



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

**DIRECCIÓN DE CENTROS REGIONALES UNIVERSITARIOS
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL**

**LOS DESAFÍOS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN EL
MERCADO GLOBAL. CASO DE LA ORGANIZACIÓN SAX YAXTE, DEL
MUNICIPIO DE CHILON, CHIAPAS.**

TESIS

QUE COMO REQUISITO PARCIAL

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

PRESENTA:

ADÁN CANO GARCÍA



**DIRECCIÓN GENERAL ACADÉMICA
DEPTO. DE SERVICIOS ESCOLARES
OFICINA DE EXÁMENES PROFESIONALES**

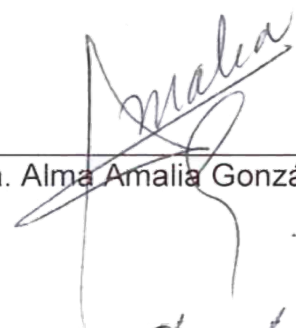


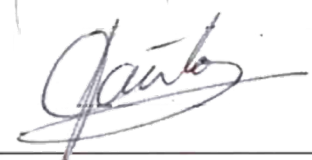
CHAPINGO, ESTADO DE MÉXICO, DICIEMBRE DEL 2012

**LOS DESAFÍOS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN EL
MERCADO GLOBAL: CASO DE LA ORGANIZACIÓN SAX YAXTE DEL
MUNICIPIO DE CHILON, CHIAPAS.**

COMITÉ ASESOR

DIRECTOR: 
M.C Juana Cruz Morales

ASESOR: 
Dra. Alma Amalia González Cabañas

ASESOR: 
Dr. Cristóbal Santos Cervantes

DEDICATORIA

A María Elena Morales Altúzar, por su amor, cariño y comprensión, y su apoyo para cumplir nuevos propósitos.

A mis hijos Adamarie Anahí, Alejandro Daniel y Erick Damián por ser parte fundamental en mi vida y mi inspiración para enfrentar nuevos retos.

A mis padre Humberto Cano Hernández y Bertha García García, por darme las vida y su apoyo en mi formación como ser humano y como profesionista.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la oportunidad de vivir en este mundo de contrastes e imaginario y permitir que se cumplan mis propósitos.

A mi esposa María Elena, mis hijos Adamarie Anahí, Alejandro Daniel y Erick Damián por soportar mi ausencia durante la carrera.

A la Universidad Autónoma Chapingo, por darme la oportunidad de ser parte importante en mi formación profesional.

A la M.C. Juana Cruz Morales, por compartir sus conocimientos y apoyarme en la dirección del trabajo de investigación.

A la Dra. Alma Amalia por sus consejos y apoyo incondicional para la realización del trabajo de investigación.

Al Dr. Cristóbal Santos Cervantes por su apoyo y consejos en la construcción de mi trabajo de investigación.

A mis maestros Artemio Cruz, Conrado Márquez, Elba Pérez V, César Adrián Ramírez, Genaro Aguilar. Así como el personal administrativo de la MCDRR, con sede en Chapingo.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo monetario otorgado durante el periodo de estudio, mi reconocimiento en por la labor científica.

A la Universidad Tecnológica del Selva por su apoyo para ausentarme de mis labores durante el periodo de estudio.

A la organización Sax Yaxté de Nahilté, por darme las facilidades para la realización del trabajo de investigación y refrendar mi apoyo en el trabajando de manera conjunta con los socios de la organización.

Al personal de la biblioteca de PROIMSE, de San Cristóbal de las Casas.

Al personal de la biblioteca de la sede de la MCDRR, en Chiapas.

A mis compañeros de la maestría y a todos los que de alguna forma contribuyeron para la realización del trabajo.

DATOS BIOGRÁFICOS

Adán Cano García estudió su educación primaria en la Escuela Narciso Mendoza, ubicada en el ejido San Caralampio, Municipio de Comalapa, Chiapas. Terminó su educación secundaria en la escuela Ricardo Flores Magón en el ejido Rodolfo Figueroa del mismo municipio. En 1986, terminó su nivel bachillerato en el Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 108, en Comitán, Chiapas. Realizó su licenciatura en el Instituto Tecnológico de Comitán, Chiapas. En 1996, se integra como profesor de asignatura en el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario No. 91, en Ocosingo, Chiapas. En 1999, se integra como profesor de tiempo completo asignado a la carreta de Agrobiotecnología, en la Universidad Tecnológica de la Selva.

A través de los programas de servicio y capacitación a los productores de la región, específicamente el programa de Desarrollo de Capacidades, proyecto desarrollado en conjunto con la Universidad de Illinois, se incorpora al Centro de Desarrollo Rural de la Universidad Tecnológica de la Selva. En el 2007 inicia los trabajos de capacitación y asesoría técnica a productores de café de la Organización Sax Yaxté, del Municipio de Chilón, Chiapas.

En julio del 2010 ingresó al programa de Maestría en Desarrollo Rural Regional, de la Universidad Autónoma Chapingo y obtiene su grado de maestro en ciencias en el 2012.

Actualmente es integrante de la red de investigación en ciruela, del Sistema Nacional de Recursos Filogenéticos.

LOS DESAFÍOS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN EL MERCADO GLOBAL: CASO DE LA ORGANIZACIÓN SAX YAXTE DEL MUNICIPIO DE CHILÓN, CHIAPAS.

THE CHALLENGES OF SMALL COFFEE PRODUCERS IN THE GLOBAL MARKET: THE CASE OF THE INDIGENOUS ORGANIZATION YAXTÉ SAX, CHILÓN TOWNSHIP, CHIAPAS.

RESUMEN

Adán Cano García¹

Juana Cruz Morales²

En esta investigación se analizan las diferentes dinámicas y estrategias socioeconómicas y organizativas, que limitan o favorecen la inserción de los pequeños productores de la Organización Sax Yaxté, del municipio de Chilón, Chiapas al mercado de café. A pesar de la crisis de precios que han desalentado a los cafecultores, el café sigue siendo la fuente de ingresos económicos de los campesinos; sin embargo existen factores que limitan el acceso al mercado en condiciones favorables. El estudio se basó en la aplicación de encuestas, entrevistas, recorridos de campo, para conocer y analizar la experiencia de los diferentes actores, internos y externos que participan en la cadena productiva y del mercado del café. Los resultados indican que la organización está conformada por tres tipos de pequeños productores indígenas tzeltales que se dedican a la producción de café orgánico. A través de este cultivo, han logrado traspasar fronteras promoviendo su desarrollo mediante el trabajo colectivo. Su estrategia ha sido establecer relaciones con los demás actores en el mercado local y global del café. No obstante, al carecer de recursos y conocimientos sobre los mecanismos de mercado son vulnerables ante los demás. Las certificadoras son actores principales de la cadena de comercialización éstas promueven y actúan como avales de la calidad de producción de café orgánico. Sin embargo, cumplir con este requisito ha sido un desafío más, debido a los altos costos de certificación y a otra serie de condicionantes que demandan habilidad, conocimiento y procesos organizativos específicos. En el contexto local, los intermediarios bien conocidos como "coyotes", son la primera opción de venta de café, seguido de los representantes de las empresas transnacionales. No existen instituciones de crédito que se interesen en apoyar, baste con observar que su principal requisito es la garantía de pago, que resulta inalcanzable. Debido a las políticas neoliberales, el Estado está cada vez más lejos de atender de manera directa a este sector, por lo que se corre el riesgo, que los productores caigan en manos del sector privado.

