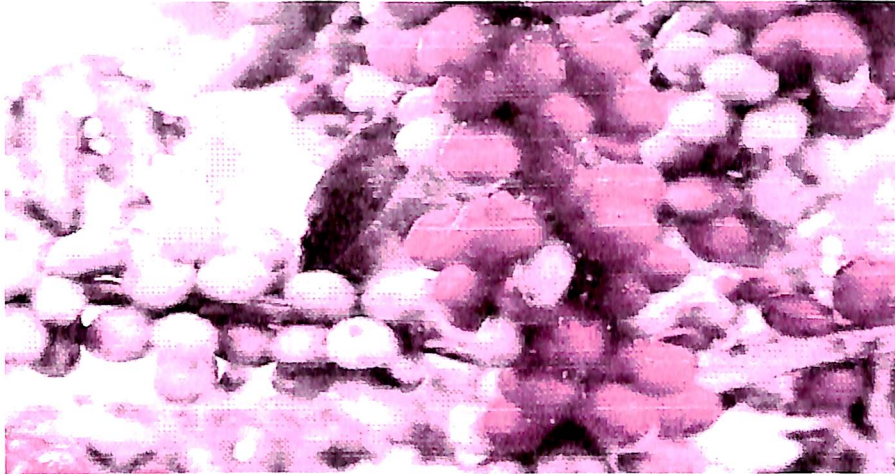
El café fue descubierto como producto de consumo hace ya mucho tiempo, desde el siglo VIII que se utilizaba como alimento, después como bebida fermentada, más tarde como medicina y finalmente como infusión. Dentro de la tradición árabe hay versiones diversas sobre el descubrimiento del café y sus efectos estimulantes. Otra literatura señala que fue descubierta por un médico árabe llamado Rhacéz, en el año 900 d.c. En sus inicios fue utilizada como alimento, después catalogada por los árabes como un vino, mas tarde como medicamento, y finalmente, hacia el siglo XIII de nuestra era, empezó a consumirse como bebida estimulante.

El café es una planta arbustiva de hojas perennes cuyas características generales son: altura de 8 a 10 metros; tallos múltiples, ramas opuestas, largas, flexibles, delgadas y semi-erectas; hojas opuestas ovaladas, acuminadas de pecíolo corto, borde ondulados, superficie brillante, longitud de 10 a 15 cm, anchura de 4 a 5 cm; flores blancas, agrupadas en las axilas de las panojas de las hojas, encima de 2 ó 3, constituyendo verticilias de 8 a 15 flores; cada flor esta sujeta por un corto pedúnculo y un cáliz compuesto de 5 pequeñas brácteas; corola formado por un largo tubo que se ensancha en 5 lóbulos; estambres soldados a los pétalos, anteras alargadas, pistilo formado por un largo estilo y dos estigmas finos denominados corola; el ovario es una drupa llamada cereza, ovoide subglobosa constituido por un exocarpio (piel) coloreada, un mesocarpio carnoso y blanco amarillento (pulpa) y dos semillas unidas por sus caras planas de color gris amarillento.

La Figura 1 presenta una imagen del fruto del café que se obtiene en las principales

regiones productoras en México, el cual es una drupa de superficie lisa y brillante, de pulpa delgada, fácilmente desprendible del pergamino. Cuando maduran los frutos son de color rojo o amarillos con dos semillas que se le conoce como café caracol. El café denominada cereza esta formado por el epicarpio, cáscara o pellejo correspondientes al 46% del fruto.

**Figura 1. Fruto del Café**



Fuente: [www.cafedecolombia.com/](http://www.cafedecolombia.com/)

Entrado el siglo XVIII, los botánicos no empiezan a interesarse por el árbol del café. Fue Linneo quien definió el género *Coffea* y denominó la especie *Coffea arábica* en 1753, Lauren de Jessieu clasifico finalmente la especie en la familia de las rubiáceas. El árbol de café tienen por lo consiguiente la siguiente clasificación taxonómica:<sup>2</sup>

Reino: Vegetal  
 División: Antofita  
 Subreino: Angiosperma  
 Clase: Dicotiledónea  
 Subclase: Simpétala  
 Orden: Rubiales  
 Familia: Rubiaceae  
 Tribu: Coffeoidea  
 Género: *Coffea*  
 Sección: Eucoffea  
 Subsección: Erythrocoffea  
 Especie: arábica, canephora, libérica

Fuente: Costa Rene. El Café. Editorial Blume. 1ª Edición, Barcelona, España, 1969 Pág. .25.

La Cafeticultura es una de las actividades más importantes del sector agropecuario mexicano, se ha constituido como una de las principales actividades generadoras de empleo y de divisas debido a su carácter de producto de exportación. La historia del café en México tiene su origen a finales del siglo XVIII, cuando ya se habían registrado las primeras exportaciones del grano provenientes de Córdoba. Sin embargo, como consecuencia de la Guerra de Independencia, el cultivo fue abandonado, retomándose hasta 1817.

A mediados del siglo XIX Don Matías Romero vio que algunos de los factores que podían hacer redituable el cultivo del café se encontraban en México: terreno y climas apropiados, cercanía con los centros de exportación a fin de no recargar los costos con fletes innecesarios y mano de obra barata en la época de cosecha. Además también impulsó fuertemente el desarrollo de la economía cafetalera en general, especialmente la inversión extranjera, así como la ampliación de la demanda de nuestro café en Estados Unidos.<sup>2</sup>

Durante el porfiriato la producción de café estaba prácticamente extendida por todos los estados donde existían condiciones propicias; el principal productor fue el estado de Veracruz, siguiéndole Colima, Chiapas, Guerrero, Michoacán, Morelos, Oaxaca y Tabasco; en la misma época el cultivo se extendió a los estados de Jalisco, Tamaulipas, Durango, México, Nayarit, Sinaloa y Coahuila. Durante y después de la Revolución Mexicana, la importancia económica de la producción se mantuvo. La producción fue de 675 000 sacos de 60 Kg, durante ese periodo los principales mercados de exportación fueron Estados Unidos, Alemania, España y Portugal. Entre 1911 y 1915 las exportaciones alcanzaron un volumen de 1.93 millones de sacos, de los cuales el 72.4% fue enviado a los Estados Unidos.

Actualmente el aromático se cultiva en doce estados de la República Mexicana, que en orden de importancia son: Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla, Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Nayarit, Jalisco, Tabasco, Colima y Querétaro. Según las cifras del Censo Cafetalero realizado por el Instituto Mexicano del Café (1992), se dedican a la cafeticultura aproximadamente 283 mil productores, a la par que se generan 300 mil empleos temporales, así como también 10 mil empleos en tareas relacionadas con la agroindustria y comercialización; además de considerar que la superficie de la tierra sembrada con cafetos en el país representa 3.2 % de la tierra cultivada total de México, según las cifras preeliminares del censo.

---

<sup>2</sup> Nestlé- Nathan Internacional Ediciones Universitarias Hispanoamericana, S.A España, 1970, Pág. 42.

<sup>3</sup> C. Martínez, *El proceso cafetalero mexicano*, UNAM-IIE, México, 1996, pp. 19 y 55.

México cuenta con una enorme tradición en el cultivo y producción de café; en la actualidad se ubica como el quinto productor y exportador de café en el mundo, produce más de 6 millones de sacos de 60 Kg y la superficie total dedicada a la producción del grano aumentó de 597,631 hectáreas en 1992-1993 a 761,162 en 1998-1999, lo que equivale a un aumento de 27 por ciento. La actividad cafetalera es fuente de alrededor de 3 millones de empleos y en los años de 1990 al 2000 ha generado una entrada de divisas de 581.4 millones de dólares, equivalente al 14% de las exportaciones agrícolas totales, incluso, si tomamos los datos de la exportaciones agroalimentarias de México al mundo -- en el que se incluyen alimentos y bebidas procesadas, el café sigue siendo el principal generador de divisas. Durante el periodo 1990-2000, las exportaciones del café registraron un crecimiento porcentual de 78.6%, lo que representó en promedio un valor de 564, 427.00 miles de dólares.<sup>4</sup>

El café tradicionalmente se cultivaba bajo una bóveda de árboles de sombra nativos, pero gradualmente se ha dado lugar a la tala de bosques para su producción masiva a pleno sol que, si bien permite obtener un mayor rendimiento por hectárea, utiliza grandes cantidades de agroquímicos y causa deforestación, erosión del suelo y contaminación del agua. Por ello numerosos productores de café participan en programas de capacitación y asistencia técnica que tiene por objeto cumplir con el periodo de transición de tres años correspondiente al cultivo de café convencional y pasar a la producción sustentable de café orgánico, con miras a conservar a la biodiversidad y aprovechar el sobreprecio y demás ventajas que ofrece el mercado del café orgánico. Si algún café se certifica como orgánico, tendrán acceso al creciente mercado internacional de productos orgánicos certificados, lo cual compensará con creces la disminución del rendimiento por hectárea.

En esta perspectiva, México considerado como un productor de café de menor calidad que otros países tiene las cualidades idóneas y una vocación natural para la producción de cafés de especialidad; tal es el caso del café orgánico que actualmente nuestro país es líder en la producción de este tipo de café con una participación total de 486.33 miles de sacos de 60 Kg en las exportaciones durante los ciclos 1994/95 al 1998/99, cuyo valor alcanzo US \$101,948.00 miles de dólares.

---

<sup>4</sup> Sobre el importante papel de Don Matías Romero para la cafécultura se pueden revisar: M. Romero (Introducción y selección de textos de Gerardo Sánchez Díaz. El café de Uruapan, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo - Instituto de Investigaciones Históricas - Morevallado, Morelia, 1999 y M. Romero, Cultivo del café en la costa meridional de Chiapas, Instituto Mexicano del Café, 1988)

## 1.2. Planteamiento del problema

En el ámbito nacional, destacan una serie de elementos económicos y sociales que caracterizan al sector cafetalero, por ejemplo, la coexistencia de pequeños productores propietarios y de grandes fincas; vinculado a esta situación se encuentra la existencia de zonas tecnificadas y zonas con métodos de producción tradicionales; también destaca la existencia de una débil política de desarrollo del sector. A estos aspectos, hay que sumar los factores que incrementan el grado de complejidad para el estudio del sector, los cuales son: la ubicación geográfica; el clima; la ciencia y la tecnología relacionada al campo, la relación entre capital y la producción de café; los aspectos financieros; las políticas nacionales e internacionales tanto públicas como privadas; la interrelación entre productores, comercializadores, industrializadores y exportadores; así, como su relación con las instituciones existentes a nivel nacional e internacional.

En México un total de 4,557 comunidades indígenas que representa el 92 % del total de productores, se dedican a la producción de café en una superficie de 761,165 ha, en unidades de producción menores de cinco ha. El 60 % de las comunidades indígenas no disponen de capital para el uso de variedades híbridas y la aplicación de sustancias químicas, por lo que hacen un manejo productivo muy cercano al exigido para que su producto sea considerado como orgánico.<sup>6</sup>

Estos factores, que durante un tiempo fueron vistos como debilidades del sector cafetalero mexicano, permiten otorgar un valor agregado al café mexicano, permitiendo por lo tanto, que grandes sectores de la producción de café en nuestro país, estén en posibilidades de ser consolidados y por tanto reconocidos como productores de café de especialidad, obteniendo con ello el beneficio que eso implica.

Las recurrentes crisis de este sector, determinadas por las caídas continuas del precio, han generado en el mercado de café nuevas tendencias que se abren espacio para colocar a este grano no sólo como un artículo más, cuyo precio depende de la oferta y la demanda, sino también como un producto en donde la calidad y la diferenciación juegan un papel principal.

---

<sup>6</sup> SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ASERCA, Num. 103 / Marzo 2002. Pág. 3 y 5.



Actualmente México es líder en la producción de café orgánico, definido como aquel café que se produce con métodos que conservan el suelo y prohíbe el uso de sustancias químicas sintéticas, aportando el 20 por ciento de las exportaciones mundiales de dicho producto. Además somos pioneros en el resguardo de la biodiversidad, dada la protección que se brinda a las selvas, ecosistema donde se cultiva la mayor cantidad de café en nuestro país. En los últimos cinco ciclos, las exportaciones de este tipo de café acumularon un crecimiento de 1.093 por ciento; el café orgánico tiene un sobreprecio de entre 10 centavos y \$1.5 dólar por libra. El Sobreprecio promedio por libra de dicho café es de \$ 0.59 centavos de dólar.

Con la búsqueda de dar mejores soluciones a los problemas de bajos precios, falta de financiamiento, y de responder a las crecientes demandas de grupos ecologistas Norteamericanos y Europeos, los cafeticultores han decidido intensificar las actividades encaminadas a la producción de café orgánico, el cual es una variante del café verde que ha logrado establecer su propio mercado gracias a la paulatina modificación de los gustos a favor de alimentos que no han sido producidos mediante fertilizantes químicos, lo que han permitido a diversos productores enfrentar con mejores posibilidades a un mercado tan deprimido.

Dada la complejidad histórica y actual que envuelve la actividad cafetalera, el principal objetivo del presente trabajo es realizar un análisis de los retos y oportunidades que tiene el café mexicano para consolidarse en el mercado de café orgánico; además, se pretende mostrar que a pesar de la difícil situación del mercado internacional del café, existen oportunidades para ampliar la porción del mercado que es cubierta por el café mexicano. Y es que si bien, las condiciones del mercado del café en los últimos años han sido adversas para los países productores; también se han dado situaciones positivas como el crecimiento y surgimiento de mercados, tales como los de Japón, Reino Unido y Corea.

### **1.3. Objetivos**

Los objetivos de la investigación son los que se mencionan a continuación:

- Identificar las tendencias del mercado mundial de café, especialmente las relacionadas al café orgánico.
- Identificar los mercados potenciales para el café orgánico, sus volúmenes de demanda y la evolución de sus precios.

- Analizar los diferenciales de precios y de rentabilidad entre la producción de café orgánico y la producción de café ordinario.
- Identificar los retos y las oportunidades para la consolidación de México en el mercado de café orgánico, especialmente lo relacionado con la certificación.

#### **1.4. Hipótesis**

Con base en la información preliminar disponible se ha formulado la siguiente hipótesis de investigación:

Existe la posibilidad de aumentar la exportación de café mexicano de todo tipo, aun que resulta más atractivo el café orgánico, debido a que en los últimos años hay una tendencia favorable en el consumo de productos que no usen agroquímicos lo que otorga un sobreprecio al producto; además México cuenta con sistemas de producción y niveles de costos que le dan ventajas para consolidarse en el mercado de cafés de especialidad.

#### **1.5. Marco teórico**

En este apartado se discuten los principales conceptos relacionados con el mercado de cafés de especialidad, especialmente los relativos al café orgánico, así como de los factores que originan y promueven la especialización, tanto a nivel internacional como en México.

##### **1.5.1 Definición del mercado de especialidad**

El término “café especial” (specialty coffee), se originó en Estados Unidos y al principio describía al café vendido en tiendas especializadas de café (coffee shops), y en barras de café que eran diferentes en calidad y preparación que se podía adquirir en los supermercados y en los restaurantes; en este sentido se define como cafés especiales a los cafés que nos refiere a diferentes cosas para diferentes gustos y sugiere un grado de exclusividad que abarca un gran número de productos, el cual va creciendo y ganando adeptos. Aquí es donde se ubica, el café orgánico, el café de sombra y el café de comercio justo, que en grupo se conocen como cafés

sustentables y por último el café gourmet.<sup>7</sup>

### 1.5.2. Definición de café sustentable

Cada vez son mayores las evidencias de que buena parte de la industria mundial del café no cumple sistemáticamente con dos criterios básicos de la sustentabilidad: protección del medio ambiente y justicia social. Sin embargo, es creciente el número de productores, empresas y consumidores de café que están abriendo nuevos caminos para fomentar que la industria del café se oriente hacia prácticas más respetuosas del medio ambiente y procure mayores beneficios económicos y sociales para los productores. Tres categorías de café buscan cumplir total o parcialmente con estos criterios: el café orgánico, el café de sombra y el café de comercio justo.

**Café orgánico:** es el que se produce con métodos que conservan el suelo y prohíbe el uso de sustancias químicas sintéticas.

**Café de comercio justo:** es el que se compra directamente a las cooperativas de pequeños agricultores, garantizándoles un precio de contrato mínimo.

**Café de sombra:** es el que se cultiva bajo la bóveda forestal, en entornos de selva, y es benéfico para la biodiversidad y las aves.<sup>8</sup>

### 1.5.3. Factores que promueven la especialización

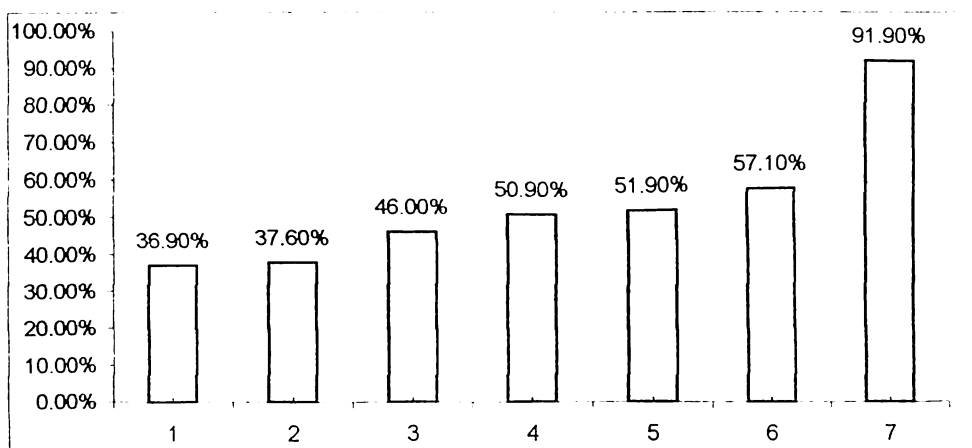
La calidad o sabor del café es el más importante de los factores; sin embargo existe siete factores por los cuales la especialización en el café es valioso para los negocios conforme a una encuesta realizada en el mercado estadounidense y canadiense, según la cual el 91.9% de las empresas coincide en que el sabor café es el factor principal. Según la encuesta mencionada, los factores que más influyen en la diferenciación de los cafés en el mercado son, junto con el porcentaje de opiniones:

<sup>7</sup> SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ASIRCA. Num. 103 / Marzo 2002. Pág. 31

<sup>8</sup> Giovannucci, Danielle. Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte. Summith Foundation, Nature Conservancy, Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte. Asociación Estadounidense del Café de Especialidad, Banco Mundial, Philadelphia. 2001. Pág. 7

1. Mayores márgenes de ganancia, 36.90%
2. Oportunidad para la diferenciación, 37.6 %
3. Creencias personales acerca de la agricultura orgánica, 46.0%
4. Los clientes lo solicitan, 50.9 %
5. Creencias personales sobre la biodiversidad o el medio ambiente, 51.9 %
6. Ética personal en relación con el comercio justo para los productores, 57.1 %
7. Calidad o sabor especial, 91.9 %

**Gráfica I. Factores que promueven la especialización**



Fuente: Giovannucci Danielle, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte

Más de la mitad de los negocios encuestados toman en cuenta el método de producción como criterio de especialización, por lo que es de esperarse que esta proporción de compradores estuviese dispuesta a pagar algún sobrepago. Las creencias personales y ética de los encuestados, factores 3, 5 y 7, son aparentemente casi tan valiosas como las exigencias de los clientes, pues en casi la mitad de las respuestas se les calificó como *muy importantes* y en un tercio como *en cierta medida importante*. Esto es un indicador de que aludir a las creencias y la ética del comercio de café en iniciativas educativas y de información sobre el café sustentable podría resultar benéfico y una manera eficiente de fomentar aún más el desarrollo de los mercados del café sustentable. Resulta sorprendente que, las exigencias de los clientes no fueron consideradas el factor más importante. Sólo 50.9% de los encuestados las calificó como *factor muy importante* y 29.3 % como *en cierta medida importante*.