Palabras clave: Cafecultura campesina, desarrollo regional, organización campesina, mercado cafetalero.

In this investigation the different dynamics and socio-economical strategies will be analyzed that prevent or favor the entrance of small coffee producers from the organization Sax Yaxté located in Chilón, Chiapas, into the coffee market. Despite the falling prices that have disheartened the coffee growers, coffee remains the cash crop for the farmers. However, there are factors that limit the access to markets even under favorable conditions. This study is based on surveys, interviews and field work to learn about and analyze the different direct and indirect participants that take part in the production chain and in the coffee market. The results show that within the organization there are three different types of indigenous Tzeltal small producers of organic coffee. Through this crop, they have surpassed boundaries to achieve their development by means of collective work. Their strategy has been based on establishing contacts with the other participants, both locally and internationally, within the coffee market. However, due to their lack of resources and knowledge regarding the workings of the market, they are vulnerable. The people that do the certification of organic coffee are the main players within the trade and they are the ones that give quality guarantees. It has been a challenge to comply with this requirement, due to the high costs of certification and other factors that demand ability, knowledge and specific organizational processes. Within the local context, the middlemen, known as "Coyotes" are the first option for coffee sales followed by representatives of transnational companies. There are no institutions that are interested in providing financial credit for the small coffee producers as they are unable to provide a pay guarantee. Because of neoliberal politics, the State is less and less interested in supporting this sector and this increases the risk that the coffee producers fall into the hands of the private sector.

Key words: indigenous coffee production, regional development, peasant organization, coffee market.

1. Autor
2. Director de tesis

ÍNDICE

LISTA DE FIGURAS	ix
LISTA DE CUADROS	x
LISTA DE SIGLAS	xi
INTRODUCCIÓN	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
JUSTIFICACIÓN	12
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
HIPÓTESIS	14
ANTECEDENTES	15
LOCALIZACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO	18
METODOLOGÍA	20
 CAPITULO I. DEL ESPACIO GEOGRÁFICO AL TERRITORIO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA ORGANIZACIÓN SAX YAXTÉ DE NAHILTÉ	 23
1.1 Actores locales: Los pequeños productores frente a la globalización	24
1.2 Territorio y espacio de los actores locales	26
1.3 Apropiación territorial e identidad de los productores de café	31
1.4 Chilón: Territorio cafetalero	41
1.4.1 Aspectos productivos	41
1.4.2 Los Sistemas de producción	47
 CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES	 52
2.1 Organización y organización social de los productores de café ...	52
2.2 Experiencia organizativa de Sax Yaxté	55
2.2.1 Integración de la organización cafetalera	55
2.2.2 Apropiación territorial a partir del cultivo de café	57
2.2.3 Localización de las comunidades que conforman la organización	58
2.3 La dinámica interna de la organización	61
2.4 Proceso de producción de café orgánico	69
2.5 Acopio y comercialización de café a nivel de organización	83
2.6 Limitantes organizativas	88

CAPITULO III. RELACIONES DE LA ORGANIZACIÓN CON LOS DEMÁS	
ACTORES	91
3.1 La relación de la organización con los agentes y actores externos	91
3.1.1 Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café	
(COMCAFÉ)	92
3.1.2 Fomento productivo al café. Secretaría de Agricultura	
Ganadería y Desarrollo Rural Pesca y Alimentación	
(SAGARPA)	98
3.1.3 Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL)	100
3.1.4 Secretaria del Campo	101
3.1.5 Presidencia Municipal de Chilón	103
3.2 Acopiadoras Transnacionales	105
3.2.1 AMSA, Agroindustrias Unidad de México	105
3.2.2 Exportadora de Cafés Tomari S.A. de C.V	108
3.2.3 Exportadora Cafés California S.A de C.V	110
3.3 Intermediarios (Coyotes)	111
3.4 Productores libres	112
3.5 Empresas Certificadoras	113
 CAPITULO IV. EL MERCADO LOCAL DE CAFÉ FRENTE A LA	
GLOBALIZACIÓN	117
4.1 Globalización de los mercados	117
4.2 Mercado y tipos de mercados de café	124
4.3 Mercado Internacional del café	127
4.4 Mercado Nacional del café	133
4.5 Mercado cafetalero del Municipio de Chilón	140
4.6 El café orgánico como estrategia de mercado	142
 CAPITULO V. LOS DESAFÍOS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE	
CAFÉ	150
5.1. Los desafíos individuales	150
5.2. Los desafíos socioeconómicos	154
5.3. Los desafíos ambientales.....	163
 CONCLUSIONES	165
BIBLIOGRAFÍA	170
ANEXOS	178

LISTA DE FIGURAS

Figura No. 1. Localización geográfica del Municipio de Chilón, Chiapas	19
Figura No. 2. Superficie cultivada por localidad de la organización Sax Yaxté	56
Figura No. 3. Ubicación geográfica de comunidades del Municipio de Chilón	58
Figura No. 4. Croquis de localización de las comunidades	59
Figura No. 5. Localidades e infraestructura para el transporte en Chilón	60
Figura No. 6. Regiones económicas del Estado de Chiapas	61
Figura No. 7. Volumen de producción de café de la organización en el periodo de 2002 al 2012	84
Figura No. 8. Producción de café orgánico de la organización Sax Yaxté.....	85
Figura No. 9. Comportamiento del precio de venta de café de la organización Sax Yaxté del año 2002 al 2012	87
Figura No. 10. Relaciones sociales de producción	114
Figura No. 11. Exportaciones mundiales de café del 2005 al 2010	129
Figura No. 12. Países con mayor consumo per cápita de café	131
Figura No. 13. Superficie cosechada y producción por Estado de 1997 a 2007	135
Figura No. 14. Regiones productoras de café en México	137
Figura No. 15. Relaciones de comercialización.. ..	148
Figura No. 16. Operaciones de compra-venta de café de los socios	154
Figura No. 17. Principales ingresos de las familias campesinas	159