Las exigencias del cliente suelen ser el principal motor de los negocios, sobre todo de los negocios socialmente responsables. Sin embargo, de acuerdo con la encuesta, el crecimiento

actual del mercado del café sustentable no parece haberse originado exclusivamente de la demanda de los consumidores, por lo cual las oportunidades para la expansión del mercado podrían ser considerables.

Para 44.6% de los negocios la oportunidad para la diferenciación que el café sustentable les significa en el mercado por ofrecer una línea de productos únicos o diferentes, es en *cierta medida importante*, en tanto que 37.6% manifestó que ésta era un factor *muy importante*. La obtención de mayores márgenes de ganancia quedó por debajo como factor de importancia por el cual el café sustentable es valioso para los negocios.”

#### **1.5.4. Antecedentes de la producción de café orgánico en México**

La agricultura orgánica también llamada en forma indistinta biológica, biodinámica y sustentable, considera en primer lugar, el tipo de insumo, la calidad de la tierra, las prácticas de labranza y de conservación que no alteren la calidad del ecosistema y que sus flujos de sus entradas y salidas a las parcelas de cultivo mantengan el equilibrio con el resto de los recursos naturales y el medio ambiente. Requiere que los productos obtenidos no generen residuos tóxicos que afecten la salud de los consumidores, incluso considerando su almacenamiento, embalaje, envasado y etiquetado. El sistema pone énfasis en la rotación de cultivos, recuperación de los suelos, así como el control de plagas y enfermedades con métodos naturales.

Según el Consejo Mexicano de Café, México es uno de los primeros países latinoamericanos que se unen al movimiento de la agricultura orgánica, junto con Brasil, Argentina y Colombia. En este aspecto el cultivo de mayor importancia en México es el café, ya que cubre el 82% de la superficie de agricultura orgánica en el ámbito nacional, ubicándose en los estados de Chiapas, Oaxaca, Guerrero, Colima y Puebla.

Nuestro país es uno de los pioneros en café orgánico, iniciando esta actividad hace más de 20 años, lo que actualmente le permite situarse como el mayor productor y exportador a nivel mundial. El inicio de la producción orgánica de café se da como una variante europea de la Agricultura Biodinámica en la Finca Irlanda, que se localiza en Tapachula, Chiapas.

El cultivo de café manejado de manera ecológica actúa como zona de amortiguamiento, de bosques y selvas, reproducen una extensa biodiversidad, protegen a las cuencas hidrológicas

y retienen carbono. Sin duda el planteamiento de alternativas de solución a los actuales problemas en la relación sociedad-naturaleza requiere integrar los asentamientos humanos circundantes, con la implementación de proyectos con consideraciones ecológicas, económicas y productivas. Por ello el café orgánico será uno de los elementos de desarrollo de los estados donde se genera este producto, lo cual contribuirá a la disminución del impacto sobre la reserva de biosfera en el medio ambiente.

### **1.5.5. Tendencias en la producción de café orgánico**

En los últimos años se han realizado trabajos serios para determinar el potencial de penetración del café mexicano en los mercados más exigentes, especializados e importantes del mundo. Los trabajos realizados se han centrado concretamente en Estados Unidos, principal consumidor de café en el mundo, donde, de acuerdo con algunas estimaciones realizadas en el ciclo 1999/2000, del total de las importaciones cerca del 17 por ciento correspondieron a café de especialidad.

La calidad del café mexicano no sólo satisface la exigencia de éste mercado, también ha logrado conquistar a más consumidores por muy exigentes que sean, por ejemplo los mercados europeos, donde el café de especialidad ha crecido significativamente, o al mercado asiático, donde la demanda de este tipo de cafés también ha mostrado un crecimiento relevante.

De la encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte, realizada por Giovannucci (2001), se extraen los siguientes resultados en torno al café orgánico: En la primer pregunta que se les formuló a las empresas encuestadas, 98.7 por ciento afirmó conocer el café orgánico, lo que significa que este concepto ya es del dominio público. Asimismo, otro indicador es que por el café orgánico se paga un sobreprecio promedio de 59 centavos de dólar por libra, agregando que el 58 por ciento de las empresas estima un crecimiento en las ventas de café orgánico. Poniendo atención al dato anterior se deduce que México deberá intensificar sus esfuerzos para aprovechar el mercado de gran expansión para el café orgánico, ya que alcanza un sobreprecio bastante atractivo para los productores frente al mismo tipo de café cultivado de manera tradicional.

Los productores firmemente establecidos también pueden contar con cierto grado de protección de los precios, ya que la producción y la venta de este tipo de café requieren

compromisos de largo plazo por ambas partes; además de que el peso dentro del mercado mundial de estos cafés aún es muy bajo, ya que representan solamente el uno por ciento de las ventas totales mundiales del aromático, lo cual deja abierta la puerta para que muchos más productores se incorporen a este mercado, sabiendo que la demanda existe y que va en aumento, pero sobre todo, que los precios pagados por estos productos son mayores a los recibidos por la venta del café en grano verde.

## **1.6. Metodología**

Para poder comprobar la hipótesis y alcanzar los objetivos, se realizará una extensa revisión de literatura relacionada a la cafecultura, con la finalidad de conocer la situación actual de la oferta y la demanda, las tendencias futuras y el comportamiento que tienen los mercados de especialidad de café, especialmente lo relacionado al café orgánico.

Tales propósitos se cumplirán mediante la comparación de los rendimientos de producción entre el café convencional y el café orgánico; también se realizará un análisis de rentabilidad de los costos de producción, además de realizar un análisis del diferencial de precios que se presentan en el mercado para ambos tipos de cafés; con la finalidad de conocer las utilidades netas que puede obtener el productor, en el desarrollo de las actividades relacionadas al cultivo de ambos tipos de cafés.

---

<sup>9</sup> M. Blowfield. 2000. "Fundamentals of Ethical Trading", en D. Giovannucci (editor), *The Guide to Developing Agricultural Markets and Agroenterprises*, Banco Mundial

## **CAPÍTULO II**

# **CARACTERÍSTICAS Y TENDENCIAS DEL MERCADO MUNDIAL DE CAFÉ**

En la última década, el sector cafetalero a nivel mundial ha presentado características muy relevantes, motivo por el cual la finalidad de este capítulo es realizar un análisis general de los principales indicadores del mercado mundial, resaltando la oferta, la demanda, la producción y consumo mundial, el comercio y las cotizaciones del café.

### **2.1. Características del mercado internacional del café**

El mercado mundial del café ha sido uno de los más dinámicos durante el siglo XX, lo cual se debe a las características intrínsecas del producto, que lo hacen un producto que este muy ligado a factores históricos y culturales de consumo en las principales regiones comerciales del mundo. La importancia del café en la economía mundial, se manifiesta en que es el segundo producto del comercio internacional y representa la fuente básica del trabajo para mas de 20 millones de personas en 42 naciones exportadoras. Como consecuencia de la división internacional del trabajo impuesta por los países industrializados, las naciones que cultivan el café se han visto condicionados a exportar su producto sólo con un grado de procesamiento primario (beneficio), reservándose los países consumidores las fases industriales como la torrefacción, la molienda, la solubilización, la liofilización y el envasado.

La economía mundial del café se encuentra dividida en cuatro submercados que están determinados con base a la calidad del grano: Suave Colombianos, Brasileños y otros Arábigos, Robustas y otros Suaves. El mercado internacional está constituido por todos los países importadores de café, que su vez se dividen en países miembros de la Organización Internacional del Café, siendo los mas importantes por su participación: Estados Unidos, Alemania, Francia, Italia, Japón, Países Bajos y Suiza. El café se mueve principalmente en dos



tipos de mercado, el primer mercado es el de la oferta donde el protagonista de este mercado es el café verde o café crudo, en cuanto al segundo mercado siendo el de la demanda en donde una vez comprado e importado del país de origen, empieza el dominio del mercado del café.<sup>10</sup>

## 2.2. La oferta mundial de café

La oferta está formada por la producción y el nivel de inventarios de café de los países productores, destacando Brasil, Colombia, Indonesia, México y Costa de Marfil los cuales aportan el 60% de la producción mundial de café. A nivel mundial la oferta de café ha mostrado altibajos durante el periodo 1991/2000, manteniendo una tendencia a la baja de 1991 a 1997 y mostrando signos de recuperación a partir de 1998/99.

**Cuadro 2. Oferta mundial de café 1991 – 2001 (millones de sacos de 60 Kg.)**

Ciclo	Producción	Inventario	Total
1991/92	99.2	56.4	155.6
1992/93	87.9	55.7	143.6
1993/94	91.3	44.5	135.8
1994/95	89.1	39.1	128.2
1995/96	91.5	39.5	131.0
1996/97	103.9	29.4	132.4
1997/98	97.6	27.7	125.3
1998/99	106.5	31.8	138.3
1999/00	109.4*	31.3	140.7
2000/01	111.1*		
<b>TMCA</b>			<b>- 1.25 %</b>

Fuente: SAGARPA, ASERCA con datos del USDA

\*U.S.Department of Agriculture-1999/00

El periodo de contracción de la oferta coincide con la reducción de los inventarios mundiales como consecuencia de que las cotizaciones internacionales subieron durante el periodo de 1994 – 1998; la recuperación de la oferta en los últimos años se presenta al elevarse la producción, precisamente en respuesta a los precios más elevados, el cual puede observarse en los cuadros 2 y 7 respectivamente, esto se traduce en una recuperación gradual de los inventarios en 1998/99 y 1999/00; sin embargo en el calculo de la Tasa media anual de crecimiento de la oferta total de 1991/92 al 1999/00, la tendencia es negativa con 1.25 %.

En conclusión la oferta mundial, la producción, los inventarios y los precios

internacionales del café tienen una gran interrelación, mayores precios inicialmente significan menores inventarios, pero en el mediano plazo inducen a una mayor producción y a la acumulación de inventarios, que luego se traducirán en una caída de los precios que desalientan a la producción.

### 2.2.1. Producción cafetalera en países representativos

Dentro de los principales países productores de café a nivel mundial, destaca Brasil como el principal productor de café contribuyendo en cada ciclo con mayor porcentaje de la producción mundial o por lo menos se mantiene como lo indica la TMCA con 1.72 % durante el año de 1992/93 al 1996/97; es importante señalar a Colombia como el segundo productor mundial de café, aportando para el ciclo 92/93 la mayor participación con 16.0%, aun que su tendencia es a la baja tal como lo indica la TMCA con un valor negativo de 8.81 %.

Así también tenemos la participación de Indonesia, México, Costa de Marfil, con una tendencia a la alza, cuyas TMCA son de 1.01, 8.10 y 16.46 % respectivamente las más positivas durante este periodo, es decir son países que están ganando más participación en el mercado mundial. Cabe señalar que México además de ser el cuarto productor, aporta en promedio 5% de la producción mundial en el período de análisis.

México produce principalmente la variedad de café Arábica que representa el 97 % de su producción y 3 % de Robustas que durante el año 1999/00 nuestro país contribuyó con el 8 % de la producción mundial de Arábicas y 0.6 % de Robustas, de un total de 114,100 sacos de 60 Kg.

**Cuadro 3. Principales países productores de café en 1992/93 – 1996/97**  
(millones de sacos 60 Kg.)

País	92-93	% Partic.	93-94	% Partic.	94-95	% Partic.	95-96	% Partic.	96-97	% Partic.	TMCA %
Brasil	24.0	25.8	28.5	30.5	28.0	28.5	16.8	18.8	25.7	25.5	1.72
Colombia	14.9	16.0	11.4	12.2	13.0	13.2	12.9	14.4	10.3	10.2	- 8.81
Indonesia	7.3	7.8	7.4	7.9	6.4	6.5	5.8	6.5	7.6	7.5	1.01
México	4.1	4.4	4.2	4.5	4.0	4.0	5.5	6.1	5.6	5.5	8.10
C. de Marfil	2.5	2.6	2.7	2.8	3.7	3.7	2.9	3.2	4.6	4.5	16.46
Otros	39.9	43.0	39.1	41.9	43.1	43.8	45.2	50.7	46.8	46.5	4.06
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Fuente: SAGARPA, ASERCA con datos del USDA.

Nota: El total de % no suma 100 debido a que no se cerraron las cifras.

### 2.2.2. Producción exportable

Uno de los aspectos que llaman la atención en este punto es la relación existente entre la producción total y la producción exportable, fenómeno que está ligado a la calidad del café que producen los diferentes países, así tenemos que en el ciclo 1996/97 de un total de 104.4 (millones de sacos de 60 Kg.), la participación por calidades de café fue de 39.7 millones de sacos para las arábicas, 27.5 para los Arábicas no lavados y 37.2 para los Robustas; de los cuales la exportación fue de 80.4 (millones de sacos) y en la México tuvo una participación de 4.3 millones de sacos, similar al estimado en el ciclo 2000/01, lo que representa una participación de 5 % en promedio que lo coloca en el cuarto lugar. Cabe aclarar que el café que México exporta es predominantemente de arábica suave, que además es el tipo de café en el que se registran los mayores niveles de crecimiento de las exportaciones, en contraste con los Robustas que permanecen constantes. Dentro de los arábicas suaves se ubica la línea de café orgánico.

Otros países como Brasil, Indonesia y Vietnam, ocupan los lugares primero, segundo y tercero en la producción total, situación que se repite en la producción exportable, cuyo volumen fue de 80.4 millones de sacos de 60 Kg. durante el ciclo 1996/97, del cual tuvieron una participación de 18.5, 5.9, 5.3 millones de sacos de 60 Kg., respectivamente. Se tiene además que Brasil está perdiendo participación en las exportaciones de café por la cifra estimada en el ciclo 2000/01 cuyo valor es 14.1 (millones de sacos) de un total de 26.4 millones, caso que se repite para Indonesia al pasar de 5.9 millones de sacos en 1996/97 a 5.6 en el 2000/01. Por su parte México se mantiene como se había notado anteriormente; el país que tuvo un repunte muy exitoso es Vietnam al pasar de 5.3 millones de sacos en 1996/97 a 11.6 en el ciclo 2000/01. En conclusión tenemos que se prevén incrementos en la producción y por consiguiente en las exportaciones de café aunque a un ritmo más lento tal como lo muestra la TMCA de 1996/97 al 2000/01 y en lo que para ambos casos son positivos, con valores porcentuales de 1.56 % y 1.46 % respectivamente.

**Cuadro 4. Producción mundial exportable de café verde, 1996/97 – 2000/01**  
(millones de sacos 60 Kg.)

Ciclos	96-97	97-98	98-99	99-00	00/01*	TMCA %
Producción total	104.4	96.5	106.2	109.4	111.1	1.56
Producción Exportable	80.4	71.3	81.0	83.9	85.2	1.46

Fuente: U.S. Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service.

### 2.3. Comportamiento de la demanda internacional del café

El consumo mundial registra un total de 104,233 en 1999 y para el año 2001 paso hacer 108,255, cuya tendencia es positiva con una TCMA de 1999 al 2001 de 1.91% dado a los bajos precios, la demanda se concentra básicamente en los países de latitud norte, siendo Estados Unidos, Alemania y Japón los principales importadores mundiales que en conjunto compran 71.1 por ciento del total mundial, Cabe mencionar que algunos países importadores reexportan volúmenes importantes del aromático, una vez que han sido transformados en cafés tostados y solubles, siendo notorio Alemania como el principal reexportador mundial, con alrededor del 30 por ciento de sus compras totales.

**Cuadro 5. Consumo Mundial de café por región (miles de sacos de 60 Kg)**

<b>Años</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>TMCA</b>
<i>Países importadores</i>				
América del Norte*	21,924	21,986	22,157	
Europa del Oeste	36,429	36,563	37,023	
Europa del Este	6,548	7,070	7,525	
Asia	7,570	8,050	8,225	
Australia	872	888	898	
Otros	5,650	5,75	5,950	
<b>Subtotal</b>	<b>78,994</b>	<b>80,307</b>	<b>81,778</b>	
<i>Países productores</i>	25,239	26,019	26,477	
<b>Total Mundial</b>	<b>104,233</b>	<b>106,326</b>	<b>108,255</b>	<b>1.91%</b>

Fuente. Acerca con datos de la Asociación de Países Productores de Café

\* Comprende Estados Unidos de Norteamérica y Canadá

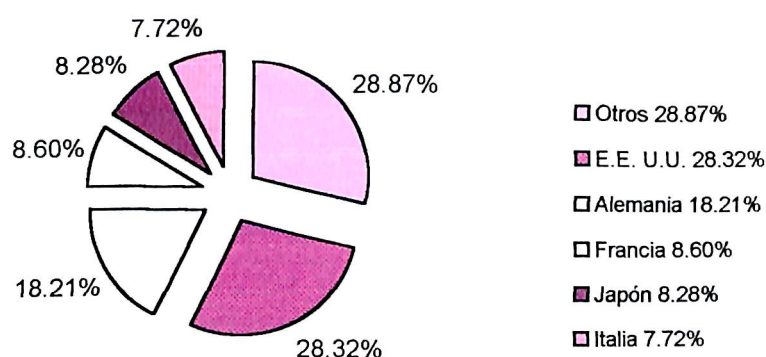
El consumo interno en los países exportadores en 2001 se estima en 26 millones de sacos, lo que supone un aumento de alrededor de 400 mil sacos con respecto al año anterior. Brasil ha aumentado su consumo en 250,000 sacos aproximadamente, habiendo pasado de 12.75 millones de sacos en 1999/2000 a 13 millones en 2000/01, lo que representa un poco más de la mitad del consumo total de todos los países exportadores y el 12.8 por ciento del consumo mundial. El consumo interno aumentó también de manera significativa en Indonesia y México, pero sigue siendo muy inferior al potencial de los países a ese respecto. Sin duda, México, Indonesia, Colombia, India, Vietnam y muchos de los países exportadores de África tienen un potencial considerable de consumo interno que cabe desarrollar.