LISTA DE CUADROS

Cuadro No. 1. Especies de plantas que viven en asociación con los cafetales en la región cafetalera de Chilón	49
Cuadro No. 2. Organizaciones cafetaleras de la región de Chilón	54
Cuadro No. 3. Tipología de productores de café de la organización Sax Yaxté	64
Cuadro No. 4. Instrumentos y Herramientas utilizadas en el manejo y cuidados del cultivo de café	73
Cuadro No. 5. Herramientas y utensilios utilizados en el beneficio de café Húmedo	82
Cuadro No. 6. Regiones económicas y cafetaleras del Estado de Chiapas ...	95
Cuadro No. 7. Productores y superficie registrada en el padrón cafetalero del Estado de Chiapas	96
Cuadro No. 8. Programas gestionados por la organización.....	104
Cuadro No. 9. Especificaciones físicas del “café Chiapas”	107
Cuadro No. 10. Número de productores y superficie certificada como café orgánico, de las comunidades de la organización Sax Yaxté	145
Cuadro No.11. Requisitos para obtener el certificado de calidad	145
Cuadro No. 12. Participación de los integrantes de la familia en las labores de producción de café orgánico	160

LISTA DE SIGLAS

PPC	Pequeños productores de café
CODECOA	Coordinación de Confianza Agropecuaria
CERTIMEX	Certificadora de productos y procesos ecológicos S.C
IFOAM	Federation of Organic Agriculture Movements
FLO	Fair-trade Labeling Organizations International
SCAE	Specialty Coffee Association of Europe
AMSA	Agroindustrias Unidas de México S.A de C.V.
AMECAFE	Asociación Mexicana de la cadena productiva del café.
COMCAFE	Comisión para el Fomento y el Desarrollo del Café en Chiapas
CONAPO	Consejo Nacional de Población
CONEVAL	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social
ECOSUR	El colegio de la Frontera Sur
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
IDH	Índice de Desarrollo Humano
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INEGI	Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática
PROIMSE	Programa de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Mesoamérica y el Sureste.
CNOC	Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras

INMECAFÉ	Instituto Mexicano del Café
CESMECA	Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica
ONU	Organización de las Naciones Unidas
DTR	Desarrollo Territorial Rural
OIC	Organización Internacional del Café
CMC	Consejo Mexicano del Café
SINC	Sistema Informático de la Cafeticultura Nacional
CADER	Centro de Apoyo al Desarrollo Rural
SECAM	Secretaria del Campo
TLCAN	Tratado del Libre Comercio de América del Norte
ASERCA	Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria
CIEPAC	Centro de Investigaciones Económicas y Políticas de Acción Comunitaria.
UEPC	Unidades Económicas de Producción y Comercialización
FIECH	Federación Indígena Ecológica de Chiapas
DOANE	Agencia de Estadística de Comercio Exterior
PNUD	Programa de la Naciones Unidas Para el Desarrollo
OCIA	Providing Excellence in Organic Certification

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación es identificar y analizar los factores socioeconómicos y organizativos de los productores frente al mercado del café en un contexto local y su inserción en el mercado global. El caso específico se analiza con productores campesinos indígenas de la organización cafetalera Sax Yaxté de Nahilté del municipio de Chilón Chiapas. Pese a la crisis de precios que han desalentado a los cafeticultores, el café sigue siendo el más socorrido de los cultivos dentro de los que tiene un carácter netamente comercial. Se trata igualmente de un cultivo ligado a la propiedad de la tierra de tipo minifundista generalmente en comunidades que implica directamente a los pequeños productores (Bartra, 2003:67).¹

Desde hace más de dos siglos y hasta nuestros días, el café se mantiene como una de las bebidas más populares del mundo. El grano de café es considerado como básico en la economía de los países de México, Colombia, Nicaragua, Honduras; estos países generan divisas de la exportación que hacen a países como Francia, España, Holanda, Alemania y Estado Unidos.

Para abastecer el mercado los pequeños productores de café concentran sus energías en el cuidado del cultivo buscando la calidad del grano. El proceso de comercialización involucra a actores de diferentes eslabones de la cadena productiva: productores, beneficiadores, comercializadores y consumidores.

¹ Para esta investigación los pequeños productores de café son los campesinos que tienen de ¼ a 5 hectáreas de café y que incorporan su producción al mercado (llámese, local, regional, estatal, nacional e internacional).

La producción de los pequeños productores de café se lleva a cabo en el contexto de una economía campesina. La familia campesina que en promedio se integra por 4 a 6 elementos, se involucra en las actividades de vivero, siembra, limpia, deshije, aporque, poda, entre otras. Podemos señalar que la producción de café depende fundamentalmente de la fuerza de trabajo familiar. El campesinado se compone de pequeños productores que con la ayuda de un equipo sencillo, (machete, coa, azadón, barretón), y con la fuerza del trabajo familiar producen para su propio consumo y para el cumplimiento de sus obligaciones frente al poder político y económico (Shanin 1969, citado por Ramírez Miranda 1977:132).

El pequeño productor de café inserta su producción en los mercados a través de los intermediarios locales o regionales quienes llegan a comprar a diferentes precios en las localidades. En pocas ocasiones los pequeños productores de café tienen las posibilidades de un mercado más favorable. Los productores de café del sur de México (Puebla, Veracruz, Oaxaca, Chiapas), han establecido una relación especial con el café, la cual deriva en gran medida de las peculiares características de las culturas indígenas. El ejemplo es que muchos usan tecnologías tradicionales², y aplican algunas técnicas y prácticas que minimizan los daños ecológicos a los ecosistemas. De esta forma, el café constituye un cultivo que auto-emplea una proporción muy importante la fuerza de trabajo de las familias campesinas del país. La producción de café se da

² Este sistema aprovecha integralmente el cafetal, combinando la producción de café como estrategia comercial, y la obtención y recolección de diversos productos, como estrategia de subsistencia.

básicamente en comunidades y regiones que poseen dificultades en la dotación y funcionamiento de servicios e infraestructura básica.

Frente a las adversidades, existen diversos mercados donde el pequeño productor puede comercializar su café, mercados alternativos como lo señala Dopler (2006): café comercio justo, café orgánico, otros son los cafés ecológicos, los cafés de sobra cuya definición se basa en la conservación de espacios naturales dándole la importancia de la conservación de la biodiversidad, pues funcionan como refugio para aves migratorias, para la conservación de la flora y fauna, evita la erosión de suelos y promueve la diversificación productiva y sustentable de la actividad económica (Rice 2003; Perfecto et al., 1996; Miguel y Toledo³, 1999, citado por Pérez Akaki, 2007).

En este tipo de especificación productiva, podemos señalar que México es el principal productor de café orgánico en el mundo; aportando 216 mil toneladas al año, de los cuales el 75 por ciento es producido en Chiapas, cuyo destino principal es el mercado europeo. La entidad realiza una producción de 151 mil toneladas anuales producida por más de 31 mil productores, y de esta población una tercera parte son mujeres indígenas productoras campesinas que ayudan en las labores del cultivo en el proceso productivo de café (Fomento Económico, 2011).