En el ámbito mundial se puede observar un comportamiento estacional en el consumo de café, es decir, la demanda de éste se incrementa durante la época invernal y disminuye al llegar el verano. Dicha estacionalidad del producto obedece a que los principales países demandantes registran durante el invierno, un importante descenso en la temperatura; sin embargo, para compensar lo anterior se ha buscado ofrecer al mercado diversas presentaciones de café, tal es el caso de los cafés helados que se han impulsado en muchos países, o la elaboración de algunos productos donde el café forma parte de las materias primas, para que pueda incrementarse el consumo a lo largo de todo el año y no solamente en algunas épocas de éste.

### 2.3.1. Principales países importadores de café

Los consumidores principales de café son Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón e Italia, cuya participación lo muestra la Grafica 2. El consumo en los países importadores pasó de 78.99 millones de sacos en 1999 a 81.77 millones en 2001, es decir, un crecimiento cercano al 3.5 por ciento. En Alemania se registró un descenso de un millón de sacos, pero aumentó el consumo en Italia, Japón y el Reino Unido.

**Grafico 2. Estructura de las importaciones Mundiales de café**



Fuente: SAGARPA, ASERCA, con información de la Organización Internacional de Café.

Los inventarios de café en los países consumidores, se han comportado con una tendencia a la disminución, dado a los precios altos del aromático que los obliga a regular sus importaciones y hacer mayor uso de sus inventarios, tal como lo muestra la TMCA de 1991/92 al 1998/99 con un valor negativo de 16.47 %.

**Cuadro 6. Inventarios de café en principales países consumidores  
(millones de sacos de 60 Kg.)**

Años	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	TMCA %
Inventarios	19.4	15.2	14.9	8.6	7.8	4.9	5.4	5.5	-16.47

Fuente: SAGARPA, ASERCA con datos de la Organización Internacional del Café.

La tendencia de los inventarios a través de los años es a la baja, ya que en los años de 1991/92, los inventarios tuvieron el mayor incremento de 19.4 millones de sacos, en cambio en los años 1998/99, los inventarios se ubicaron en 5.5 millones de sacos, esto debido a un mejor uso racional de sus inventarios por parte de los países importadores de café. Es necesario hacer mención que del total de los inventarios que se registran en los países importadores, Estados Unidos dispone aproximadamente 36.5%, Alemania 4.2%, con la característica común, al descenso.

#### 2.4. Precios del café en el mercado internacional

Producto del libre mercado, las exportaciones de café y los principales países productores se han saturado ocasionando la caída de los precios, alcanzando su nivel mas bajo en 1992 con 62.6 dólares/100 libras. A partir de 1994 se observa una recuperación de los precios al ubicarse en 148.52 dólares, valor que se mantuvo hacia la alza hasta 1997 con 185.0, ya que el principal productor de café, Brasil, se ve afectado en su producción por las heladas y la sequía. En los años siguientes los precios se han comportado con fluctuaciones a la baja, así lo demuestra la TMCA de 1989 al 2000, con valor negativo de 1.12%.

**Cuadro 7. Precio promedio anual del café en la Bolsa de Nueva York (En Dólares)**

Período	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	TMCA %
Dólares/100 libras	104.00	90.10	85	62.60	65.00	149.52	149.00	120.00	185.00	132.00	104.00	91.90	-1.12

Fuente: Consejo Mexicano de Café, México: [www.sagarpa.gob.mx/Cmc](http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc)

Una de las causas de la caída de los precios internacionales de café es por la suspensión de las cláusulas económicas de la Organización Internacional de Café, que regulaban la oferta mundial de café. La volatilidad en los precios ha sido causada por la incertidumbre que existe sobre el futuro de la oferta mundial del grano, especialmente por el comportamiento de la producción Brasileña y Colombiana.

La fijación de precios del café la realizan principalmente Estados Unidos e Inglaterra por el lado de los consumidores, mientras que entre los productores el país líder en la fijación de los precios es Brasil. Las cotizaciones del contrato de futuro de café se operan en Nueva York, donde se comercializan cafés arábicas suaves, mientras que en Londres, París y Sao Paulo se cotiza el café robusta.

## **2.5. Tendencias en el mercado mundial de café**

Las recurrentes crisis y el estancamiento de los precios del sector cafetalero, han generado en el mercado de café nuevas tendencias que permitan colocar al café no solo como un artículo o commodity, cuyo precio depende de la oferta y la demanda, sino también como un producto en donde la calidad y la especialización juegan un papel principal.

Así tenemos que del año 1994 al 2000 los precios de café fueron altos (Cuadro 7), provocando que los inventarios de los productores del grano cayeran (Cuadro 6), mientras la producción mostró signos de recuperación en respuesta a los precios altos, (Cuadro 2). Sin duda las fluctuaciones de café están acompañadas por el fracaso que tuvo la Organización Internacional de café en su intento de regular el comercio y los precios del grano.

### **2.5.1. Participación por tipo de café.**

En los últimos tres años, la producción de café robusta ha registrado un mayor dinamismo que el arábica. Según las estadísticas de la Asociación de Países productores de Café (APPC), entre 1999/2000 y 2000/2001, la producción de café Robusta creció en 12.9 por ciento; mientras que la variedad Arábica decreció en 5.2 por ciento, en el mismo lapso.

El mayor volumen de producción robusta que se ha obtenido ha sido gracias al fuerte crecimiento del producto en Vietnam, país que en los últimos años ha jugado un papel importante en el mercado internacional. Esta situación se ve reflejada en el peso que los cafés robustas tienen en el mercado mundial, en comparación con el arábica.

Dentro del café arábica, durante el ciclo 2000/2001, los cafés colombianos suaves representaron 17.53 por ciento del total, los otros suaves representaron 39.50 por ciento y los Arábicas naturales o no lavados fueron 43.00 por ciento. De estos tipos de café, la mayor caída en la producción se observó para los otros suaves con un descenso de 15.7 por ciento; mientras

que los Colombianos crecieron en 4 por ciento y los no lavados en 2.3 por ciento.

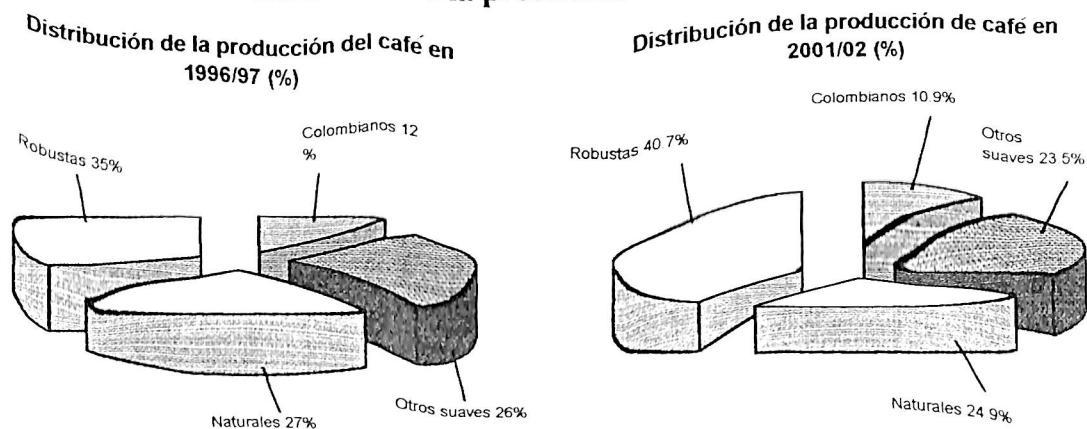
**Cuadro 8. Producción mundial de café de 1999 al 2002 (miles de sacos)**

Tipos de café	1999/2000	2000/2001	2001/2002
<b>Total de Arábicas</b>	<b>73,954</b>	<b>69,972</b>	<b>67,835</b>
<i>Suaves colombianos</i>	11,795	12,267	12,450
<i>Otros suaves</i>	32,749	27,605	28,440
Americanos	27,007	22,660	23,374
Asiáticos	4,013	3,550	3,533
Africanos	1,729	1,395	1,533
<i>Naturales / no lavados</i>	29,410	30,100	26,945
<b>Total de Robustas</b>	<b>40,146</b>	<b>45,330</b>	<b>46,602</b>
Americanos	5,870	7,975	10,575
Asiáticos	22,428	27,113	25,810
Africanos	11,848	10,242	10,217
<b>Total de Arábicas y robustas</b>	<b>114,100</b>	<b>115,302</b>	<b>114,437</b>

Fuente: SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ACERCA No.103. Marzo de 2003. Pág. 29

Para el ciclo 2001/2002 se esperaba una contracción de 3.2 por ciento con relación al ciclo previo en la producción de café arábica, debido a un descenso en la producción de los países de América Central; mientras que para la variedad Robusta se estima que se mantenga la tendencia alcista, proyectándose un crecimiento del 2.8 por ciento, en el mismo periodo, motivado por el incremento en los dos principales países productores de esta variedad, Brasil y Vietnam. Con estos resultado, la distribución de la producción de café para el ciclo 2001/2002, pudo haber sido la que se muestra en la Gráfica 3, comparada con el ciclo 1996/1997.

**Gráfica 3. Distribución de la producción de café en 1996/97 y 2001/02**



Fuente: ASERCA con datos de la Organización Internacional de Café



Se espera que el consumo de café, en el corto plazo, se incremente de manera considerable. Algunos países como China, Rusia y las naciones ex-socialistas de Europa, tienen el potencial para incrementar el consumo de café, mientras que el desarrollo del café tipo gourmet y orgánicos en muchos países, sobre todo en los industrializados, también está contribuyendo para esperar un repunte en el consumo del producto. Según los especialistas, los productores están centrando su interés hacia países en desarrollo que tienen bajos niveles de consumo per cápita de café, en los cuales pretenden incrementar la promoción del producto.

En el comercio mundial por tipo de café, en el año 2001 las exportaciones de los cafés clasificados como colombianos representaron 12.76 por ciento del total mundial, los agrupados como otros suaves fueron 26.9 por ciento, los arábicas naturales 22.3 por ciento y los robustas 39.0 por ciento. Puede observarse que aún es mayor el volumen de las exportaciones de café con menores niveles de calidad que se comercializa en el mercado internacional, situación que ya ha sido contemplada por los países productores y sus medidas van a reducir el producto de menor calidad, para ayudar a incrementar los precios en el mercado internacional, los cuales en el año 2001 se ubicaron en su nivel más bajo de los últimos años, originando importantes pérdidas en el ingreso de los productores del aromático, así como el desinterés por mejorar las condiciones del cultivo y procesamiento del grano en la de una mejor calidad del mismo.

La participación por tipo de café es predominantemente de Arábicas, donde se encuentra la línea de otros suaves, principal grano que México exporta, dentro de los que se clasifica al café orgánico como una especialidad de la cual se debe aprovechar, dado que la tendencia en el mercado de especialidad son muy favorables. Se estima que: "...la industria del café de especialidad representa el 17 por ciento del total de las importaciones estadounidenses de café en verde, sus ventas ascienden a \$7,800 millones de dólares y representan más de un 40 % del mercado estadounidense consumidor de café, considerando que la importación de Estados Unidos es de \$18,500 millones de dólares."<sup>11</sup>

Ha sido también este sector, el de los cafés de especialidad, el que ha registrado las mayores tasas de crecimiento, se calcula tan sólo un crecimiento anual promedio de alrededor de 30 % en los últimos cinco años, lo que señala que estamos frente a un mercado en expansión.

---

<sup>11</sup> Giovannucci, Danielle, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte, Summit Foundation, Nature Conservancy, Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte, Asociación Estadounidense del Café de Especialidad, Banco Mundial, Philadelphia, 2001, Pág. 7

## 2.6. Los mercados de especialidad del café

En varios trabajos se ha podido apreciar que los cafés sustentables, dentro de los cuales se encuentran el café sombra, el café orgánico y el café de comercio justo, abren un mercado importante para muchos productores del aromático que buscan un mejor ingreso por la venta de su producto, a la vez los demandantes ven en este tipo de café una oportunidad por consumir productos de mejor calidad, pero sobre todo seguros para la salud del consumidor.

Algunos de los resultados obtenidos del análisis de los trabajos realizados por la Comisión para la Cooperación Ambiental: Medición del interés de los consumidores en el café de sombra mexicano: Evaluación de los mercados de Canadá, México y Estados Unidos (Octubre de 1999), y el trabajo realizado, por Giovannucci, para la Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte: Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte (mayo de 2001). La encuesta se basó en una lista de 9,000 empresas relacionadas con el Café de especialidad. Estos estudios pueden ser aplicados como referencia para los consumidores europeos, dado que América del Norte es el mayor consumidor de este tipo de café.

La importancia de los cafés sustentables cada vez va siendo mayor en el mercado mundial. Según estimaciones realizadas el volumen total de cafés sustentables certificados que se comercializa en el mercado de América del Norte, es ligeramente mayor a cinco mil toneladas y su valor comercial es de aproximadamente 152 millones de dólares. Estas cifras representan cerca de 1 por ciento del mercado total del café en esta región y alrededor del 2 por ciento del mercado de especialidad de la misma.

Los cálculos realizados sobre el comercio mundial de cafés sustentables certificados lo ubican en 16,330 toneladas, con un valor de 455 millones de dólares. Si se toma en cuenta todo aquel café que se vende con el nombre de sustentable, certificado o no, el valor del comercio se incrementa a 530 millones de dólares<sup>12</sup>.

Sin duda que estas cifras son relevantes y muestran la aceptación que tienen los cafés

---

<sup>12</sup> Giovannucci, Daniele. Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte, Summit Foundation, Nature Conservancy, Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte, Asociación Estadounidense del Café de Especialidad, Banco Mundial, Philadelphia, 2001. Pag. 24-16 Ibid

clasificados como sustentables, sin embargo, su peso dentro del mercado mundial de café aún es muy bajo, representa solamente 1 por ciento de las ventas totales mundiales del aromático, lo cual deja abierta la puerta para que muchos más productores se incorporen a este mercado, sabiendo que la demanda existe y que va en aumento, pero sobre todo, que los precios pagados por estos productos son mayores a los recibidos por la venta del café en grano verde.

De las encuestas realizadas en Estados Unidos y Canadá para determinar la importancia que tienen los cafés sustentables, se pueden observar los siguientes resultados.

**Cuadro 9. Resultados de la encuesta referente a los cafés sustentables**

Descripciones	Café orgánico	Café comercio justo	Café sombra
Consumidores interrogados que tienen conocimiento de la existencia de los siguientes cafés.	98.70%	82.50%	76.40%
Disponibilidad del producto: Porcentaje de proveedores, que fueron encuestados, ofrecen a sus clientes café:	78.60%	54.00%	51.80%
Sobreprecio del producto: Centavos de dólar por libra que se paga de más por tipo de café (promedio de la industria):	59	62	53
Empresas que esperan que el sobreprecio del café se mantenga en el futuro:	90.00%	87.90%	86.10%
Empresas que consideran que los sobrepagos por los cafés sustentables son razonables:	76.90%	73.60%	73.70%
Porcentaje de empresas encuestadas que declararon vender uno o más tipos de los siguientes cafés.	56.10%	36.80%	34.40%
Porcentaje de empresas que declararon que una parte de sus compras de los siguientes cafés provienen de México:	38.00%	27.00%	28.00%
Porcentaje de encuestados que consideraron que la certificación del producto representa un factor importante para su compra:	78.00%	72.00%	68.00%
Empresas que registraron incrementos en las ventas, por tipo de café, durante el año 2000, respecto al 1999:	49.50%	32.50%	30.50%
Valor de las exportaciones de café sustentable, certificado y no certificado, durante el año 2000 (en dólares):	\$ 146 millones	\$ 64.4 millones	\$ 28.4 millones
Crecimiento esperado, por parte de las empresas encuestadas, en las ventas de café sustentable:	58.00%	48.70%	44.60%

Fuente: Fuente: SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ASERCA No.103. Marzo de 2003.

En la primer pregunta que se les formuló a las empresas encuestadas, 98.7 por ciento conocía el café orgánico, 82.5 por ciento el café comercio justo y 76.4 por ciento sabía de la existencia del café sombra. Es decir, ya son del dominio público, pese a que el comercio de éstos aún es muy bajo. Asimismo, otro indicador que resulta importante observar es que, por el café orgánico se paga un sobreprecio, en promedio en la industria, de 59 centavos de dólar por libra, para el café de comercio justo fue de 62 centavos y para el café sombra de 53 centavos.

Lo más importante es que no se esperan descensos en las compras de estos tipos de café, por el contrario, los resultados de las encuestas vislumbran un panorama alentador para los cafés de especialidad, donde de acuerdo con los entrevistados, 58 por ciento de ellos estiman un crecimiento en las ventas de café orgánico: 48.7 por ciento pronostican incrementos en las ventas de café de comercio justo y 44.6 por ciento esperan que las ventas de café de sombra se incrementen.

México cuenta con las condiciones necesarias para poder ofrecer cafés de mejor calidad en el mercado mundial, mismo que podría generar una derrama considerable de recursos para los productores, gracias a los sobreprecios que se están pagando por este tipo de café en el mercado mundial. Pero además, es un café que se produce con valores de equidad (Comercio justo), respeto a la ecología y además cuidando la salud del consumidor.

## **2.7. Tendencia e importancia del café orgánico**

En busca de dar solución a los problemas de bajos precios, falta de financiamiento, y responder a las crecientes demandas de los grupos ecologistas norteamericanos y europeos, algunos grupos de productores decidieron producir café orgánico, el cual es una variante del café verde que ha logrado establecer su propio mercado, gracias a la paulatina modificación de los gustos a favor de alimentos que no han sido producidos mediante fertilizantes químicos. Este tipo de café ha permitido a diversos productores enfrentar con mejores posibilidades en un mercado deprimido, al lograr cotizaciones que por ejemplo, durante la cosecha 1990/91, en promedio, fueron superiores en 40% a las del grano más comúnmente negociado (el prima lavado), café producido entre los 650 y 900 msnm, categoría que exporta México.

Datos recientes muestran que los importadores que vendieron café orgánico en 2000 afirman cada quien haber vendido en promedio el equivalente a alrededor de 184,000 dólares de ese grano. Al extrapolar los datos de la encuesta es posible calcular que los importadores de

café de especialidad en América del Norte vendieron unas 2,200 toneladas. De acuerdo con la Asociación para el Comercio Orgánico (*Organic Trade Organization, OTA*), la mayoría de los cafés orgánicos se venden a través de canales de distribución distintos de los expendios de café de especialidad: se venden en tiendas de abarrotes (tiendas de productos alimenticios saludables).

Fuentes independientes de la industria calculan que, incluyendo los canales distintos de los expendios de café de especialidad (abarrotes, supermercados, tiendas de productos alimenticios saludables), el mercado del café orgánico certificado en América del Norte puede ascender a casi 4,100 toneladas. Se calcula a grosso modo que 20% adicional de café no certificado puede haberse vendido como café orgánico, para un total de 5,390 toneladas.

El cálculo aproximado del mercado total de café orgánico *certificado* en América del Norte, a partir de cifras tanto de los importadores como de otros canales, asciende a \$122 millones al por menor. Si se incluyen en este cálculo las ventas de café orgánico *no certificado* entonces la cifra aumentaría a alrededor de \$146 millones. Actualmente se carece de datos confiables empíricos o derivados de las operaciones comerciales sobre la cantidad de café orgánico que se vende en América del Norte. Se debate cuál puede ser la manera más eficiente de registrar en el futuro datos precisos para este segmento; de hecho, la OCIA (*Organic Crop Improvement Association / Asociación para el Mejoramiento de los Cultivos Orgánicos*), el mayor certificador de café, está examinando de cerca este asunto. De acuerdo con Griff McClellan, de Quait Assurance International (QAI), actualmente no se llevan registros.

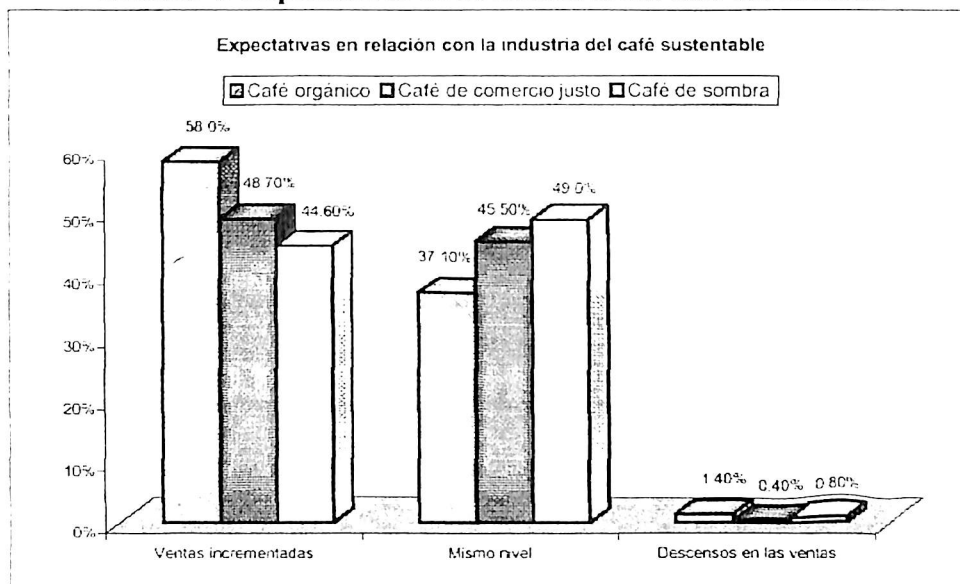
Las exportaciones mundiales de café orgánico certificado fueron de entre 6,800 y 8,165 toneladas en 1999-2000. El valor de venta al por menor de este total *certificado* asciende a 223 millones de dólares estadounidenses. Incluir las ventas de café orgánico no certificado aumentaría considerablemente estas cifras, para un total mundial de aproximadamente 9,620 toneladas con un valor de venta al por menor estimado en \$286 millones. Los expertos de la industria calculan un incremento de entre 15 y 18 por ciento para la temporada 2000-2001. En todos los casos se trata de aproximaciones, puesto que se carece de datos empíricos precisos.<sup>13</sup>

En lo que se refiere a la tendencia futura del café orgánico, dicha tendencia es muy alentadora ya que a según el estudio realizado por Giovannucci (2001), la calidad del café y la

<sup>13</sup> Giovannucci, Danielle, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte, Summit Foundation, Nature Conservancy, Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte, Asociación Estadounidense del Café de Especialidad, Banco Mundial, Philadelphia, 2001, Pág. 22

consistencia en el suministro son los dos atributos más importantes en el comercio de café de especialidad. Los productores que quieran ser competitivos deberán considerar qué tan bien podrán cumplir con estas expectativas en el futuro. Aproximadamente la mitad de los encuestados prevé un incremento en el negocio del café sustentable en los próximos dos años, con el café orgánico como puntero (58%). Muy pocos (menos de 2%) prevén que se experimentarán pérdidas en cualquiera de las categorías.

**Gráfica 4. Expectativas de la industria del café sustentable**



Fuente: Giovannucci, Danielle, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte

Por lo que toca a los negocios que venden cafés sustentables, más de 85% de los encuestados manifestó que las ventas en 2000 se mantuvieron o bien aumentaron en relación con las de 1999, en tanto que menos de 4% registró pérdidas. En años recientes, las ventas del café sustentable han crecido con mayor vigor que el total del mercado de especialidad.

El café orgánico ha mostrado una tasa de crecimiento constante de 20%. Por su parte, los cafés de comercio justo y de sombra, a pesar de tener una historia más reciente y haber comenzado desde una base mucho más restringida, han registrado un crecimiento verdaderamente notable: el café de comercio justo creció 115% durante el último año; en cuanto al café de sombra, no se tienen registros de su crecimiento el año pasado, pero sí se cuenta con indicadores que apuntan a cada vez mayores certificación y ventas (aproximadamente 3,175 toneladas disponibles en 2001).

Si bien este crecimiento es notable, no debe perderse de vista que el segmento del café sustentable tiene un tamaño aún relativamente pequeño y representa apenas cerca de 2% del mercado del café de especialidad de América del Norte. Entre los encuestados que consideran que su negocio de café sustentable aumentará, se registró un crecimiento proyectado promedio para los tres cafés sustentables de 26.5% a lo largo de los próximos dos años. Menos de 1% planea abandonar por completo estas categorías. El café orgánico se encuentra por arriba de los otros dos en reconocimiento y aceptación, lo que refleja su considerablemente más larga trayectoria en el mercado.

## **2.8. Comportamiento de la demanda de café orgánico**

Sin duda alguna el comportamiento de la demanda de café orgánico es muy alentadora para los países productores ya que muestra una TMCA 42.19 % durante el periodo de 1996 al 2000 (Cuadro 10), gracias a que en los últimos años se han conquistados mercados de gustos muy exigentes como el Continente Americano, que muestra una TMCA 30.85 %, en donde el principal consumidor es Estados Unidos.

De igual forma en el Continente Europeo muestra una TMCA de 43.01 %, destacando la participación de Alemania, Holanda y Dinamarca, por su parte el Continente Asiático tiene una TMCA de la demanda de un 129.23 %.

Es justo decir que el mercado Europeo es el más importante, basta observar que en el ciclo 1999/00 tiene una demanda de 114,466 sacos, casi cuatro veces mas que el continente Americano que tiene 32,052 sacos. Aunque la participación de Asia es solamente de 11,763 sacos, cabe señalar que ahí predomina el consumo de té, lo que indica que el café orgánico puede ser la mejor alternativa para ganar este mercado y en la que México conserva el liderazgo.

Las exportaciones del café orgánico mexicano se concentran en 19 países de los cuales destacan: Estados Unidos, Alemania y Japón y en donde nuestro país ha logrado colocar su café en el gusto de los consumidores. (Cuadro 10)

**Cuadro 10. Exportaciones mexicanas de café orgánico del total de los ciclos  
1995/96 a 1999/00 (sacos de 60 Kg.)**

Numeración	Países destino	Ciclos					Total	TMCA %
		1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/2000		
<b>Continento Americano</b>		<b>10933</b>	<b>17762</b>	<b>120389</b>	<b>35227</b>	<b>32052</b>	<b>216363</b>	<b>30.85 %</b>
1	U.S.A.	10933	17762	119074	34637	31520	213926	
2	Canadá			1167	575	431	2173	
3	Argentina			148	15	101	264	
<b>Continento Europeo</b>		<b>27358</b>	<b>41427</b>	<b>100779</b>	<b>83485</b>	<b>114466</b>	<b>367515</b>	<b>43.01 %</b>
1	Alemania	14606	13478	32295	23611	31798	115788	
2	Holanda	6330	7533	16422	13024	22772	66081	
3	España			13800		2688	16488	
4	Dinamarca	1150	7475	17779	28290	27025	81719	
5	Suecia	1725	6038	9775	8769	16774	43081	
6	Italia	2131	2013	2588	2217	2841	11790	
7	Francia	288	1750	2346	1581		5965	
8	Noruega		2013	3335	1438	1898	8684	
9	Austria	863	863	863	288	575	3452	
10	Suiza	265		713	1662	2172	4812	
11	Bélgica		144	575	1294		2013	
12	Reino Unido		120	288	1311	5923	7642	
<b>Continento Asiático</b>		<b>426</b>	<b>4189</b>	<b>8789</b>	<b>7511</b>	<b>11763</b>	<b>32678</b>	<b>129.23 %</b>
1	Japón	426	4189	8789	7511	11378	32293	
2	Emiratos Árabes					300	300	
3	Nueva Zelanda					29	29	
4	Corca					56	56	
<b>Total sacos de 60 Kg.</b>		<b>38717</b>	<b>63378</b>	<b>229957</b>	<b>126223</b>	<b>158281</b>	<b>616556</b>	<b>42.19 %</b>
Crecimiento de exportaciones %		0.39	0.64	2.63	-0.45	0.25	3.09	
19	Total de Países	10	12	16	15	17	19	

Fuente. Consejo mexicano de café; [www.sagarpa.gob.mx/Cmc](http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc)

## 2.9. Países productores de café orgánico

En el estudio realizado por Giovannucci (Mayo de 2001), en una lista de más de 9000 empresas relacionadas al café de especialidad en América del Norte, con preguntas y respuestas múltiples, el porcentaje de empresas que declararon que una parte de sus compras de cafés sustentables correspondían al café orgánico y en donde América Latina es, con mucho, el principal proveedor de café orgánico; siendo Centroamérica la región con mayor oferta; América del Sur también es un proveedor importante.

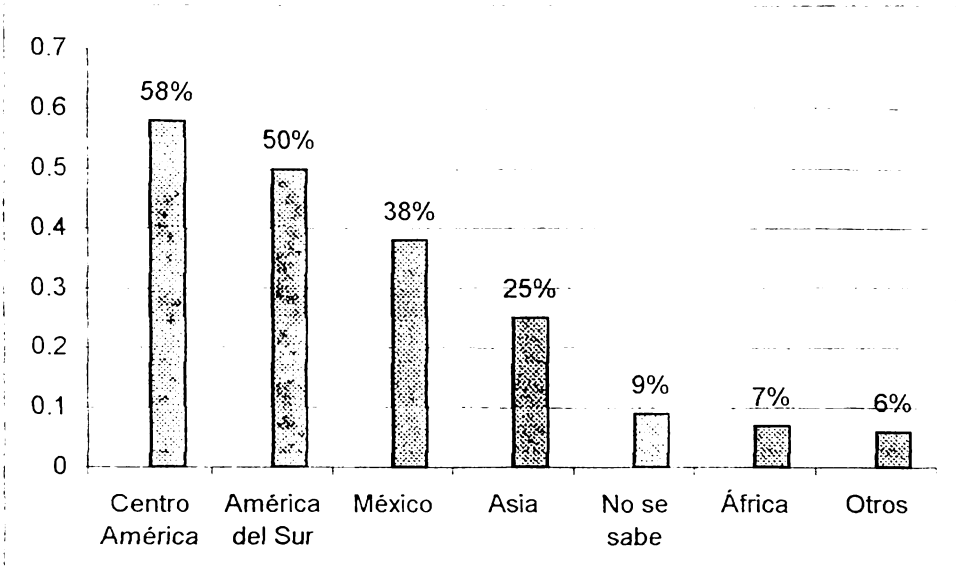
Los principales proveedores de café orgánico son México, Guatemala, Costa Rica, Indonesia, Colombia, y Perú. Es importante notar que el número de encuestados que no conocía



el país de origen del café orgánico fue de 8.5 %.

México provee un 38 % del café orgánico que se destina a América del Norte, mientras que en conjunto los países de Centroamérica participan con 58 %, seguidos de América del sur con 50 %; Asia participa con 25%; de lo que se concluye que nuestros principales competidores son los países latinos, por lo que se debe intensificar la atención hacia este tipo de café si se desea seguir con liderazgo en el mercado mundial, sobre todo con medios publicitarios para dar a conocer este tipo de café y de los beneficios para la salud que puede ofrecer.

**Gráfica 5. Países de origen del café orgánico**



Fuente: Giovannucci, Danielle, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte

## **CAPÍTULO III**

### **PERSPECTIVAS Y NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL CAFÉ MEXICANO**

La finalidad de este capítulo es conocer cual es el potencial de penetración del café mexicano y las oportunidades que hay para expandir la exportación y poder conquistar nuevos nichos de mercado.

#### **3.1. El papel de México en el mercado internacional**

México participa en el ámbito internacional en el ciclo 1997/98 con 5.0 millones de sacos, y durante el mismo ciclo tuvo una producción exportable de 4.0 millones de sacos. En tanto que el café orgánico tuvo una participación de 229.96 miles de sacos. Mientras; Brasil, tuvo una producción total de 23.0 millones, Colombia 12.1, Indonesia 7.0 y Vietnam al igual que Indonesia 7.0 millones de sacos.

La producción de café orgánico para los países citados, se encuentran muy por debajo de la producción que México realiza; sus producciones son eminentemente de café convencional. Durante el periodo comprendido por los ciclos 1993/94 a 1999/00, la participación promedio de México en la producción y exportaciones mundiales se ubicó en poco más del 5 %. La producción mundial y nacional tiene un TMCA positiva de 2.81 % y 7 % respectivamente; así mismo las exportaciones son positivas ya que muestran una TMCA de 1.54 % a nivel mundial y una TMCA para México de 8.49 %. (Cuadro 11)

**Cuadro 11 Participación de México en la Oferta Mundial (miles de sacos de 60 Kg.)**

Ciclo	Producción			Exportaciones		
	Mundial	México	%	Mundiales	México	%
1993/94	89,804	4,116	4.58	72,333	3,150	4.35
1994/95	95,307	4,159	4.36	65,349	3,257	4.98
1995/96	85,584	5,300	6.19	75,015	4,459	5.94
1996/97	102,637	5,100	4.97	82,042	4,381	5.34
1997/98	96,028	4,801	5.00	78,069	3,882	4.97
1998/99	104,300	4,750	4.55	89,751	4,295	4.78
1999/00	106,100*	6,193	5.83	79,300	5,138	6.47
<b>Promedio</b>	<b>97,108</b>	<b>4,917</b>	<b>5.06</b>	<b>77,408</b>	<b>4,080</b>	<b>5.26</b>
<b>TMCA %</b>	<b>2.81</b>	<b>7.00</b>		<b>1.54</b>	<b>8.49</b>	

Fuente: Consejo Mexicano de Café

\*Para el ciclo 1999-2000, según el USDA la producción de café fue entre 114 y 115 millones de sacos

Las exportaciones mexicanas de café oro se concentran en los Estados Unidos, que en promedio recibieron el 80 % del total, mientras los países europeos aumentaron su participación al pasar de 5.11 % en 1994/95 a 13.17 % en 1999/00, siendo notorio el considerable incremento en las compras de origen mexicano por parte de Alemania, Francia y Holanda. (Cuadro 12).

Quizás uno de los retos más importantes para México es consolidar por completo al mercado europeo, a fin de no depender tanto de los vaivenes del mercado Americano y buscar nuevas presentaciones de café, como es el caso del café orgánico, que además es ampliamente aceptado tanto en el mercado europeo, como en el mercado japonés.

**Cuadro 12. Principales mercados de exportación para el café Mexicano (miles de sacos de 60 Kg.)**

País	1994/1995		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
	volumen	%	volumen	%	volumen	%	volumen	%
U.S.A	2,711,533	83.21	3,034,853	78.18	3,309,140	81.02	4,012,611	78.09
UE.	166,497	5.11	552,730	14.24	443,841	10.67	676,523	13.17
Alemania	34,158	1.05	112,936	3.16	92,598	2.27	126,815	2.46
Francia	31,351	0.96	94,206	2.43	70,857	1.73	114,954	2.23
Holanda	19,332	0.59	89,368	2.3	102,052	2.5	122,025	2.37
Japón	117,275	3.6	114,542	3.72	167,008	4.08	201,272	3.92
Otros	263,302	8.08	149,777	3.86	164,599	4.03	247,496	4.82
<b>Total</b>	<b>3,258,607</b>	<b>100</b>	<b>3,881,902</b>	<b>100</b>	<b>4,084,588</b>	<b>100</b>	<b>5,137,902</b>	<b>100</b>

Fuente: Consejo Mexicano de Café; [www.sagarpa.gob.mx/Cmc](http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc)

### 3.2. Oportunidades para el café mexicano en el mercado internacional

Una vez que he mostrado lo que México ofrece como productor, también es necesario mostrar cuales son las oportunidades para los productores de café nacionales. La demanda mundial de café actualmente se sitúa en alrededor de 97 millones de sacos, de los cuales aproximadamente el 25 % se consumió en los países productores y el 75 % restante en los importadores. Desde otra perspectiva el mercado también puede dividirse en dos grandes grupos: los mercados tradicionales, socios de México en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y los países consumidores más relevantes que pertenecen a la Unión Europea misma que tiene un Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación con México (TLCUEM) y por último, Japón.

#### *Los principales países consumidores*

El primer grupo se refiere a los países cuyo consumo per cápita es mayor a 7 Kg., encontramos a países integrantes de la UE, Alemania y Holanda, segundo y noveno consumidores a nivel mundial respectivamente. En el segundo grupo (consumo entre 4 y 7 Kg.) se destaca la presencia del consumidor más grande a nivel mundial los Estados Unidos; además de países como Canadá (8°), España (6°), Italia (5°) y Francia (4°), y. En tanto, en el tercer grupo se destacan: Japón (3°) y Reino Unido (7°). (Cuadro 13)

#### **a) Estados Unidos y Canadá**

##### Estados Unidos

El mercado norteamericano, es el mayor consumidor de café del mundo, y aunque ha disminuido su consumo, mientras algunos países lo han incrementado, ninguno de éstos asemeja el consumo estadounidense. Históricamente los Estados Unidos han representado alrededor del 50% de las importaciones mundiales, por ello, al disminuir el consumo en Datos tomados de la Organización Internacional de Café, *Coffee Trade Statistics* 1994-1999, Londres, Julio de 2000. Este país refleja una baja en el consumo de café a nivel mundial en los últimos años, con una tasa de crecimiento negativa en cerca de 1.0 %, y esto se refleja en la tasa de crecimiento mundial que tan solo es del 1.5 %.