Según la Revista Fomento Económico en Chiapas se produce 400 mil quintales de café orgánico de primera calidad; lo que le atribuye al programa de

³ El tipo de vegetación más extendido en el área cafetalera son la selva mediana o alta subperennifolia y también se ha localizado en áreas de vegetación secundaria, conocidos como acahuales (Toledo y Moguel, 1999).

renovación de cafetales. Estadísticas gubernamentales reportan que se han establecido 70 mil 977 hectáreas con más de 32 millones de plantas de variedades mejoradas. El programa de Coordinación de Confianza Agropecuaria (CODECOA) cafetalero además de fomentar la reconversión productiva apoya a los cafetaleros con infraestructura, y capacitación en los procesos de producción y comercialización; se dice que este programa se enfoca a los pequeños productores o a los productores “más desprotegidos” (Fomento Económico, 2010).

En el año 2010, el Gobierno de Chiapas, a través de la Secretaría del Campo, reportó la certificación de 26 mil 689 hectáreas de cafetales, de un total de 43 mil 923 que no utilizan insumos químicos. Para la certificación orgánica se debe seguir un conjunto de actividades supervisadas por una empresa certificadora, que juega un papel importante en el proceso de mejora en el precio de café dentro de la cadena de comercialización. A nivel nacional existe la Certificadora de Productos y Procesos Ecológicos S.C. (CERTIMEX), cuya finalidad es contribuir con el desarrollo de la producción mediante la inspección y certificación de calidad de los procesos y productos agropecuarios, agroindustriales y forestales. En el ámbito global existen instituciones líderes en cada uno de los valores o criterios ponderados por distintos tipos de certificación, así tenemos la Internacional Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), para la certificación orgánica; mientras que para el comercio justo es la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO International) ambas con sede en Alemania. En lo que concierne a café, las agencias líderes o reguladoras son, la Smithsonian Migratory Bird Center y el

Rainforest ambas con sede en Estados Unidos, la Speciality Coffee Association of América (SCAA). La speciality Coffee Association of Europe (SCAE), Ubicada en el Reino Unido y otras iniciativas como la Utz Capeh con sede en Holanda y Comon Code en Alemania que propone normas multidimensionales para garantizar que se alcancen los objetivos económico sociales y ambientales (Utz Capeh, 2006; Comon Code 2004). Estas instituciones son enteramente privadas y el sector gubernamental no tiene injerencia en ellas. Todas operan con agentes certificadores expertos que inspeccionan *"in situ"* que se cumplan los estándares de acuerdo con la normas de certificación en donde los productores lo demanden, lo cual los hace vulnerables a corrupción entre certificados y certificadores (Giovannicci y Ponte, 2005:292, citado por Pérez Akaki 2007).

Sin embargo el proceso de certificación orgánica a nivel nacional ha contribuido al ingreso económico familiar ya que les permite acceder a un diferencial del precio del producto llegando a recibir hasta un pago de 320 dólares por quintal en comparación con el mercado convencional.

El proceso de comercialización para los pequeños productores de la organización cafetalera en estudio, se lleva acabo de la siguiente manera: primero se establece un convenio de compra-venta de su café a una de las empresas transnacionales; en este caso lo establecen con la empresa Agroindustrias Unidas de México AMSA. En este convenio se establecen las obligaciones de ambas partes. Por una parte la empresa establece que recibirá todo el café proveniente de la organización, siempre y cuando cumplan con los

tiempos y las normas de calidad establecidas por la empresa. Además menciona que les proporcionará dinero por adelantado para que los representantes de la organización se encarguen de realizar el acopio de café de todos los socios, pagándoles en efectivo en el momento de la entrega de su cosecha. En base al cumplimiento de los socios existe la posibilidad de que sean beneficiados con créditos que van de los \$500.00 a mil pesos por productor, como apoyo para levantar su cosecha. Por su parte los socios se obligan a entregar el 100% de sus cosechas a la bodega de la organización ubicada el ejido Nahilté Tercera Sección del Municipio de Chilón. Una vez acopiada cierta cantidad de café la empresa transnacional envía un vehículo para su traslado al beneficio propiedad de ésta, que se ubica en la Ciudad de Yajalón. Es así como la empresa le da un tratamiento especial al café para su exportación. En este sentido la empresa reconoce la calidad y una vez realizada la exportación, a los tres meses aproximadamente los pequeños productores reciben un remanente según el convenio establecido como reconocimiento al sello de café orgánico.

El propósito de este estudio es identificar y analizar los factores socioeconómicos y organizativos que limitan o posibilitan el acceso al mercado de café en condiciones más favorables para los campesinos indígenas, miembros de la organización Sax Yaxté de Nahilte. En esta investigación hice inicialmente una revisión bibliográfica para conocer las estrategias de comercialización a nivel local y global del mercado de café. Posteriormente realicé un estudio de campo para conocer las características fisiográficas identificando los sistemas de producción para comprender las estrategias

tecnológicas de los pequeños productores sobre en sus diferentes fases: proceso de producción, beneficio seco y húmedo de café, así como la interacción que tienen con otros actores en el proceso de comercialización de sus productos.

Mi trabajo de campo consistió en la aplicación de encuestas y realización de entrevistas abiertas para conocer como participan y se relacionan los diferentes actores en la cadena productiva; las empresas certificadoras, los intermediarios (coyotes), empresas acopiadoras, instituciones de gobierno que participan en el proceso de producción y de comercialización así como las empresas privadas. En este proceso de investigación, conocí las normas y reglamentos de cómo los pequeños productores son sujetos de crédito, asistencia técnica, y otros apoyos que contribuyen en la vida diaria, de las familias y de la propia organización empleando un análisis cualitativo y cuantitativo de la información.