Cuadro 13. Consumo e Ingreso per cápita anual

Grupos de país por nivel de consumo	Consumo per cápita (Kg.)	Ingreso per cápita USA S (miles de dólares)	Importaciones (1, 000 sacos)	Lugar que ocupa	% de Consumo
<i>Consumo &gt; 7 Kg.</i>					
Finlandia	11.9	22.980	1,003	14 <sup>o</sup>	1.30 %
Suecia	10.9	26.800	1,591	11 <sup>o</sup>	2.00 %
Dinamarca	10.2	26.510	883	18 <sup>o</sup>	1.10 <sup>o</sup>
Noruega	10.1	26.340	730	21 <sup>o</sup>	0.90 %
Austria	9.7	22,110	1,272	13 <sup>o</sup>	1.60 %
Holanda	9	20,710	2,298	9 <sup>o</sup>	2.90 %
Suiza	7.9	36,230	915	17 <sup>o</sup>	1.20 %
Alemania	7.6	23,630	10,233	2 <sup>o</sup>	13.00 %
<b>Total del grupo</b>			<b>18,925</b>		<b>24.10 %</b>
<i>Consumo entre 4 y 7 Kg.</i>					
Francia	5.6	22,360	5,357	4 <sup>o</sup>	6.80 %
Canadá	5	20,670	2,337	8 <sup>o</sup>	3.00 %
Italia	4.9	19,620	4,593	5 <sup>o</sup>	5.80 %
Bélgica	4.9	20,880	822	19 <sup>o</sup>	1.00 %
Israel	4.7	13,760	401	28 <sup>o</sup>	22.70 %
España	4.3	13,650	2,802	6 <sup>o</sup>	3.60 %
USA	4.1	24,700	17,841	1 <sup>o</sup>	22.70 %
<b>Total del grupo</b>			<b>34,193</b>		<b>43.50 %</b>
<i>Consumo &lt; 4 Kg.</i>					
Argelia	3.8	1,650	1,440	12 <sup>o</sup>	1.80 %
Grecia	3.6	7,390	612	23 <sup>o</sup>	0.80 %
Hungría	3.4	3,000	585	26 <sup>o</sup>	0.70 %
Portugal	3.4	7,890	565	27 <sup>o</sup>	0.70 %
Japón	2.8	31,450	5,723	3 <sup>o</sup>	7.30 %
Australia <sup>2.7</sup>	2.7	17,510	794	20 <sup>o</sup>	1.00 %
Reino unido	2.5	17,700	2,439	7 <sup>o</sup>	3.10 %
Exchecoslovaquia	2.3	2,300	611	24 <sup>o</sup>	0.80
Exyugoslavia	2.1	3,500	673	22 <sup>o</sup>	0.90
Bulgaria	2	1,160	276	32 <sup>o</sup>	0.40 %
Polonia	1.5	2,270	992	15 <sup>o</sup>	1.30 %
Corea	1.3	7,670	955	16 <sup>o</sup>	1.20 %
Arabia Saudita	1.2	7,940	214	33 <sup>o</sup>	0.30 %
Argentina	1.1	7,290	595	25 <sup>o</sup>	0.80 %
Rumania	1	1,090	385	29 <sup>o</sup>	0.50 %
Marruecos	0.8	1,030	348	31 <sup>o</sup>	0.40 %
Rusia	0.7	2,680	1,790	10 <sup>o</sup>	2.30 %
Chile	0.7	2,730	153	37 <sup>o</sup>	0.20 %
Túnez	0.7	1,780	102	40 <sup>o</sup>	0.10 %
África del sur	0.5	2,900	359	30 <sup>o</sup>	0.50 %
Turquía	0.2	1,950	157	36 <sup>o</sup>	0.20 %
China	0	380	141	38 <sup>o</sup>	0.20 %
<b>Total del grupo</b>			<b>19,909</b>		<b>25.00 %</b>

Fuente: OIC, Coffe Trade Statistics 1994-1999, Londres Julio 2000.

México se ha convertido en el primer exportador de café a este país, entre 1995 y 1999, y que participó con el 16.1 % de las importaciones estadounidenses, seguido de Colombia con

15.9 % y Brasil con 15.6 %. Esto significa que México ha desplazado a estos dos países como principales proveedores, por ejemplo, Colombia abastecía el 18 % de las importaciones estadounidenses de café, Brasil con 14%, mientras que México sólo lo hacía con 13.8 %. Sin duda la firma del TLCAN ha significado un impulso a la exportación de café mexicano a los Estados Unidos, todos los productos relacionados con el café así como el grano mismo están libres de arancel.<sup>14</sup>

En esta perspectiva y sabiendo que México es el productor más importante de café orgánico y café de sombra, es relevante en la medida en que las estimaciones de la Asociación Nacional de Café de los Estados Unidos indican que el mercado de café de especialidad representa el segmento de mercado de mayor crecimiento: tales estimaciones indican que este tipo de café representa 30 % de la demanda total. Por lo anterior es bastante razonable admitir que cualquier inversión en marketing para el café orgánico y de sombra mexicano mostrará efectos bastante positivos.

## **Canadá**

Canadá importa alrededor de 2 millones de costales de café al año. En peso, esto representó 115.7 millones de Kg. de café en verde en 1996 (Asociación del Café de Canadá). México es el sexto exportador de café a Canadá, con 6 % del mercado (1995), después de Colombia, Brasil, Guatemala, El Salvador y Perú. El café es la bebida más popular a la venta en Canadá, con un promedio anual de 4 Kg. per cápita de café en grano verde (Waridel, 1997). La mayor parte del mercado canadiense de café, aproximadamente 75 %, es de café tostado y molido, seguido por el 24 % que representa el café instantáneo (soluble) y 4 % el de especialidad; En Canadá existen 5,464 restaurantes donde se sirve café de especialidad, incluyendo expendios de donas, comparados con los aproximadamente 17,000 en Estados Unidos.

## **b) La Unión Europea**

Así como algunos países productores son importantes consumidores de café, algunos países importadores están inmersos en una importante actividad de reexportación, tal es el caso

<sup>14</sup> Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Anexo 302.2

de los más importantes consumidores de la Unión Europea. Estas actividades de reexportación pueden ser de dos tipos: a) reexportación de café verde, b) o de café industrializado.

El desempeño de la UE en la actividad de reexportación es relevante porque se presenta una actividad reexportadora fuertemente concentrada debido al proceso de integración regional (ocurrida también en América del Norte), lo que explica la magnitud de los flujos (recíprocos) entre Bélgica, Francia, Holanda, Alemania e Inglaterra: de un volumen total de aproximadamente 9 millones de sacos de reexportación en 1995 de la Unión Europea, 5.5 millones son flujos intra – UE, Así también se presenta una fuerte actividad de exportación de café industrializado para mercados terceros (aproximadamente 1.1 millones a los Estados Unidos y 2.5 millones para nuevos mercados).

En los últimos años se ha presentado una reorientación de los flujos de importación con una reducción significativa de las compras hechas directamente a los países productores (un estudio reciente estima un crecimiento del 75 % en el comercio de reexportación mundial desde 1989). En el último decenio según datos del Consejo Mexicano del Café, los países de la Unión Europea, incrementaron su participación como mercado de exportación al pasar de 5.11 % al 13.17 % durante el mismo periodo, siendo notorio el considerable incremento en las compras de Alemania, Francia y Holanda de café de origen mexicano.<sup>15</sup> Esta situación debe profundizarse con el aprovechamiento de las condiciones favorables que brinda el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea que elimina todas las tarifas arancelarias para que el café mexicano pueda ingresar a los mercados de la UE y además los pone en situación de competitividad respecto a países como Colombia, Brasil y los africanos como Uganda, Camerún y el Congo.<sup>16</sup>

## Francia

Dentro del sector de los productos alimenticios el café es de los productos más vendidos en este país. Se calcula que el consumo per cápita de los franceses está en alrededor de 5.6 Kg., alrededor de 1000 tasas por persona al año. Aunque el 45 % de las importaciones francesas corresponden a la variedad robusta y en este caso Brasil es el exportador más importante, las mezclas Arábicas han empezado a ser especialmente exitosas, representando 43 % del mercado. A principios de los ochenta la variedad robusta mantenía una posición de 75 % del mercado.

<sup>15</sup> Consejo Mexicano del Café, op cit , p. 8

<sup>16</sup> La situación arancelaria del café mexicano en la Unión Europea aparece en el Diario Oficial de la Federación del 26 de julio de 2000.

## Italia

De acuerdo a las estadísticas presentadas por la Oficina Central de Estadísticas de Italia en 1995 las importaciones de café verde totales fueron de 307,710 toneladas, 2.14 % menores a las de 1994. Esta caída en las importaciones se debe a la reducción de la actividad de reexportación de este producto, ya que su consumo ha tenido un aumento de 4.91 Kg. a 5.24 Kg. para 1999/00. La principal calidad consumida en Italia es el robusta, Brasil es el principal exportador con cerca de 29.5 % de ese mercado, seguido por Zaire con 14 % durante 1995.<sup>17</sup> Lo especial de Italia para México y de hecho para cualquier país exportador es la capacidad de innovación en lo que respecta a la venta de café. Ejemplos de esto son: la venta de cafés congelados, el uso de máquinas expendedoras y la invención de estilos (café expresso).

## España

El café en el mercado español se caracteriza como casi todos los mercados cafeteros del mundo por presentar una gran concentración del sector en pocas compañías, de las 300 compañías existentes alrededor de 50 dominan el 90% del mercado. En los últimos años, se ha presentado un aumento en el consumo en casa y ha disminuido el consumido en los restaurantes. Según datos de la Asociación Española de Tostadores de Café, las importaciones de café verde ascendieron en 1994 a cerca de 200,000 toneladas.

Los principales exportadores de café a España son: Brasil, Colombia, Uganda y Costa de Marfil. Las calidades que dominan el mercado son la robusta y los arábicas no lavados, que tienen una proporción del mercado de 49.3 % y 19.7 % . En tanto la calidad denominada otros suaves ocupa una cuota de mercado de 19.6%, este último dato es importante para México porque mientras que en 1993 las importaciones de café del tipo Colombia ascendieron a 24,566 toneladas y las de otros suaves fueron de 23,933 toneladas, en 1994 la tendencia se invirtió, Colombia vendió a España 20,451 toneladas de café, frente a las 35,327 de otros suaves, esta calidad es la que México produce y es junto con los países centroamericanos, uno de los proveedores más importantes del mercado español.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Center for the Promotion of Imports from developing countries (CIB). Coffee. A survey of the Netherlands and other major markets in the European Union, CBI, Rotterdam, Febrero de 1997, pp 55 - 57

<sup>18</sup> Consejería Comercial de México en España. "España: mercado de café", Consejería de México en España, 1995



## Alemania

Quizá el mercado más interesante para los productores mexicanos es el alemán, además de ser el principal importador de café orgánico; el cual en los últimos años se ha convertido junto con Francia y Holanda, en los mercados europeos más importantes para México. A pesar de tener un alto consumo per cápita (el octavo en el mundo con 7.6 Kg.) Alemania tiene posibilidades de aumento en su consumo, principalmente en la parte Este del país.

Es importante considerar que Alemania presenta el mayor volumen de reexportaciones entre los países importadores, durante el ciclo 1999/00 importó alrededor de 14 millones de sacos de los cuales reexportó 4.5 millones de sacos de 60 Kg. (el 30 % del volumen con relación a sus importaciones totales). Por lo que no existe ningún motivo definitivo por el cual el café mexicano no pueda conquistar una participación importante del mercado alemán. Las condiciones básicas, incluyendo la eliminación de los aranceles como consecuencia de la firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, favorecerán esa conquista del mercado, siendo importante, que la producción se mantenga constante, que el precio relativo tenga un nivel de oscilación menor y vigilar la calidad. La conquista de un 10 % del mercado alemán, significaría un aumento de cerca de 1, 400,000 sacos.

Además, según el pronóstico de las exportaciones mexicanas a la UE elaborado por el Centro de Estudios Económicos de Sector Privado, la balanza comercial hoy deficitaria para México cambiará su tendencia debido a que entre los años 1999 y 2005, la tasa media de crecimiento de las exportaciones mexicanas será de 26.9 %.<sup>19</sup>

## c) Japón

Japón es el tercer importador más importante de café a nivel mundial. La característica más importante de este país es que en poco tiempo paso de ser un mercado nuevo a uno establecido, en la actualidad solo superado por los Estados Unidos y Alemania.

Para México el mercado japonés es fundamental ya que no obstante que no existe ningún acuerdo comercial y existen cuotas arancelarias para algunos productos cafeteros mexicanos, como el 10 % arancelario para el café tostado sin descafeinar y descafeinado, Japón es el tercer mercado en importancia para el café mexicano.

<sup>19</sup> Pronóstico elaborado por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP), citado en Europa en México, Revista de la Delegación de la Comisión Europea en México, No. 3, 1er semestre de 2001, p. 19

Al igual que en el caso del mercado italiano los exportadores mexicanos deben fincar la atención en Japón a través de la capacidad de innovación de este mercado y de su capacidad de elaborar buenas campañas de marketing, ya que en el mercado japonés, el café se disputa en la preferencia de los jóvenes con los *soft drinks*; Un tercio del consumo del café es en lata, listo para beber (estimado en 330 millones de latas al año) vendido en máquinas automáticas frío o caliente. El mercado es disputado por grandes empresas, como la Coca - Cola.<sup>20</sup>

En general del análisis de oportunidades en los países consumidores de café, se desprende que el mercado de cafés en general está en expansión lo que constituye para México una oportunidad de incrementar sus exportaciones de todo tipo. Sin embargo dada la competencia que representan los demás países productores y considerando que en algunos países como Francia, Italia, España, Alemania, Dinamarca, Holanda, Japón y América del Norte han incrementado su volúmenes de demanda de cafés de especialidad, en donde destaca el café orgánico y en la cual México es líder en esta producción gracias a las condiciones de cultivo. Por lo anterior se considera muy prudente explotar sus ventajas en este segmento de mercado.

### **3.3. Ventajas de México en la producción de café orgánico**

En México durante el periodo 1997/98 existían 45 empresas exportadoras de café orgánico que produjeron cerca de 230 mil sacos, de manera que nuestro país es uno de los principales productores de café orgánico en el mundo; Se estima que a la cafecultura orgánica se destinan unas 12,000 hectáreas, que en su mayoría se localizan en la zona del Soconusco, Chiapas. Los rendimientos de producción se encuentran entre 12 y 25 quintales por hectárea.<sup>21</sup>

Es importante considerar que los costos de producción de café orgánico son mayores que los del cultivo convencional en un sistema intensivo, debido al incremento en el uso de mano de obra. Aun que para México los costos de producción son relativamente bajos, debido a que la mayor parte de la superficie cafetalera esta compuesta por parcelas que en ocasiones no exceden de dos hectáreas, lo que explica que desde la plantación del cafeto nunca hallan sido fertilizados por que las comunidades que se dedican a esta actividad no cuentan con el recurso

20 D. Zylbersztajn et al., O sistema agroindustrial do café, FIPE agrícola y PENSA/USP, Sao Paolo, Julio de 1998

21 Los demás países, como Costa Rica, Guatemala, República Dominicana, Haití, Perú, Nicaragua, Brasil y Colombia, representan en conjunto 60 % de las exportaciones mundiales de café orgánico (UNCTAD, 1996)

económico suficiente para hacerlo, por lo que México produce un café natural que solo requiere cumplir con el requisito de transición, el cual es de tres años que se exige para el café orgánico.

Para los pequeños productores mexicanos la producción de café orgánico es atractiva por contar con mano de obra familiar y recibir precios superiores a los convencionales; sin embargo solo organizados podrán gozar de estos beneficios, ya que el costo por certificar su producto como orgánico aún es alto y lejos de llevarse a cabo por un solo productor. Así, mientras en el mercado tradicional en 1998/99 los precios del café suave fueron del orden de US\$ 100.93/quintal, México colocó su café orgánico en un promedio de US\$ 131.91/quintal

En el cálculo de la tasa media anual de crecimiento por el volumen de las exportaciones mexicanas de café orgánico en miles de sacos, en los años de 1994/95 al 1998/99 es de 45.99 % superior al café convencional (otros suaves), que tuvo un TMCA de 5.34 %; en tanto que en el valor de las exportaciones para el café orgánico, proyectó una TMCA de 33.73 %, mientras que el café convencional, la TMCA fue negativa con 5.68 % en el mismo periodo, (Cuadro 14) lo que deja en claro que la opción para México es sin duda la de incrementar la producción orgánica para elevar el volumen de exportación y así aprovechar el sobreprecio que alcanza este tipo de café.

Se sabe además, que el café orgánico tiene una ventaja adicional sobre los cafés de especialidad, cuya denominación es muy general y no determina obligaciones, por lo que cualquier café (con ciertas características) puede emplear ese término, para ello existen un organismo a nivel internacional que señala las directrices precisas y claras para determinar si un café puede lucir la etiqueta de “cultivado biológicamente”.<sup>22</sup>

El organismo encargado de certificar la autenticidad de un café como orgánico es la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Biológica (IFOAM), la cual considera que una cosecha puede calificarse como biológica únicamente cuando puede demostrarse que se han aplicado activamente diversas técnicas Biológicas. Entre ellas figuran las siguientes:<sup>23</sup>

\* Plantación en terrazas y curvas de nivel, cubiertas del suelo y aplicación de estiércol y pajas para evitar la erosión.

<sup>22</sup> Conservación internacional México, a. c. protocolo del proyecto café orgánico en la sierra madre de Chiapas amigable con la Biodiversidad, OFICINA ANGEL ALBINO CORZO, CHIAPAS Mayo, 1999

<sup>23</sup> IFOAM, Café desarrollo de productores y de mercados. Centro de Comercio Internacional, Ginebra, 1996, pp. 54 - 55.

- \* Aumento del contenido de material orgánico del suelo, mediante el cultivo de hortalizas o la aplicación de recortes de poda.
- \* Aumento de la actividad de los suelos mediante la corrección de PH.
- \* Empleo de clones o plántones resistentes a las plagas y las enfermedades.
- \* Regulación del microclima y mejoramiento de la diversidad biológica para la lucha contra las plagas y enfermedades.
- \* Empleo del cálculo del equilibrio de minerales para devolver al suelo los nutrientes extraídos de él.

**Cuadro 14. Exportaciones de los ciclos 1994/95 al 1998/99, café orgánico**

Concepto	Ciclos					TMCA %
	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	
Empresas exportadoras	10	11	21	45	29	
Empresas importadoras en país destino	21	29	51	76	74	
Países importadores	10	10	12	16	15	
Volumen exportado (miles de sacos de 60 Kg.)						
Otros suaves	3,230.83	4,540.14	4,317.31	3,651.95	3,979.07	5.34
<b>Café orgánico</b>	<b>27.78</b>	<b>38.72</b>	<b>63.65</b>	<b>229.96</b>	<b>126.22</b>	<b>45.99</b>
Total	3,258.61	4,578.86	4,380.66	3,881.91	4,105.29	5.94
Valor de las exportaciones (miles de Dlls.)						
Otros suaves	671,290.81	656,386.99	842,976.88	720,536.46	531,228.75	-5.68
<b>Café orgánico</b>	<b>6,885.55</b>	<b>7,455.98</b>	<b>15,387.88</b>	<b>50,194.15</b>	<b>22,024.44</b>	<b>33.73</b>
Total	678,176.36	663,842.97	858,364.77	770,730.61	553,253.19	-4.96
% del volumen exportado en el ciclo						
Otros suaves	99.15	99.15	98.55	94.08	96.93	
<b>Café orgánico</b>	<b>0.85</b>	<b>0.85</b>	<b>1.45</b>	<b>5.92</b>	<b>3.07</b>	
Total	100	100	100	100	100	
% del valor de las exportaciones						
Otros suaves	98.98	98.88	98.21	93.49	96.02	
<b>Café orgánico</b>	<b>1.02</b>	<b>1.12</b>	<b>1.79</b>	<b>6.51</b>	<b>3.07</b>	
Total	100	100	100	100	100	
Precio promedio de exportación (Dlls/100 Lb.)						
Otros suaves	157.08	109.3	147.61	149.16	100.93	
<b>Café orgánico</b>	<b>187.41</b>	<b>145.59</b>	<b>183.63</b>	<b>165.01</b>	<b>131.91</b>	
<b>Diferencial de precios</b>	<b>30.33</b>	<b>36.3</b>	<b>36.02</b>	<b>15.86</b>	<b>30.99</b>	
% del diferencial.	19.31	33.21	24.4	10.63	30.7	

Fuente: Consejo Mexicano de café; [www.sagarpa.gob.mx/Cmc](http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc)

La IFOAM suministra directrices para la producción de café orgánico, que incluyen un importante aspecto sociocultural, y fija reglas estrictas sobre inspecciones anuales en las zonas de producción participantes. La IFOAM actúa tanto en Europa como en los Estados Unidos.