Los resultados muestran la realidad de la diferentes dinámicas de los socios de la organización a nivel local, de los factores que están interviniendo en los proceso de comercialización de café, de las estrategias la apropiación de los campesinos y de sus habilidades y capacidades organizativas en este proceso. Además de presentar alternativas para que lo socios de la organización generen su propio desarrollo, y busquen los caminos que los conduzcan de manera clara a los procesos de producción, comercialización y certificación en las diferentes oportunidades de mercado. Comprender el proceso de caminos alternativos desde dos niveles el local y el global, de tal manera que pongan el conocimiento de todos los socios y sean ellos, quienes

tomen sus propias decisiones para su beneficio y así tener un mejor nivel de vida.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La organización Sax Yaxté está integrada por un total de 213 pequeños productores de café, todos están registrados dentro del padrón nacional de cafecultores, todos hablan la lengua tzeltal, su tipo de tenencia de la tierra es comunal lo que les permite realizar trabajos colectivos y ha sido una ventaja para estar organizados. Dentro de sus actividades agrícolas se encuentra principalmente la producción de café, que aporta los mayores ingresos a las familias, seguido del maíz, y frijol. Estos productores han hecho un gran esfuerzo por producir café en base a las reglas del mercado, producen café convencional y café orgánico, tienen el sello de calidad de Código de Conducta UTZ CERTIFIED⁴. Este organismo establece normas sociales y ambientales para la producción de café de manera responsable y para el manejo eficiente de la finca, también certifica el café de calidad para la exportación, como alternativa viable. Sin embargo a la fecha los productores no han logrado las ganancias que se supone deberían obtener por su producto al contar con el sello de calidad referido. Por lo que este trabajo procura buscar las causas de dicha situación y al mismo tiempo pretende hacer un análisis que permita conocer cuáles son los elementos que inciden en la toma de decisiones en el momento de vender su café que podría ser para resolver sus necesidades urgentes del momento en el que los productores venden su cosecha de café.

⁴ Más de 400.000 toneladas de café certificado procedente de 23 países productores. UTZ Certified.

Conocer cuáles son las causas que llevan a los productores a vender con los intermediarios en lugar de respetar los acuerdos tomados dentro de la organización. En estas comunidades la comercialización de café se realiza de la siguiente manera, los productores que pertenecen a la organización venden al centro de acopio de la organización. El centro de acopio es una bodega con capacidad para almacenar hasta 12,000 quintales de café pergamino. El café es ofertado por la organización a las empresas transnacionales como AMSA, Cafés California, Cafés Tomari, las cuales realizan el labelizado.⁵ Estas compañías respetan el precio acordado en los contratos de compra-venta, establecen un sistema de pago basado en el “remanente”, esta actividad consiste en que la empresa hace un pago parcial al momento de la entrega y después de tres meses se hace el pago complementario y final (anticipo-pago total). Durante el periodo de cosecha el productor se ve amenazado por una serie de necesidades y la presencia de intermediarios llamados localmente “coyotes”, los orilla a tomar la decisión de vender su producto a un precio menor que en la organización, en volúmenes que llegan a representar el 50% de su producción. El resto de su producción la entregan a la organización en espera de su pago correspondiente, lo que hace que dentro del interior de la organización. Es decir el productor diseña su estrategia de comercialización pensando en asegurar el pago total del 50% de la producción, mientras que el otro 50% de la producción la compromete a la organización quien hace solamente un pago parcial por ese 50%. Este diseño de estrategia es funcional

⁵ Consiste en el etiquetado en el término castizo pero, que en caló comercial se usa muy frecuentemente el término label. Corresponde a un signo de calidad tanto en las etapas de producción o elaboración, como en sus características finales que deben satisfacer las exigencias y gustos de los consumidores.

para los productores, no así para la organización, los pequeños productores más comprometidos con la organización no están de acuerdo porque, argumentan, que debilitan el proceso de comercialización y pierden la oportunidad de un mejor precio por ende un mayor ingreso.

También se aborda la participación de los agentes comerciales, como son el rol de la comercializadoras (Agroindustrias Unidas de México AMSA, Cafés California y Cafés Tomari) y los intermediarios llamado “coyotes”. Además es de interés descubrir el papel juegan los intermediarios en las decisiones de los productores al vender su café. Otro aspecto importante a tomar en cuenta es el rol que juegan las instituciones certificadoras para el café orgánico. En la zona en la que se ubica la organización actualmente hay dos empresas certificadoras, como son; Certimex, UTZ Certifiel, empresas que certifican el café orgánico. El proceso de certificación tarda tres años, inicialmente la organización se inscribe con la empresa certificadora, los técnicos de la empresa realiza recorridos de campo para identificar la técnicas de producción, verifican las parcelas para constatar que no se estén aplicando ningún producto químico para el desarrollo de sus plantaciones, proceden a levantar las fichas e informe correspondientes. Los organismos certificadores extienden el certificado mediante un pago de certificación correspondiente. El costo de la certificación varía de acuerdo a la certificadora. Aunque los proceso de certificación lo realizan en diferente organizaciones siempre es importante conocer como los pequeños productores se apropian de la recomendaciones que estos organismos realizan. Los pequeños productores a pesar de contar con dos sellos de calidad todavía no ven un cambio a favor de sus ingresos.

Otro factor importante en la producción y comercialización de café son las instituciones de gobierno que a través de los programas de apoyo al campo, benefician de los productores mediante créditos de apoyo a la cafecultura. Generalmente las instituciones mencionan que apoyan a los pequeños productores, sin embargo durante el acercamiento con los socios de la organización señalan que prometen estos apoyos institucionales no llegan en el momento en que se necesitan, por tal razón es importante analizar la falta de cumplimiento. Ya hemos descrito algunos factores que son parte de la cadena de acopio de café, de la comercialización y hemos señalado los actores sociales que están inmersos en esta actividad. La pregunta central de este trabajo es, ¿Cuáles son los factores socio-económicos y organizativos que posibilitan o limitan los procesos de mercado del café de la organización Sax Yaxte de Nahilté, del Municipio de Chilón Chiapas?.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad no existen datos que describan las potencialidades de la organización de pequeños productores de café inmersos en la región VI Selva o específicamente en el municipio de Chilón, Chiapas. Si bien no existe una amplia literatura que da cuenta de las dinámicas rurales en torno a la participación campesina en los mercados que utilizan proceso de certificación como el orgánico y el comercio justo (Dopler, y González, 2007). No hay investigaciones que analicen y describan de los desafíos a los cuales se enfrentan los pequeños productores de café orgánico de la organización Sax Yaxté ante el libre mercado. Algunos desafíos se crean y recrean al interior de la organización al hacer frente a las dificultades que tiene tanto en el proceso de producción como en el de comercialización de café. Aunque estos desafíos sean la de formar su propia organización para hacer frente a las grandes dificultades que tiene tanto en proceso de producción como en el de la comercialización de su café.

En esta investigación interesa describir las desventajas en que se encuentran los productores de la cooperativa Sax Yaxté del municipio de Chilón, debido a la poca intervención del Estado y a una serie de requisitos y normas que bloquean el proceso de comercialización, como es el caso de la presencia de intermediarios y empresas transnacionales que en lugar de beneficiar a los campesinos deterioran sus condiciones de vida.