La oportunidad en México para que incremente su participación en el mercado mundial del café descansa en el hecho de que en los últimos años se ha venido presentando un aumento en el consumo de alimentos orgánicos, tal situación está ampliamente ligada a factores como protección del medio ambiente y el cuidado de la salud a través del consumo de alimentos naturales. Este interés por la calidad se ve reflejado en las decisiones finales de compra. Un ejemplo de esta preferencia por la calidad, es el crecimiento espectacular a escala mundial del interés por los productos orgánicos en general.

Algunos especialistas predicen que entre el 2006 y el 2010 los índices de crecimiento del consumo de alimentos orgánicos serán de entre 10 y 25% al año.<sup>24</sup> En la actualidad los consumidores en todo el mundo gastan unos 11 mil millones de dólares estadounidenses en alimentos orgánicos, lo que muestra que entre 0.5 y 3% de su gasto total en alimentos se destina a los de tipo orgánico (Alberta Agri-Food Trade Group, 1998).

Dentro del mercado de los alimentos orgánicos en general, los cafés continúan labrándose un importante nicho de mercado. Según las estimaciones, la demanda mundial actual de café orgánico y certificado supera la oferta. El mercado principal del café orgánico se encuentra en Estados Unidos y Europa. Si bien es aún difícil establecer estimaciones precisas de los mercados totales; sin embargo, según una estimación de 1991-1992 a producción de café orgánico fue de unas 25,000 toneladas al año, alrededor de 0.5 por ciento del total de las exportaciones de café.<sup>25</sup> Y si bien es cierto que actualmente, el café cultivado biológicamente solo representa un pequeño segmento del mercado total de cafés de especialidad, está demostrando posibilidades de crecimiento (sobre todo en la Unión europea y los Estados Unidos).

Debido a su transparencia desde el punto de vista de la certificación de los productos, puede adquirir un interés considerable para los productores en este nicho de mercado. El café cultivado biológicamente es un producto individualizado y puede ofrecer infusiones superiores - es verdaderamente especial. También ofrece a los consumidores la garantía de que ha sido cultivado y beneficiado por métodos inocuos para el medio ambiente.

---

<sup>24</sup> Courville, op cit

<sup>25</sup> J. Dardon, "Asociación Mexicana de Agricultores Ecológicos", UNCTAD, USA, 1996 y UNCTAD, Organic production in developing countries: Potential for trade, environmental improvement, and social development Informe del Secretariado de la UNCTAD, USA, 1996

Si México capitaliza estas tendencias de consumo, tendrá oportunidad de aumentar su participación en las exportaciones de café, mejorar su reputación internacional como productor y exportador de café de calidad y al mismo tiempo contribuiría a salvaguardar su medio ambiente. Los mercados mundiales del café suelen considerar al café mexicano como de calidad pobre o variable. Parte de esta manera de ver las cosas se debe a que se percibe ausencia de inversión a gran escala en métodos de producción modernos e intensivos, como el uso intensivo de cafés híbridos, que pueden cultivarse directamente al sol. A su vez, la producción moderna de café usualmente significa recurrir a plaguicidas y otros insumos químicos, tala de selva o de terrenos arbolados, introducción del monocultivo y la canalización de inversiones de capital a gran escala, comúnmente mucho más allá de las capacidades de las comunidades locales.

No obstante todo lo anterior, y según un informe de la Comisión para la Cooperación Ambiental señala con claridad que son ni más ni menos las cualidades de la producción cafetalera mexicana donde el café producido es predominantemente orgánico, caracterizado por el resguardo que brindan las selvas existentes para obtener bóvedas que den sombra, el escaso o nulo uso de sustancias químicas, y la tenencia de pequeños propietarios de tierra o de comunidades, son los elementos que en conjunto presentan a México una importante oportunidad de mercado, con lo que podrá impulsar su participación en los mercados mundiales del café.<sup>26</sup>

### **3.4. Mercados potenciales del café orgánico**

Los mercados potenciales del café orgánico por mucho se encuentran en la Unión Europea, sobre todo los alemanes, que tienen alta preferencia para aquellos productos de origen orgánico; Sin embargo, no son los únicos consumidores que muestran este interés, también lo hace el mercado tradicional del café mexicano, Estados Unidos y Canadá, a fin de sostener esta afirmación se presentan los datos de exportación de los principales mercados potenciales para el café orgánico. Podemos observar la directriz de las exportaciones del café orgánico mexicano, sin duda muy alentadoras en la mayoría de los países, pero particularmente en el mercado, Ingles de 1996/97 al 1999/00 con TMCA de 266.82 % la más significativa de todas,

---

<sup>26</sup> comisión para la Cooperación Ambiental, op cit., p. 7

las otras TMCA corresponden a los años de 1995/96 al 1999/00 para el mercado Japonés con 127.33 %, el Danés con 120.17 % entre las que más destacan. Se afirma entonces que la tendencia del café orgánico es de un mercado en expansión; además, en un estudio realizado en América del Norte en mayo del 2001 por Daniele Giovannucci, confirma que la tendencia futura del café orgánico es del 58% y solo se prevén descensos de 1.40%, considerando que el crecimiento constante del café orgánico es de del 20% en el mercado de América de Norte.

**Cuadro 15. Mercados potenciales en las exportaciones mexicanas de café orgánico en los ciclos 1995-96 al 1999-00 (sacos de 60 Kg.)**

<b>Países destino</b>	<b>1995/96</b>	<b>1996/97</b>	<b>1997/98</b>	<b>1998/99</b>	<b>1999/00</b>	<b>Total</b>	<b>TMCA %</b>
U.S.A.	10,933	17,762	119,074	34,637	31,520	<b>213,926</b>	30.30
Alemania	14,606	13,478	32,295	23,611	31,798	<b>115,788</b>	21.47
Holanda	6,330	7,533	16,422	13,024	22,772	<b>66,081</b>	37.72
Dinamarca	1,150	7,475	17,779	28,290	27,025	<b>81,719</b>	120.17
Suecia	1,725	6,038	9,775	8,769	16,774	<b>43,081</b>	76.58
Japón	426	4,189	8,789	7,511	11,378	<b>32,293</b>	127.33
Italia	2131	2013	2588	2217	2841	<b>11790</b>	7.45
Reino Unido		120	288	1311	5923	<b>7642</b>	266.82

Fuente: Consejo Mexicano de café; [www.sagarpa.gob.mx/Cmc](http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc)

## CAPÍTULO IV

# VENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

En este apartado se presentan las ventajas que tiene nuestro país en la producción de café orgánico, que van desde los beneficios que otorga el cultivo, los costos de producción, hasta el diferencial en los precios que alcanza.

### **4.1. Panorama de viabilidad del café orgánico**

México tiene un potencial importante en la producción y comercialización de los cafés sustentables, entre ellos destaca el café orgánico, sobre todo a partir de la visión de que el mercado no es homogéneo.

En los últimos años, el crecimiento de los cafés de especialidad -llámese de alta calidad y sustentables- ha demostrado que el mercado mundial tiene una inclinación, a ser cada vez más segmentos que necesitan ser cubiertos en su demanda. Pero esta potencialidad, no nace de la voluntad de los diferentes actores que se dedican a la producción de café en México, sino por el contrario, viene de una vocación natural que existe en los sistemas de cultivo. Bastaría señalar tan sólo el hecho de que el 92 por ciento de la superficie que se cultiva en nuestro país se hacen bajo condiciones de sombra, con escaso o nulo uso de agroquímicos y con variedades tradicionales, mientras el 9% restante bajo otras modalidades.

Así, en contraste con los principales países productores de café en América Latina, como Brasil y Colombia por ejemplo -que se caracteriza por la producción de alta densidad, bajo sol y con alto uso de agroquímicos; México produce café a través de productores -en su mayoría indígenas- organizados a nivel comunidad, en plantaciones situadas sobre pendientes costeras y bajo la sombra de múltiples estratos de agrobosque.



## 4.2. Beneficios que ofrece la producción de café orgánico

a) Beneficios ambientales: Protege a los bosques de la tala immoderada, sobre todo si consideramos que las zonas cafetaleras en México son las únicas zonas arboladas que quedan en las laderas de las montañas.

- Proporciona protección contra la erosión del suelo.

- Los cafetales así como los árboles que les dan sombra juegan un papel importante en la eliminación del carbono.

- Los cafetales bajo sombra son un importante habitat para diversas especies de aves, mamíferos y reptiles.

- Contribuye también, a conservar la biodiversidad de los árboles nativos y de los bosques tropicales.

b) Beneficio en sabor superior: Debido a que crece en las pendientes montañosas, a mayores altitudes y sin insumos químicos.

- Los granos maduran con mayor lentitud, lo que les permite adquirir mayor contenido de azúcar, de lo que resulta un mejor sabor, más suave y rico.

c) Beneficios Sociales: Los productores de café obtienen ingresos adicionales de la sombra, como pueden ser leña, plantas medicinales, frutas, etc.

- Existe un mayor contacto entre las familias productoras y la tierra.

- Mayor cohesión dentro de la comunidad.

- Protección de los valores comunitarios, lo que no sucede con el cultivo intensivo.

d) Beneficios económicos:

- La producción de café orgánico y de sombra, es considerada una actividad económica más viable a la larga que el cultivo de café de sol.

- Puede reducir los riesgos económicos que implica la volatilidad del mercado mundial de café, sobre todo si se manejan esquemas alternativos que permitan generar ingresos adicionales a partir de los productos extras que se obtienen de la selva.<sup>27</sup>

### 4.3. Análisis comparativo entre los costos de producción de café orgánico y los costos de producción de café ordinario

Martínez y Peters (1994) citados por Santoyo (1994), señalan que los costos de producción de café orgánico son mayores a los de un cultivo convencional, debido al incremento en el uso de mano de obra. A pesar de lo anterior, resulta atractivo para los pequeños productores por contar con mano de obra familiar y recibir precios superiores a los convencionales; ello sin considerar que no sólo protegen la calidad de los recursos naturales como son el agua, el suelo y el clima, sino de manera prioritaria la salud de los consumidores. Para poder ejemplificar dicha afirmación, a continuación se presenta una comparación de costos de producción del café orgánico y el café convencional en la Sierra madre de Chiapas, por ser la principal región productora de café orgánico.

**Cuadro 16. Costo de producción /ha de café orgánico en 1998/99**

Concepto	Unidad de medida	No. de unidades	Costo unitario (\$)	Importe total (\$)
Limpias 2 X Ha.	Jornales	36	30	1,880.00
Regulación de sombra	Jornales	15	30	450
Poda (Deshije)	Jornales	12	30	360
Fertilización Orgánica	Jornales	15	35	525
Terreceado (Mantenimiento)	Jornales	10	30	300
Corte o Cosecha	Cajas	72	40	2,880.00
Beneficio húmedo	Jornales	3	30	90
<b>Total</b>				<b>5,685.00</b>

Fuente: ANGEL ALBINO CORZO. Protocolo del proyecto café orgánico en la Sierra Madre de Chiapas amigable con la Biodiversidad, Conservación Internacional México. a. c. Mayo, 1999

**Especificaciones:** Café producido orgánicamente, donde un quintal es a 60 Kg. ó 132.16 lb.

Rendimiento = 15 Quintales por hectárea. (Qq.)

Densidad de población 2,500 plantas

Tipo de cambio de \$10.14 (30/10/98)

Precio de compra = US \$174.33/Qq. ó \$ 1,768.92/Qq.

Utilidad Bruta = US \$ 2,615/ha. Ó bien \$26,516.10/ha.

Menos el costo de producción / ha. = \$ 5,685.00

**Utilidad Neta /ha. \$ 20,831.10**

**Relación beneficio / costo. (RB/C) = 3.66**

**Cuadro 17. Costos de producción / ha de café convencional en 1998/99**

Concepto	Unidad de medida	No. de unidades	Costo unitario (\$)	Importe total (\$)
Chapeo 2 x ha	Jornales	24	30	720
Regulación de sombra	Jornales	15	30	450
Poda	Jornales	12	30	360
Corte o Cosecha	Cajas	48	40	1920
Beneficio húmedo	Jornales	2	30	60
<b>TOTAL</b>				<b>3,510.00</b>

Fuente: ANGEL ALBINO CORZO. Protocolo del proyecto café orgánico en la Sierra Madre de Chiapas amigable con la Biodiversidad, Conservación Internacional México, a. c. Mayo, 1999

**Especificaciones:** Café lavado producido bajo condición natural: donde un quintal es a 60 Kg. ó 132.16 lb.

Rendimiento = 12 Quintales por hectárea (Qq.)

Densidad de plantación 2500 plantas.

Con un Tipo de cambio de \$10.14 (30/10/98)

Precio de compra = US \$133.39/Qq

Utilidad Bruta = US \$ 1,600.68/ha. O bien \$16,230.895/ha.

Menos el costo de producción / ha. = \$ 3,510.00

**Utilidad Neta /ha. \$ 12,720.895**

**Relación beneficio / costo = 3.62**

Dados los sistemas de producción de café existentes en nuestro país, podemos constatar que por los rendimientos del café orgánico y por el precio que alcanza, es más rentable la producción del café orgánico ya que alcanza un rendimiento de 15 quintales por hectárea, con un costo de \$ 5,685.00 y una utilidad neta al productor de \$ 20,831.10. Es decir, el ingreso neto al productor por cada kilogramo de café es igual a \$ 23.14. Por su parte el café convencional alcanza un rendimiento de 12 quintales por hectárea a un costo de \$ 3,510.00, y una utilidad neta de \$ 12,720.00; con un ingreso neto por kilogramo de \$ 14.13.

*Aunque la relación beneficio costo es casi la misma para ambos tipos de café, lo interesante es que las utilidades netas recibidas por el productor son 61 % mayores en la producción de café orgánico. Por lo que consideramos que esta es la oportunidad que los productores tienen para organizarse y buscar mecanismos a fin de lograr la certificación del café y así aprovechar los beneficios que ofrece el mercado de café orgánico, sobre la base de criterios de calidad, oportunidad y volumen de producción.*

#### 4.4. Análisis de diferenciación de precios entre el café orgánico y el café convencional

Si bien es cierto que hay inmensas oportunidades que los productores mexicanos han sabido aprovechar en el cultivo del café, ninguna había sido tan clara y contundente en el liderazgo del mercado como lo es el café orgánico que se exporta en la actualidad; pues es bien sabido, que en el mercado tradicional el café mexicano, es poco capaz de responder al mismo nivel a la competencia de los países productores como Brasil, que en gran medida es capaz de controlar los precios del aromático, lo que ha provocado no solo la fluctuación de los precios, si no el retiro gradual y total de algunos productores en esta actividad.

En busca de dar nuevas alternativas en el sector cafetalero, numerosas organizaciones campesinas han decidido aprovechar las condiciones estructurales del sector, para canalizar su café hacia el mercado orgánico que recompensa sus esfuerzos, dado que se asigna un sobreprecio único por los beneficios que representan para la salud y el medio ambiente.

Así tenemos que las exportaciones mexicanas de café orgánico, durante los ciclos 1994/95 a: 1998/99 muestran un diferencial en precios de 30 dólares americanos, en relación a los mostrados por el café convencional de tipo otros suaves que pertenece a los arábicas, principal tipo de café que México exporta.

**Cuadro 18. Comparación de México entre el café convencional y el café orgánico**

Concepto	Ciclos				
	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99
Volumen exportado (miles de sacos de 60 Kg.)					
Otros suaves	3,230.83	4,540.14	4,317.31	3,651.95	3,979.07
Café orgánico	27.78	38.72	63.65	229.96	126.22
Total	3,258.61	4,578.86	4,380.66	3,881.91	4,105.29
Valor de las exportaciones (miles de Dlls.)					
Otros suaves	671,290.81	656,386.99	842,976.88	720,536.46	531,228.75
Café orgánico	6,885.55	7,455.98	15,387.88	50,194.15	22,024.44
Total	678,176.36	663,842.97	858,364.77	770,730.61	553,253.19
Precio promedio de exportación (Dlls/100 Lb.)					
Otros suaves	157.08	109.3	147.61	149.16	100.93
Café orgánico	187.41	145.59	183.63	165.01	131.91
<b>Diferencial</b>	<b>30.33</b>	<b>36.3</b>	<b>36.02</b>	<b>15.86</b>	<b>30.99</b>

Fuente: Consejo Mexicano de café, [www.sagarpa.gob.mx/Cmc](http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc)

Ubiquémonos en el ciclo 1998/99(Cuadro 18), en este ciclo las exportaciones de café orgánico sumaron 126,220 sacos de 60 Kg., equivalente a 7,573,200 Kg. cuyo valor de exportación correspondió a US \$22,024,440; si esta cantidad es dividida por el monto total en kilogramos, tenemos que por cada kilogramo exportado tuvo un precio de US \$2.91; bastante interesante si tomamos en cuenta que los precios del café convencional alcanzaron un promedio de US \$ 2.22 por kilogramo en promedio y cuyo diferencial es de US \$0.69, en el mismo periodo.

Si no fijamos en el diferencial de los precios promedios de exportación, absolutamente todos favorecen al café orgánico, sin olvidar que los volúmenes de exportación son mucho mayores en el café convencional para todos los ciclos; por lo anterior deducimos que el diferencial de precios entre estos cafés es en promedio de US \$ 0.66 a 0.70 por kilogramos en todos los ciclos, siendo favorecido el café orgánico, teniendo en cuenta que la demanda de este tipo de café va en ascenso y que probablemente con mejores niveles de precios en el futuro.

## **CAPÍTULO V**

### **RETOS Y OPORTUNIDADES PARA MÉXICO EN EL MERCADO DE CAFÉ ORGÁNICO**

En este capítulo se analizan las oportunidades que ofrece a México el mercado de café orgánico, dadas las características de los consumidores, los comerciantes y los productores que participan en él. Así mismo, se hace una revisión de los principales retos o problemas a superar por parte de México para consolidar y acrecentar su presencia en dicho mercado. Dado que la certificación del producto como orgánico es un requisito fundamental para participar en este segmento de mercado, el análisis inicia con una descripción del proceso de certificación.