No existen estudios recientes sobre la condición de los mercados por lo que se requiere su comprensión en el análisis desde diferentes niveles: a nivel local; identificar las fuerzas y debilidades de las propias comunidades y poder estudiar las condiciones reales de cómo aprovechar mejor sus recursos y capacidades endógenas. Estudios que permitan identificar qué componentes de las comunidades los hace más competitivos, así como las carencias en las áreas sobre los recursos en los que los hace menos competitivos. En el análisis externo interesa detectar las oportunidades del mercado global que dé cuenta de las tendencias que suponen amenazas por perjudicar la posición en el mercado. Especialmente estudiar las estrategias de cómo hacer frente la serie de normas y requisitos para la producción y certificación en los diferentes nichos de mercado, así como la estructura del mercado nacional e internacional y sus reglas de operación. Otro aspecto fundamental del estudio buscará aportar conocimiento de la demanda en el mercado y su previsible evolución a futuro de los pequeños productores de esta región y en la promoción esta actividad desde lo local, para posicionarse en la red del mercado global del café.

De los resultados de este estudio, se pretende proponer alternativas que mejoren el proceso de comercialización desde el nivel local hasta el nivel micro-regional; asimismo que favorezcan a la organización en su accionar interno, la calidad del producto, la presencia de los intermediarios, las empresas comercializadoras, las instituciones certificadoras entre otras. Además, que estas propuestas mejoren los procesos desde lo local, así como propuestas que se entrelacen en el esquema de la comercialización internacional; es decir,

cumplir con las normas de exportación y ser reconocidos a nivel mundial como productores de café de calidad.

OBJETIVO GENERAL.

Identificar y analizar las dinámicas y estrategias organizativas y económicas que limitan o favorecen la inserción de los productores indígenas de la organización Sax Yaxté, del Municipio de Chilón, Chiapas al mercado del café.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 1.- Describir a la organización de Sax Yaxte del municipio de Chilón y caracterizar a sus integrantes.
2. Identificar los problemas y perspectivas sociales, económicas y organizativas que tienen los socios de la organización Sax Yaxté de Nahilté.
3. Identificar a los actores y las dinámicas en los procesos de comercialización
- 4.- Analizar los desafíos que tienen los productores de café.

HIPOTESIS.

Las demandas del mercado de café orgánico o alternativo se han incrementado en los últimos años como consecuencia de los consumidores que exigen al mercado productos de mayor calidad e inocuos. Los pequeños productores de café se enfrentan a estas demandas con carencias socioeconómicas y organizativas. De seguir estas tendencias por un largo plazo, continuarán siendo proveedores de los intermediarios.

ANTECEDENTES.

Con relación al mercado del café podemos destacar los estudios realizados por la Confederación Mexicana del Café, (1998), señala que de las 740,000 hectáreas destinadas a la producción del grano en los doce estados cafetaleros de la República Mexicana. En cuanto a la calidad del café, Aguirre, (1999), menciona que en el ámbito internacional se diferencian cuatro calidades básicas de café, que de acuerdo a su lugar de origen, son los siguientes: *suaves colombianos*, cultivados en Colombia, Kenia y Tanzania; *otros suaves*, que crecen en Centroamérica, México, India, Zaire, etcétera; *arábigos no lavados*, que provienen principalmente de Brasil, Etiopía, Bolivia; y *robustas*, de Angola, Vietnam y Nigeria, entre otros. Bartra A.(1996), dice que atados al yugo de una "economía de enclave", quizá desde antes de la conquista y cuando menos desde fines del siglo XIX, Chiapas y los chiapanecos han sido saqueados por sucesivos sistemas imperiales; desde la sumisión tributaria a los aztecas hasta el moderno colonialismo interno.

Pérez Grobas, (1997), menciona que a pesar de que el café como cultivo y producto están estrechamente ligado al mercado y que los pequeños productores han sufrido de manera importante los efectos de la liberalización del mercado y de la concentración del capital, se han venido impulsando y desarrollando una serie de acciones alternativas para poder sobrevivir a las nuevas condiciones, e incluso poder seguir aprovechando a la producción

cafetalera como motor de desarrollo comunitario y regional. Villafuerte (2005) menciona que los precios pagados al productor dependen en gran medida del grado de procesamiento que éste último le haya dado al aromático. Esto demuestra que dicha dinámica refuerza la actual situación de pobreza en la que viven numerosos cafecultores mexicanos, lo que junto con otros factores, les impide obtener mayores beneficios y por ende, la compra de la maquinaria y las herramientas que necesitan; esto deja, en el otro extremo, la mayor parte de las ganancias para las grandes empresas.

La falta de créditos afecta también a la planta agroindustrial, en particular a la del sector social, pues los recursos para acopio y comercialización que ha recibido de estos programas no han tenido ni la cuantía, ni la oportunidad necesaria para consolidar las empresas. Así, no será raro que se presente en las zonas cafetaleras la situación paradójica de que se tienen buenas perspectivas de precio, pero no se podrán aprovechar al 100% porque la producción es muy baja y no se cuenta con los recursos para incrementarla (Santoyo, 2008).

En el contexto internacional Klass, (2005), menciona que en el mercado del café en Argentina, el volumen de producción de café con respecto a las cantidades de granos importados en el 2004, fue de alrededor de 48 millones de dólares, que se distribuyen en granos verdes, café elaborado y cafés solubles. Un tercio de este volumen es comercializado en el mercado institucional (bares, restaurantes, cafés. Según datos de Agrobanco, (2007), Perú participa en el mercado mundial del café con el 3% de la producción,

siendo su cultivo de suma importancia en la economía nacional. Es el principal producto de agro exportación, generador de divisas y fuente de empleo, aproximadamente 24 millones de jornales anuales se emplean en la producción y beneficio del café.

Ante los procesos de globalización del mercado, el productor de café, se ha visto en la necesidad de buscar otras estrategias de reproducción, como lo es el caso de emplearse como asalariado, albañil, peón, chofer, estrategia que le ha permitido mantenerse en el escenario productivo rural, excluyentes de la propuesta neoliberal.

Estos autores abordan el problema desde una perspectiva de producción y colocación del producto en el mercado, pero no existen datos que precisen la problemática desde el punto de vista de los factores que estén limitando o posibilitando el mercado del café, es decir como participan los actores sociales en la producción, las empresas privadas y los intermediarios en el acopio y comercialización del café, y no mencionan los desafíos en que se encuentran los pequeños productores de café ante la globalización.

Por ello, la presente investigación se centra en las limitantes y oportunidades de mercado que tienen los pequeños productores en el contexto neoliberal.

LOCALIZACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO.

Se encuentra ubicado en el municipio de Chilón, entre los límites de las Montañas de Oriente del estado de Chiapas.. Se sitúa a una altitud promedio de 880 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con los municipios de Tumbalá, Yajalón, Tila, Salto de Agua y Palenque, al este y al sur con el municipio de Ocosingo, al oeste con Sitalá, San Juan Cancúc, Pantelhó y Simojovel de Allende. Su extensión territorial es de 2,490.00 km², lo que representa el 12.58 % de la superficie de la región Selva y el 3.29 % de la superficie Estatal (INEGI, 2010).