#### **5.1. Análisis descriptivo de los requisitos del proceso de acreditación**

La certificación del café orgánico goza de un reconocimiento más amplio y puede obtenerse con mayor facilidad que para el resto de los cafés sustentables. La importancia de la certificación responde a cuando menos tres razones:

- Aporta credibilidad en el mercado y coherencia en las características y afirmaciones sobre los tipos de café.
- Capta la demanda y los incentivos de precio de los nichos de mercado.
- Permite que los participantes se adhieran a objetivos múltiples: comercio, conservación y justicia social, en la medida en que vincula el éxito económico con principios de certificación monitoreada.

Para que una producción sea considerada como orgánica en el mercado, es necesario que cubra el proceso de certificación, el cual incluye la inspección y la obtención del certificado orgánico. La inspección se refiere a la visita de un profesional acreditado por la

agencia certificadora, el cual evalúa las diferentes partes del proceso productivo orgánico de la empresa, u organización considerando las siguientes etapas: A) El proceso de producción, B) El procesamiento de los productos, C) El control administrativo.

La expedición del certificado orgánico es responsabilidad del comité de certificación, donde se evalúa y analiza el reporte entregado por el inspector. En caso de que la evaluación sea positiva se autoriza el uso del sello de la empresa certificadora que avala producción orgánica. Para la promoción de la producción de café orgánico y particularmente para su certificación, existen organismos internacionales como la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), la cual tiene entre sus actividades el fomentar las prácticas orgánicas para la producción agropecuaria y forestal, asesorar y brindar asistencia técnica a los productores que quieran desarrollar agricultura ecológica con normas internacionales y servir de aval ante los compradores.

### **5.1.2. Procedimientos o mecanismos para la certificación del café orgánico**

Los cafeticultores que deseen obtener su certificación como productores de café orgánicos, deberán apegarse a los procedimientos establecidos por la IFOAM, que se describen a continuación.

- i) Debe realizarse como mínimo una inspección por año durante la estación de crecimiento. La visita puede efectuarse sin anuncio previo al productor. Los productores que han de visitarse se determinan al azar por el inspector. La inspección se efectúa mediante visitas sobre el terreno, comprobando las técnicas de cultivo orgánico y verificando la contabilidad.
- ii) En lo que respecta a las cooperativas u organizaciones de agricultores, debe establecerse un sistema de control interno que también será objeto de verificaciones al azar.
- iii) Debe existir un contrato entre el productor o la organización de productores y el organismo de certificación.
- iv) La contabilidad debe incluir todos los insumos agrícolas, los rendimientos y las cantidades de productos en las etapas de elaboración, almacenamiento, embalaje y venta.
- v) Los productos sólo pueden certificarse si se dispone de un servicio de asesoramiento adecuado para ayudar a los productores en la solución de los problemas técnicos.

vi) Al iniciarse la conversión debe efectuarse un inventario de parámetros sociales como los relativos a la vivienda, la alimentación y las condiciones de higiene, y presentarse un plan de mejoramiento. Ese plan debe ponerse en práctica según el éxito del proyecto.

### 5.1.3. Principales organismo de certificación

En el mundo existen actualmente más de 170 certificadoras, las cuales trabajan en algunos casos a nivel internacional como ORGANIC FOODS PRODUCTION ASSOCIATION OF AMERICA (OFPANA) Y OCIA INTERNACIONAL (Organic Crop Improvement Association) DE ESTADOS UNIDOS; NATURLAND Y DEMETER de Alemania; NATURE ET PROGRES de Francia, SOIL ASSOCIATION y ORGANIC FARMERS AND GROWERS (OFG) de Inglaterra, NASSA en Australia, entre otras. Entre las empresas más importantes que están afiliadas a la IFOAM se encuentran: la Asociación de la Agricultura Orgánica en Alemania (AGOL), la Asociación para el Mejoramiento de Cultivos Orgánicos (OCIA) de los Estados Unidos, la Asociación para la Promoción de la colaboración con el Tercer Mundo (GEPA) y Naturland-Zeichen GMBH, ambas alemanas.<sup>28</sup>

En México las empresas certificadoras más importantes son NATURLAND, OCIA y en menor grado DEMETER Y EKO; además de dos certificadoras de carácter nacional CUCEPRO de la Universidad de Colima, la Asociación DANA A.C, y CERTIMEX.

### 5.2. Oportunidades para México en el mercado de café orgánico

De acuerdo a los resultados de la Encuesta sobre Café Sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte, de más de 9,000 empresas que están relacionadas al café de especialidad 98.70 % tiene conocimiento de la existencia del café orgánico, dato que refleja la inmensa oportunidad que tiene México, sabiendo que en dicho mercado tiene una participación de un 38 % del café orgánico que se vende en los negocios, en cuyo concepto debe estar respaldado por un organismo serio de certificación, dando lugar a la ventaja adicional para el producto a no prestarse a confusiones, gracias a la etiqueta misma que luce, tanto por el sabor, como por el certificado que presenta, a diferencia de los sustentables que refiere a un concepto

<sup>28</sup> Pagina de Internet [www.sagarpa.gob.mx/users/cmcc/cafe02sp.htm](http://www.sagarpa.gob.mx/users/cmcc/cafe02sp.htm) y de los Coffee report del U.S.D.A correspondiente a los años de 1999 y 2000



más general y no determina obligaciones, por lo que cualquier café (con ciertas características) puede emplear este término.

El café orgánico llena un nicho específico como parte del mercado del café de especialidad, un segmento que, a diferencia de la mayor parte de la industria del café, ha experimentado un notable crecimiento en años recientes. Si bien es cierto que estos mercados son particularmente vigorosos y crecientes en América del Norte, también se encuentran amplias oportunidades en la Unión Europea y en Japón. De hecho, en la Unión Europea los mercados del café de orgánico son sólidos y en Japón el café orgánico es bien conocido.

El café orgánico a diferencia de la mayor parte de la industria del café, ha experimentado un notable crecimiento en años recientes, en donde hay grandes posibilidades de aumentar el consumo y muestran ya éxito en esta opción con ventas cada vez de mayor calidad.

Las oportunidades para México derivan de la dinámica del mercado del café orgánico, de las tendencias en los hábitos de consumo y las características de los consumidores, de la estructura del mercado y la forma de operar de los comercializadores, de las características de los productores y el manejo del su sistema de cultivo que tiene alta correspondencia con muchos de los requisitos de certificación del café orgánico.

### **5.2.1. Dinámica del mercado del café orgánico**

De acuerdo con la Asociación Nacional del Café de Estados Unidos, en 2001, 13% de quienes diaria o semanalmente beben café de especialidad o gourmet (8 millones de personas) manifestó haber comprado café orgánico cuando menos una vez. Entre los bebedores diarios o semanales de café convencional, 3% (2 millones de personas) afirmó haber comprado café orgánico cuando menos una vez. Diversos estudios han demostrado que la calidad (sabor) es el principal factor en las decisiones de compra de café. En años recientes, el café orgánico ha mostrado una tasa de crecimiento constante de 20%, mismo que se encuentra por arriba de los otros cafés sustentables en reconocimiento y aceptación.

## 5.2.2. Tendencias en los hábitos de consumo y las características de los consumidores

En los últimos años el mercado mundial de productos alimenticios ha sufrido cambios importantes, originando con ello una segmentación y ofreciendo la oportunidad de nichos de mercado para productos orgánicos de alta calidad conocidos como gourmet, en donde destaca el café. Los factores que incidieron en este proceso son básicamente tres:

- A) El creciente interés del público consumidor por adquirir productos alimenticios sanos, que no representen ningún riesgo para la salud, lo cual está generando cambios importantes en la manera de producir, procesar y transportar los alimentos.
- B) Un consumidor que cada vez distingue más sobre calidad y sabor de café. En este sentido, el conocimiento de los consumidores acerca de la calidad de los diferentes tipos de café ha ido creciendo constantemente en los últimos años. Los estudios de mercado muestran que los consumidores disciernen más las diferencias entre las variedades de café, por ejemplo, distinciones basadas en el origen del producto, las características del sabor (suavidad, aroma y acidez), las características orgánicas y otros factores. Este interés por la calidad, se traduce en las decisiones finales sobre la compra.<sup>29</sup>
- C) La cada vez mayor conciencia que en torno a la degradación del medio ambiente se ha generado sobre todo en los países en desarrollo. En esta perspectiva, se considera que la producción de café de alta densidad y a sol abierto representa quizá una de las actividades que mayor impacto tiene en el medio ambiente; sabiendo que el cafeto es una planta de bosque que requiere grandes cantidades de sombra y que además origina a su alrededor un ecosistema en el que confluye una amplia variedad de plantas y animales que actúan recíprocamente entre sí.

---

<sup>29</sup> Comisión para la Cooperación Ambiental, Medición del interés de los consumidores en el café de sombra mexicano: evaluación de los mercados de Canadá, México y Estados Unidos, Québec, Canadá 1999

Numerosos estudios señalan que los consumidores realmente están interesados en el café orgánico y dispuestos a pagar un sobreprecio modesto.<sup>30</sup> El perfil de consumidor del bebedor de café orgánico próspero, educado, comprometido con la causa del medio ambiente se ha vuelto un excelente objetivo de mercado; combinar este perfil con la afinidad natural hacia el producto de diversos grupos (observadores de aves, cultivadores de jardines orgánicos, grupos ambientales), cuyos miembros en América del Norte suman decenas de millones, es una oportunidad que México no debe desaprovechar.

Finalmente se añade que aunque las posibilidades de crecimiento del café orgánico como puntero de los sustentables es a todas luces exitoso, la comunidad que los consume se ubican principalmente en países desarrollados y en donde no toda la población goza de altos ingresos que puedan darse este lujo a cambio de consumir un producto sano y libre de sustancias químicas.

### **5.2.3. Estructura del mercado y la forma de operar de los comercializadores**

El mercado del café de América del Norte está dominado por tres compañías multinacionales que hasta la fecha no han incursionado en el café sustentable, pero hay indicadores en la industria de que esto podría cambiar pronto, en la medida en que tales empresas busquen nuevas oportunidades en un mercado estancado. Mientras tanto, es posible que en breve se abran nuevos canales sorprendentes, pues compañías avispadas, entre las que se incluyen dos de las principales empresas de venta directa al público, están explorando activamente este mercado. Más cadenas de supermercados, incluidas algunas de tamaño importante, como Safeway, Kroger's y Albertson's están expandiendo o añadiendo nuevos cafés sustentables a su oferta, lo que constituye una oportunidad para países que como México tienen ventaja en la producción de este tipo de café.

En Estados Unidos y Canadá el café orgánico se vende principalmente en supermercados o en tiendas de abarrotes; dado a que existen consumidores que prefieren cubrir todas sus necesidades de abasto de alimentos en una sola compra (supermercados) y la

---

<sup>30</sup> Comisión para la Cooperación Ambiental, 1999, Medición del interés de los consumidores en el café de sombra mexicano: evaluación de los mercados de Canadá, México y Estados Unidos. Secretariado de la CCA. P. Rice y J. McLean, 1999, Sustainable Coffee at the Crossroads, CCC. David Griswold, 1999, encuesta para el proyecto sobre café de sombra de El Salvador

disponibilidad entraña tanto a la comodidad como a la visibilidad. Al parecer esta dinámica está a punto de cambiar, en la medida en que los supermercados y comerciantes mayoristas muestran interés en el café orgánico y se disputan posiciones competitivas con productos diferenciados y de mayor calidad, al tiempo que los márgenes de los productos convencionales siguen reduciéndose y las ventas de café convencional se estanquen.

#### **5.2.4. El sistema de cultivo y su correspondencia con requisitos de certificación**

Atendiendo a los beneficios y riqueza que ofrece el sistema de cultivo, se puede señalar de acuerdo a investigaciones realizadas por importantes estudiosos del café, que México cuenta con cinco sistemas de producción según el nivel de manipulación al cual se expone el ecosistema original y según el grado de complejidad estructural y de la vegetación;<sup>31</sup> que bien pueden aprovechar los productores nacionales del café orgánico.

1) Sistema Rusticano tradicional o de montaña. Es aquel sistema de producción en el cual simplemente se sustituyen las plantas (tanto arbustivas como herbáceas) que crecen en el suelo del bosque tropical y/o templado por arbustos de café. Con este sistema, los impactos al ecosistema forestal original son reducidos, ya que sólo se elimina el estrato inferior, conservándose la cubierta vegetal original.

2) El sistema de policultura tradicional. Este tipo de plantación es considerado como la etapa más avanzada de la manipulación del ecosistema forestal nativo. Igual que en el sistema anterior el café se introduce bajo la cubierta del bosque original pero en forma distinta, ya que en este caso se cultiva junto a numerosas especies de plantas beneficiosas de tal modo que existe un sofisticado manejo de especies nativas o introducidas (por ejemplo favoreciendo o eliminando el crecimiento de ciertas especies de árbol). De este modo nace un exuberante "huerto de café con gran variedad de especies arbóreas, arbustivas y herbáceas naturales y cultivadas.

---

<sup>31</sup> Toledo, Victor y Morguel, Patricia. en busca de un café sustentable en México. la importancia de la biodiversidad biológica y cultural <http://www.mesoamerica.org.mx>

3) Sistema de policultura comercial. En éste, se elimina de manera total el estrato superior del bosque original, introduciéndose una serie de árboles de sombra apropiados para el cultivo de café, ya sea por su aportación al ecosistema o bien por su utilidad para fines comerciales.

4) El sistema de monocultura bajo sombra. Se considera a éste como uno de los sistemas modernos introducidos en México hace aproximadamente dos décadas. Se utilizan árboles leguminosos (especies de Inga) casi con exclusividad y predominio, con objeto de arrojar sombra a los cafetos. De esta manera se crea un tipo de plantación monoespecífica bajo una cubierta de copas igualmente especializada.

5) El sistema de monocultura sin sombra. Esta modalidad representa un sistema de carácter totalmente agrícola desprovisto de todo carácter agroforestal, ya que no dispone de cubierta arbórea alguna, encontrándose los arbustos de café expuestos a pleno sol. Este tipo de cafetal se ha convertido en una plantación especializada sobre todo en otros países cuyo sistema de producción requiere de un alto grado de insumos, fertilizantes químicos, plaguicidas, uso de maquinaria y mano de obra a lo largo del ciclo anual.

Con lo anterior se demuestra que México cuenta con una enorme ventaja para cumplir con las exigencias del mercado de café orgánico que describe que el café etiquetado como “cultivado biológicamente” deberá cumplir con dicho requisito, y así poder aprovechar los sistemas de cultivo como un factor que no solo ofrece valor agregado al café, sino también calidad y enormes beneficios para la salud, y que finalmente se refleja en los sobrepagos que están dispuestos a pagar los consumidores.

Con todo esto, queremos señalar las cualidades que tiene la producción cafetalera mexicana -predominante de café de sombra y orgánico, con escaso o nulo uso de sustancias químicas, y unidades productivas familiares-, las que en conjunto pueden brindar a México una importante oportunidad de mercado, lo que permitiría impulsar su participación en los mercados de café de especialidad.

### 5.2.5. Características de los productores y el manejo de los riesgos de producción

En México alrededor de un 92 % de los productores de café son minifundistas que no exceden más de cinco hectáreas y que lejos de ser una desventaja, es más bien una fortaleza en la producción del café orgánico, dado a que el cuidado de este cultivo requiere de mayor dedicación y un alto criterio de protección al medio ambiente, sobre todo si se considera que la gran mayoría de los productores pertenecen a grupos indígenas con amplio respeto a la naturaleza; razón suficiente que hoy en día México es líder en la producción de café orgánico.

Es preciso mencionar que la certificación del café puede significar una excelente protección de los riesgos productivos a los productores contra las caídas de precios del mercado, ya que la mayoría de las certificaciones pueden aportar sobreprecios aunque no haya garantías; además el café orgánico también ofrecen beneficios cuando se tienen que enfrentar presiones ambientales naturales, como la sequía; así mismo la reducción o eliminación del uso de insumos adquiridos disminuye los gastos del cafecultor y, por lo tanto, no está tan expuesto a las fluctuaciones del mercado.

El café orgánico y en general los sustentables, también brinda a los pequeños productores herramientas útiles para el manejo de riesgos por la diversificación de la producción (policultivos) en las parcelas de café sustentable que ofrece numerosas ventajas a los agricultores.

En contraste con los principales países productores de café en América Latina, como Brasil por ejemplo -que se caracteriza por la producción de alta densidad, bajo sol y con alto uso de agroquímicos; México produce café a través de productores -en su mayoría indígenas- organizados a nivel comunidad, en plantaciones situadas sobre pendientes costeras y bajo la sombra de múltiples estratos de agrobosque, por lo que presenta sistemas de cultivo ampliamente ligados a la conservación de la biodiversidad.

Un estudio reciente, patrocinado por el Consejo Mexicano de Café, señala que los niveles de producción de café sustentable, sobre todo el orgánico; pueden alcanzar los estándares internacionales del café convencional. Numerosos estudios previos han demostrado la viabilidad económica de los diferentes tipos de café sustentable para los pequeños productores. Tal vez igualmente valioso es el conocimiento emergente de que las variedades de café cultivadas de manera natural bajo la sombra que pueden tener un perfil de sabor superior.

### **5.3. Retos a superar para consolidar la presencia de México en el mercado de café orgánico**

Sin lugar a dudas la expansión del mercado orgánico es una realidad dentro del mercado mundial de café; sin embargo la existencia de factores como la calidad del producto, los costos de la certificación y la organización de los productores ponen en riesgo la posibilidad del acceso a este mercado, de igual forma se reconoce la existencia de una débil política de promoción y expansión del mercado a fin de no solo mantener a México en el liderazgo del mercado, sino de incrementar notablemente su participación en base al aprovechamiento de las ventajas con que cuenta en sus sistemas de producción, en la composición de la tenencia de la tierra, cuya atención es de reconocido atributo por la atención cuidadosa del cultivo por parte de los productores, entre otros factores que lo favorecen.

#### **5.3.1. Calidad y certificación de la producción**

Por el momento, el suministro de estos cafés en la industria parecería ser adecuado, aunque la incorporación de actores de gran tamaño en el terreno de juego podría poner a prueba temporalmente la capacidad de los proveedores de suministrar con regularidad café de alta calidad. La tentación de apostar por un incremento amplio y vertiginoso de este negocio podría entrañar un precio considerable. Dos áreas merecen una cuidadosa consideración. Primero, si en las prisas del nuevo negocio no se mantienen calidad y consistencia, los consumidores rechazarán el café sustentable, quizá permanentemente. Segundo, algunos miembros de la industria están ya aprovechándose de la reputación del café sustentable, sobre todo de los cafés orgánico y de sombra; presumen de manejar estos tipos de café cuando en realidad no están cumpliendo con las definiciones aceptadas científicamente o no están optando por la certificación. Tal actitud da pie a una publicidad “pseudo-ecológica” y a que estos términos (orgánico, de sombra, de comercio justo) se diluyan lo que, a su vez, podría conducir a un rechazo de los consumidores.