Dentro del municipio se encuentra ubicadas las comunidades Nahlté Tercera Sesión, Pathelná, Pathuitz, Ya'altzemen, Cacateel, Masanilha, Yulumnax, San José, Muquenal, que conforman la organización de productores Sax Yaxté de Nahilté, teniendo como sede el ejido Nahilté Tercera Sección, son un total de 213 pequeños productores de café, todos están registrados dentro del padrón nacional de cafecultores, y 22 comunidades más que se benefician indirectamente, todos son indígenas tzeltales. Su tipo de tenencia de la tierra es comunal que les permite realizar trabajos colectivos lo que ha sido una ventaja para estar organizados.

El mapa general de la República Mexicana señala que el municipio de Chilón se localiza entre las coordenadas geográficas latitud norte 17° 07' del trópico de

cáncer y entre longitud oeste 92° 17' del meridiano de Greenwich. Los datos que arrojaron el conteo de población que el realizó el INEGI en el 2010, el número total de población que habita en el municipio de Chilón es de 111,545. El nombre del municipio "Chilón" quiere decir "tierra de pitas".

Figura No. 1. Localización Geográfica del Municipio de Chilón, Chiapas.



Fuente. INEGI 2010.

METODOLOGÍA

Se realizó una recopilación y revisión bibliográfica relacionados con el tema de investigación, mediante la consulta de libros, revistas, publicaciones, internet.

Se realizó la revisión de información disponible en el área de estudio relacionada con el tema, mediante la consulta en los diagnósticos municipales, la presidencia municipal de Chilón, INEGI, COMCAFÉ, Agencias de servicios profesionales, Centro de investigación como Proimmse, Ecosur, Cesmeca, Chapingo y Chapingo con sede en Chiapas.

Se definieron las comunidades y el número de productores a entrevistar teniendo un universo de 213 productores que son socios de la organización, de estos se encuestaron a 52 productores que representan el 25% de la población total de productores de las 8 comunidades que conforman la organización Sax Yaxté de Nahilté. La escala de análisis fue la organización social en un contexto de mercado global. En este sentido se realizó la revisión de información disponible en el área de estudio relacionada con la producción y comercialización de café.

La investigación en campo fue centrada en la obtención de información primaria a través de métodos de observación participante y entrevistas abiertas en un primer momento y entrevistas estructuradas de forma participativa en un segundo momento del estudio.

El trabajo de campo permitió interactuar de forma directa con los productores de las comunidades, visitarlos en sus parcelas, analizar la situación de los cafetales y conversar con la directiva en las instalaciones de la organización. Se vio siempre al productor como un sujeto de estudio, sin olvidar que dentro de sus actividades también hay necesidades y oportunidades de desarrollo. El objeto de estudio fue analizar el proceso que los pequeños productores de café desencadenan en los cafetales, en la producción, acopio y venta de productos en el mercado.

La información se sistematizó en una base de datos que sirvió para organizar la información recabada, tanto de la observación participante como en las entrevistas. Una etapa importante en la investigación fue el análisis de los datos, la redacción y elaboración del documento como resultado de la investigación.

Estudiar la cafecultura como proceso social implicó un análisis cualitativo sobre todo para identificar los desafíos sociales, económicos y de mercado. El análisis consistió en una entrevista abierta con cada productor, que permitió conocer de cerca, los conocimientos que los productores tienen de la actividad cafetalera. Conocer sus necesidades y como ellos han solucionado sus problemas, a pesar de carecer de apoyos importantes en la producción, escasez de crédito para la adquisición de insumos, la falta de infraestructura para despulpar y secar el café. Durante el trabajo de campo se identificaron problemas en la comercialización principalmente basados en la falta de apoyo económico para realizar la cosecha, la falta de transporte para sacar su

producto a la venta, la falta de conocimientos para encontrar una mejor alternativa de venta; problemas que son las causas que el pequeño productor caiga en manos de los intermediarios. Los intermediarios no reconocen la calidad y el precio justo de café que ofrecen los pequeños productores, este juego voraz de los intermediarios pone en serios problemas al productor. También me permitió conocer los compromisos que ellos tienen con su familia, con su comunidad y con sus propias tradiciones. Me permitió conocer sus estrategias de vida para resolver sus grandes desafíos, tanto en el contexto de la producción de café como en su diario vivir. Los socio que integran la organización cafetalera, se ubican en comunidades de alta marginación, han estado y seguirán desafiando los grandes retos que les depara esta situación, siempre con la esperanza de que un día no muy lejano logren vivir bien, y tener una alimentación segura para la familia. Además de conocer sus puntos de vista y sus propuestas para que funcione mejor su organización, que los lleven a mejorar sus condiciones de producción y comercialización.

También se aplicaron entrevistas abierta a los gerentes de las diferentes empresas transnacionales, (AMSA, Cafés Tomari, Cafes California), para conocer su opinión con respecto al mercado del café, de cómo ven al pequeño productor, cuáles son sus propuestas para beneficiar a los pequeños productores, y sus compromisos para con la sociedad.

CAPITULO I. DEL ESPACIO GEOGRÁFICO AL TERRITORIO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA ORGANIZACIÓN SAX YAXTÉ DE NAHILTE.

En este capítulo intento describir las características del territorio ocupado por los pequeños productores de café de la organización Sax Yaxte de Nahilté del Municipio de Chilón Chiapas. Para ello, realizo inicialmente una revisión de las teorías de espacio y territorio que pueden aportar las bases para conocer más de cerca los problemas y las potencialidades que tienen como grupo social de producción. El territorio tiene cada día mayor importancia, tanto en su componente físico como en su dimensión sociocultural. También agrego a este, una descripción del espacio geográfico como resultado de un trabajo de campo, empleando herramientas como son: la aplicación de un levantamiento fisiográfico, mismo que aporta gran cantidad de información que me permite conocer los sistemas de producción de café la cual, se caracteriza por el aprovechamiento integral de los recursos.

El territorio está definido como resultado de la apropiación social del espacio (Kandel, 2005). La identidad territorial es entendida por la forma de cómo la población se identifica con el territorio, sus características y recursos. El territorio es considerado como una superficie apropiada por un grupo social con el objetivo de asegurar su reproducción y satisfacción de necesidades vitales, y por ende, un grupo social no puede existir sin territorio. Se considera al espacio,

como producción social sobre la base de localizaciones; y al territorio como construcción social en base a actores (Giménez, 1996 y Mazurek 2006).

1.1. Actores locales: Los pequeños productores frente a la globalización

Los campesinos se le consideran los principales protagonistas del medio rural y se estima que surgieron desde hace seis mil años (Redfiel, 1956). Por su parte Bartra (1979), señala al respecto que los campesinos son una enorme masa de pequeños productores explotados y semi- arruinados con tierras casi exclusivamente de temporal y con escasos medios de producción. Señala además que el sector agrario se caracteriza por la existencia de un sector minoritario de agricultores capitalistas con enorme mayoría de tierras de riego, la mayor parte de los medios de producción agrícola y un abastecimiento de mano de obra barata y temporal. Este sector produce para la explotación o para el mercado interno con ventajas de costos. Junto a ellos hay un sector de capitalistas agro- comerciales y agroindustriales que controlan miles de pequeños agricultores refaccionando, comprando y procesando su producción.