No debemos olvidar que la certificación será importante para una gran mayoría de la industria durante los próximos años, y esto es particularmente cierto para el café orgánico (78.3%). En la medida en que más compañías apoyen la certificación de terceros, contribuirán a fomentar una mayor precisión en el etiquetado y estarán educando al mercado con una terminología consistente y común. Si la industria fracasara en este cometido, no sólo se

arriesgará a que uno de sus nichos de mercado más exitosos registre una fuerte caída, sino que además correrá el riesgo de una erosión colateral de la confianza y la credibilidad en mercados relacionados como el de los cafés de origen único.

En la actualidad existen varios organismos a nivel internacional que señala las directrices precisas y claras para determinar si un café puede lucir la etiqueta de “cultivado biológicamente”. (la que más se acerca es la de Eco-OK). Idealmente los productores deberían regirse por los principios básicos de los tres tipos de café sustentable; orgánico, de comercio justo y de sombra a efecto de lograr una mayor y verdadera sustentabilidad.

### **5.3.2. Acceso y segmentación de los mercados**

Aún cuando no queda del todo claro hasta qué grado el apoyo a un supersello unificador satisface el acceso y la segmentación del mercado, es decir, el deseo de contar con criterios más simples para la identificación del origen o mensajes de mercadotecnia más claros, en lugar del complejo asunto de los criterios combinados de certificación, lo que sí resulta evidente, en cualquiera de los casos, es el interés del mercado en una certificación clara y concisa; con todo y que es evidente que en general, la certificación aún tiene frente a sí mismo un largo proceso de desarrollo en términos de visibilidad y aceptación en el mercado.

Es de vital importancia considerar que para una mejor educación de los consumidores para la identificación del producto están en el considerable alcance e impacto de los diversos grupos ambientales y ONG, cuyas misiones a menudo coinciden con los principios del café sustentable (Café Orgánico) a través de su correspondencia, de los artículos que publican en revistas y de los eventos que organizan, podrían fácilmente transmitir los mensajes del café sustentable a un público amplio e interesado, con un costo adicional muy reducido o nulo.

Son muchas las oportunidades que existen para la promoción cruzada y una mercadotecnia a favor de la causa, y pocos son quienes las están aprovechando. Aunque en América del Norte son considerables las cantidades de café orgánico que se venden a través del canal de los supermercados o tiendas de abarrotes, su disponibilidad está limitada en su mayor parte a la costa oeste y a ciertas áreas urbanas.



### 5.3.3. Promoción y expansión del mercado

A pesar de que el interés en el café sustentable está ganando cada vez más atención por parte de consumidores, organizaciones de comerciantes y productores, es escasa la información confiable de que se dispone en torno a sus mercados y tendencias; quizás las dos razones más probables por las que la respuesta del mercado está por debajo de lo esperado, son la disponibilidad del producto y la educación de los consumidores.

Igualmente se reconoce que la falta de información limita considerablemente la buena disposición para invertir en los procesos de largo plazo necesarios para apoyar la producción de café orgánico. Los pequeños agricultores que toman el riesgo de incursionar en este cultivo con o sin el apoyo de organizaciones no gubernamentales o proyectos financiados con fondos públicos carecen de recursos para evaluar el tamaño, la naturaleza y la composición de los correspondientes canales comerciales.

Más allá de los importadores, los distribuidores, los torrefactores y los minoristas que están interesados —o pueden estarlo— en este tipo de café, tienen pocas posibilidades de abastecerse de manera regular y difícilmente están dispuestos a invertir en la expansión de lo que parece ser un mercado no del todo definido. La industria se beneficia ya de la diferenciación de productos, la calidad mejorada y los sobrepuestos de los cafés orgánicos, pero el verdadero éxito de estos mercados debe apoyarse en productores justamente retribuidos, de manera que exista una sinergia continua entre ellos y los mercados.

### 5.3.4. Mantenimiento y aumento de la participación en el mercado

Este relativamente nuevo mercado muestra al parecer amplias posibilidades de crecimiento, pero resulta difícil predecir las tendencias del consumo en virtud de que la mayor parte de los datos conocidos carecen eficazmente de una fuente estadística confiable en el ámbito mundial. Sin embargo de sobra se sabe que en tanto no se mantenga los estándares de calidad exigidas por los consumidores y no se realicen esfuerzos para integrar a más productores en grupos de trabajo u organizaciones que persigan el interés por la certificación del producto, difícilmente ayudaría a mantener al país el liderazgo del mercado y a la posibilidad de incrementar los volúmenes de exportación de café orgánico.

Es preciso mencionar que en la medida en que la tecnología para la producción esté al alcance de los pequeños cafecultores, permitiéndoles una producción orgánica a niveles internacionales, se logrará remover uno de los principales impedimentos de la adopción amplia de los principios de la agricultura orgánica: la falta de productividad elevada. Conforme la productividad vaya alcanzando los niveles del café convencional (monocultivos basados en el uso de agroquímicos), las ventajas de mejorar los costos de producción y mejorar la calidad del suelo podrían engrosar en forma drástica las filas de los productores de café orgánico e inyectar volúmenes cada vez mayores en un mercado que tal vez entonces no ofrezca los mismos sobrepuestos. Con lo anterior, es poco probable que esto ocurra en un plazo corto, de 3 a 5 años.

### **5.3.5. Organización de productores y costos de certificación**

Para muchos productores, el tiempo de conversión, la preparación y la certificación les resultan costosos y a veces difíciles; el lograrlos y mantenerlos suele estar más allá del alcance económico de la mayoría por lo que cualquier entrada nueva en el mercado deberá hacerse en alianza con las organizaciones productoras, o cuando menos con exportadores o intermediarios, a fin de garantizar una rápida asimilación de las normas de calidad y el suministro de volúmenes constantes. Numerosas organizaciones no gubernamentales (ONG) e incluso la comunidad de organismos financiadores están poniendo a prueba una interfase eficaz con los productores.<sup>32</sup>

Las ventajas que proyecta el café orgánico pueden verse entorpecidas en tanto que los productores no se incorporen, o formen organizaciones que busquen la excelencia en sus sistemas de cultivo a fin de alcanzar una producción de calidad que pueda ser evaluada y ser sujeta a un organismo de certificación que no solamente se preocupe por la consistencia del producto, si no que además, ponga énfasis en los volúmenes de producción a fin de elevar la rentabilidad día con día y así poder cubrir los costos de la certificación y compartirlos adecuadamente entre sus miembros, lo anterior resolverá el problema de la falta de capital para mantener el cultivo y otorgará ingresos satisfactorios para mejorar las condiciones de vida de los productores.

---

<sup>32</sup> El Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM) en México, El Salvador y Uganda, USAID en Perú y Nicaragua, Ramforest Alliance en El Salvador y Guatemala, Conservation International en México y Colombia

La organización de los productores constituye además un mecanismo para que los pequeños productores obtengan economías de escala en la contratación de servicios de asistencia técnica para lograr la certificación, así como en la comercialización de su producto al consolidar la oferta, lo que además podría mejorar su capacidad de negociación con los comercializadores del grano.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Esta investigación planteó como objetivos identificar las tendencias del mercado mundial de café, especialmente las relacionadas al café orgánico e identificar los mercados potenciales, sus volúmenes de demanda y la evolución de sus precios; así como el análisis de los diferenciales de precios y de rentabilidad entre la producción de café orgánico y la producción de café convencional, a fin de identificar los retos y las oportunidades para la consolidación de México en el mercado de café orgánico, especialmente lo relacionado con la certificación.

Los resultados de la investigación permiten confirmar la hipótesis de que hay posibilidades de aumentar la exportación de café mexicano de todo tipo, aunque se pone énfasis en el café orgánico, debido a las tendencias favorables en este mercado considerando que México cuenta con sistemas de producción y niveles de costos que le dan ventajas para consolidarse en el mercado de cafés de especialidad que llevaron a los siguientes resultados.

En la actividad cafetalera, se conoce que la oferta de café por los volúmenes de producción, se concentran en 5 países cuya producción mundial en el año de cosecha 2000/01, se ubicó en 110.4 millones de sacos. Los principales países productores de café son Brasil con 28.45 %, Colombia 10.44 %, Vietnam 8.69 %, Indonesia 6.62 %, México 4.94 % y el resto a otros países. Dentro del comercio mundial los cinco países mencionados concentran alrededor del 58 % de las exportaciones mundiales. El mercado mundial de café muestra un crecimiento muy lento ya que las exportaciones registraron un crecimiento de 0.7 % en los años de 1999/2000 y 2000/2001.

Los principales países demandantes son Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, e Italia, los cuales en conjunto compran el 71.1 % del total mundial. Sin embargo Estados Unidos es el mercado más grande de café con un consumo en el año 2000 de 22 millones de sacos de 60 Kg., seguido de Alemania con un consumo de 9.4 millones de sacos.

En lo que respecta a la oferta de café orgánico se concentra principalmente en América Latina, en donde destaca México como el principal productor y exportador con el 20.5 % del consumo mundial.

De 1999 al 2000 las exportaciones mundiales de café orgánico certificado fueron de entre 6,800 y 8,165 toneladas. El valor de venta al por menor de este total *certificado* asciende a 223 millones de dólares estadounidenses. Los expertos de la industria calcularon que el incremento en la temporada 2000/01 de entre 15 y 18 por ciento, muy por encima del observado en el mercado de café en general.

El mercado potencial del café orgánico se encuentra en Estados Unidos y Europa, con un monto de 216,363 sacos de 60 Kg. para el primero y 367,315 para el segundo; cuyas tasas de crecimiento media anual son de 24% y 68.15% respectivamente en el periodo de 1995/96 al 1999/00. Los países que muestran mayor crecimiento del mercado son el inglés que creció a una tasa promedio anual del 266.82 % en el período de 1996/97 al 1999/00 la más significativa de todas, el mercado Japonés con 127.33 % y el Danés con 120.17 %.

En la evolución en los precios siempre es favorecido el café orgánico así mientras en el mercado tradicional los precios del café suave fueron del orden de US \$ 100.93/quintal, México colocó su café orgánico en un promedio de US \$ 131.91/quintal en 1998 – 1999.

La participación del café orgánico en la generación de divisas para nuestro país en los próximos años será innegable, tan solo en periodo de 1994 al 1999 las exportaciones de este tipo de café fueron de US \$ 101,948.00, cuya TMCA es de 26.18 %, mientras que el café convencional tiene una TMCA negativa de 4.57 % en sus exportaciones en el mismo periodo.

Es preciso resaltar que aunque la relación beneficio costo es casi la misma para ambos tipos de café, lo interesante es que las utilidades netas recibidas por el productor son 61 % mayores en la producción de café orgánico. Así tenemos que el café orgánico tiene con un costo de \$ 5,685.00 y una utilidad neta al productor de \$ 20,831.10; el café convencional tiene un costo de \$ 3,510.00, y una utilidad neta de \$ 12,720.00

Para aprovechar las oportunidades de crecimiento que proyecta el café orgánico, aún existen limitaciones, de ahí que las dos razones más probables por las que la respuesta al mercado está por debajo de lo esperado son: la disponibilidad del producto y la educación de los consumidores, y aunque el café orgánico a diferencia de la mayor parte de la industria del café, ha experimentado un notable crecimiento en años recientes; particularmente en América

del Norte, la Unión Europea y Japón, con una TMCA en promedio de 30 %, 43 % y 127 % respectivamente durante los años de 1995/96 al 1999/00, en donde realmente hay interés por este producto y están dispuestos a pagar un sobreprecio modesto. Sin embargo para muchos productores, el tiempo de conversión, la preparación y la certificación les resultan costosos y a veces difíciles de lograr y mantenerlos suele estar más allá del alcance económico de la mayoría.

Si México conjuga adecuadamente los retos y las oportunidades que tiene el café orgánico y logra capitalizar las tendencias de consumo y demás factores que le favorecen en la producción orgánica, tendrá la oportunidad de aumentar su participación en las exportaciones de café y mejorar su reputación internacional como productor y exportador de café de alta calidad.

Por esta razón hay una gran necesidad de que los productores se organicen para poder cubrir los costos de producción del cultivo, además de incorporarse a un organismo de certificación que pueda respaldarlos en los momentos de venta del producto, a fin de consolidar los convenios de largo plazo entre la misma organización y los mercados destino. Esta finalidad es para garantizar a los productores que además de que los costos de producción serán cubiertos, podrán disfrutar de los beneficios que se otorga por el café orgánico y así mejorar sus niveles de vida.

## **RECOMENDACIONES**

El poder aprovechar o no, las oportunidades potenciales que brindan los distintos mercados a los productores mexicanos del café, depende en gran parte del desarrollo de estrategias de marketing adecuadas, así como del diseño y ejecución de una serie de políticas que permitan impulsar el crecimiento del sector.

Las principales políticas deben orientarse a defender el mercado en el que está posicionado el café mexicano con el propósito de lograr una mayor demanda del café en el mercado nacional e internacional. Además, México debe poner atención en los mercados de especialidad, sobretodo gracias a los tipos de café que produce “orgánico y de sombra” los cuales atienden perfectamente los aspectos ecológicos altamente prioritarios en la Unión Europea y Canadá y algunos sectores ecologistas de la Unión Americana

En relación a los mercados potenciales para el café orgánico, es preciso poner especial atención a mercados ya consolidados como Alemania y Estados Unidos, para estar a la vanguardia con las exigencias de sus consumidores y para aquellos países con amplias oportunidades en expansión como Inglaterra, Japón, Dinamarca, Holanda y Corea, entre otros, es recomendable realizar campañas publicitarias citando la relación que tiene este tipo de café con el medio ambiente y el cuidado a la salud.

Es de vital importancia recordar que la prioridad fundamental para el buen desempeño de México en el mercado de especialidad, es sin duda, la amplia necesidad de organización por parte de sus productores, con la finalidad de acceder a la certificación del producto, al tiempo en que se obtengan economías de escala en la contratación de servicios de asistencia técnica y al mismo tiempo tener la facilidad de aumentar sus volúmenes producción de café orgánico y así responder a la posible falta de disponibilidad del producto ante la creciente demanda, con el firme propósito de expandir su dominio en este mercado.

Es urgente realizar estrategias de Mercadotecnia para el café orgánico citando los beneficios que de él se derivan, pero sobre todo darlo a conocer, la cual daría pie al aumento del consumo nacional y mundial.

Se recomienda además a las instituciones federales, entre ellos el Consejo Mexicano de Café y demás organismo interesados en el café orgánico a generar una fuente de información especial para este tipo de café, con la finalidad de estar a la vanguardia en su comportamiento del mercado, a fin de poder tener los datos mas actualizados para prever futuros riesgos u oportunidades para los productores. También es recomendable que se estudie los aspectos relacionados a los canales y márgenes de comercialización, a fin de evitar que se concentre un excesivo intermediarismo que provoquen mermas en los ingresos del productor

Los alcances del trabajo de investigación, pueden ser una herramienta importante para los productores de café orgánico, en donde visualicen una nueva alternativa de combatir los bajos precios que se presentan en el sector, a fin de mejorar sus condiciones de vida y salvaguardar su medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA

Ania Brzezinski y Scott Vaughan, de la Comisión para la Cooperación Ambiental.

C. Martínez, El proceso cafetalero mexicano, UNAM-Ile, México, 1996, pp. 19 y 55

CIESTAAM. La Agricultura Mexicana frente al Tratado Trilateral de Libre Comercio. Universidad Autónoma Chapingo. 1ª Edición en Español México, 1992. Pág. 22

Courville, S., Mexican shade grown coffee: Market research analysis/synthesis. Informe presentado ante la Comisión para la Cooperación Ambiental. Ottawa, Courville Consultants, 1999. \*

Consejo Mexicano del Café, Guía Básica del Exportador de Café, México, 2000; Pgs. 7, 8

Comisión para la Cooperación Ambiental, 1999, Medición del interés de los consumidores en el café de sombra mexicano: evaluación de los mercados de Canadá, México y Estados Unidos, Secretariado de la CCA. P. Rice y J. McLean, 1999, Sustainable Coffee at the Crossroads, CCC. David Griswold, 1999, encuesta para el proyecto sobre café de sombra de El Salvador.

D. Zylbersztajn et. al., O sistema agroindustrial do café, FIPE agrícola y PENSA/USP, Sao Paulo, Julio de 1998.

El café de Uruapan, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo - Instituto de Investigaciones Históricas: Morevallado, Morelia, 1999 y M. Romero, Cultivo del café en la costa meridional de Chiapas, Instituto Mexicano del Café, 1988).

El Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM) en México, El Salvador y Uganda; USAID en Perú y Nicaragua; Rainforest Alliance en El Salvador y Guatemala; Conservation International en México y Colombia.

Giovannucci, Danielle, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte, Summith Foundation, Nature Conservancy, Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte, Asociación Estadounidense del Café de Especialidad, Banco Mundial, Philadelphia, 2001, pags. 7, 16, 22, 24 \*

J. Dardon, "Asociación Mexicana de Agricultores Ecológicos", UNCTAD, USA, 1996 y UNCTAD, Organic production in developing countries: Potential for trade, environmental improvement, and social development. Informe del Secretariado de la UNCTAD, USA, 1996. \*



Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Anexo 302.2

La situación arancelaria del café mexicano en la Unión Europea apareció en el Diario Oficial de la Federación del 26 de julio de 2000.

M. Blowfield, 2000, "Fundamentals of Ethical Trading", en: D. Giovannucci (editor), The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises, Banco Mundial.

Pronóstico elaborado por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP), citado en Europa en México, Revista de la Delegación de la Comisión Europea en México, No. 3, 1er semestre de 2001, p. 19.

Página de Internet: [www.sagarpa.gob.mx/users/cmc/cafe02sp.htm](http://www.sagarpa.gob.mx/users/cmc/cafe02sp.htm) y de los Coffee report del U.S.D.A. correspondiente a los años de 1999 y 2000.

Renard Maria Cristina. La Comercialización Internacional del Café. Universidad Autónoma Chapingo. México 2000.

SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ASERCA. Núm. 103 / Marzo 2002. pags.3, 5, 10, 21, 31

SAGARPA. Revista Claridades Agropecuarias. Publicación Mensual de ASERCA No.52. Diciembre 1997. Pág. 23

S. Sturdivant, "Specialty Coffee and Foodservice", Documento presentado ante la Specialty Coffee Association of America (SCAA), USA, 1999, Tomado de la página de Internet: [www.stoneworks.com/Sturdivant1\\_archive/sturdivant.html](http://www.stoneworks.com/Sturdivant1_archive/sturdivant.html).

Toledo, Víctor y Morguel, Patricia, en busca de un café sustentable en México: la importancia de la biodiversidad biológica y cultural. [http:// www.mesoamerica.org.mx](http://www.mesoamerica.org.mx) \*

UNCTAD/OMC, Café: desarrollo de productores y de mercados, Centro de Comercio Internacional, Ginebra, 1996, pp. 54 – 55.