El pequeño productor emerge como categoría en un discurso que los asocia a los afectados por la globalización económica vigente. Este proceso es calificado como negativo para las poblaciones rurales que vivían con dignidad en una etapa anterior y que ahora están desapareciendo por la falta de oportunidades para producir y comercializar sus productos (Bartra et al, 2003).

Los procesos globalizadores incluyen una segregación, separación y marginación social progresiva (Bauman, 2006). Más de 300 millones de personas forman alrededor de 5000 poblaciones indígenas en 70 países del mundo y han estado sometidas a la opresión, exclusión de los procesos de toma de decisiones, marginación, explotación, asimilación forzosa y represión cuando tratan de pugnar por sus derechos (ONU, 2012).

Con el enfoque neoliberal de desarrollo rural se incluyó un marco y reglas aplicables por igual a todos los sectores económicos (Key, 2007), así marginación social y marco regulatorio se conjugan incorporando a las dinámicas económicas a los pequeños productores. De acuerdo con Jaller (2010), los pequeños productores son: “los proveedores principales de largas y complejas cadenas de valor que comercializan productos frescos y procesados a los consumidores; pero, para lograrlo, enfrentan una serie de dificultades cuya solución definitiva no está a su alcance y dependen excesivamente de terceros actores de la cadena, como son los proveedores de insumos, los transportadores y los intermediarios. De esta manera, el acceso a los mercados es demasiado complejo para muchos pequeños productores, que generalmente permanecen en la periferia de los cambios del sector y quedan en desventaja frente a los productores más grandes” (Jaller, 2010:3).

Otras desventajas para este sector de la población es que según la ONU, casi un sexto de la población mundial es analfabeta y más de 1,000 millones no

dispongan de agua potable. En todo el mundo existen más de 140 millones de desempleados y alrededor de 750 millones están subempleados (ONU, 2012).

1.2 Territorio y espacio de los actores locales.

El territorio se basa en el proceso de apropiación y la construcción de una identidad, como algo que se integra como parte de si mismo, una forma objetivizada y consciente del espacio (Mazurek, 2006). Menciona que las características para el estudio del territorio se basan de un proceso de apropiación, construcción de una identidad a su alrededor; es localizado, sus características naturales son específicas; es producto de la actividad humana ya que existen procesos de manejo y de transformación del espacio apropiado por parte del hombre. El territorio es dinámico porque cada territorio tiene una historia y la construcción depende en gran parte de su configuración. Dentro de su configuración existen indicadores importantes como son: el hábitat y los modos de vida, así como el manejo, la apropiación y de la aptitud de los actores.

En este sentido, los procesos de concientización y dominación de un espacio en un territorio determinado, hacen que se promueva el espacio de desarrollo (Mazurek, 2006). Por consiguiente, la explotación de los recursos y el intercambio dependen de las capacidades de los actores. Estos actores desarrollan cadenas productivas a través del acceso al lugar de trabajo, flujos bancarios, la venta de sus productos desde lo local hasta lo global Echeverri (2009). Es decir, entrelazan estos dos mundos de vida (al interior y al exterior de las comunidades). El territorio expresa un proceso de concientización y de dominación de un espacio determinado. La explotación del territorio depende de la apropiación territorial (modo de producción) y de las capacidades del

territorio: intercambiar, intentar nivelar la diferenciación espacial. A su vez la diferenciación puede ser interna al territorio (acceder al lugar de trabajo, encaminar los productos a su lugar de venta, etc.), o externa al territorio (cadenas productivas, flujos bancarios, entre otros).

El espacio se caracteriza por un sistema de localización y el territorio se caracteriza por un sistema de actores (Brunet, 2001; Taylor, 2001; Mazurek, 2001). La sociedad deja huellas de sus acciones, o signos de apropiación de un espacio que se traducen en un paisaje, el paisaje es una apariencia, una representación, un sinónimo de la percepción de las acciones del hombre sobre el territorio.

Por su parte (Jiménez, 1996), menciona que el territorio es el espacio apropiado y valorizado por los grupos humanos, mediante la representación del trabajo y la producción.

Los tres ingredientes de un territorio son: la apropiación del espacio, el poder y la frontera (Giménez, 2002). El territorio es considerado como: zona de refugio, medio de subsistencia, fuente de recursos, como área geopolítica, estratégica, que se caracteriza por un paisaje natural, entorno ecológico, tierra natal, pasado histórico, y memoria colectiva (Mazurek, 2008). Para Giménez la cultura está condicionada por factores económicos, políticos y demográficos de cada sociedad y la identidad es el lado objetivo de la cultura (Giménez, 2002).

Todo actor individual o colectivo se comporta en función de una identidad cultural (Giménez, 2010). Igualmente, precisa que la cultura influya sobre el desarrollo social y económico de una región, la identidad es una mediación importante en el desarrollo regional, sin identidad no hay autonomía y sin

autonomía no puede haber participación de la población en el desarrollo de su región. El desarrollo de una región depende de sus habitantes, y de la habilidad éstos para estimular iniciativas locales, generar nuevas empresas y llevar a cabo una innovación territorial (Delgadillo y Torres 2009).

El lugar es la unidad básica de la geografía, “el átomo del espacio geográfico” (Brunet, 2001). El espacio geográfico es un tejido de localizaciones, tiene una estructura por la organización de las localidades y es un sistema porque existen relaciones entre las localidades Santos (1996, 2000).

“Cada localización es, pues, un momento del inmenso movimiento del Mundo aprehendido en un punto geográfico, un lugar. Por eso mismo gracias al movimiento social, cada lugar esté siempre cambiando de significado: en cada instante las fracciones de la sociedad que incorpora no son las mismas” (Santos, 1986, 1996, 2000).

Así, el lugar es una porción concreta de la superficie terrestre que puede ser considerada, a una escala determinada, en su conjunto, en cada uno de sus lugares, en sus relaciones internas y en sus relaciones externas con los demás espacios (Mazurek, (2006). El espacio geográfico se compone de una multitud, de una infinidad de lugares. Éstos se definen por su posición y su forma en una escala determinada. La posición es única; la latitud, la longitud y la altitud y, no se modifica por el cambio de escala Masurek, (2006). La forma se define gracias a los tres elementos básicos en geografía: el punto, la línea y la superficie. Por su parte, Santos (1986; 1996; 2000), explica que el objeto geográfico tiene autonomía de existencia, que proviene de su materialidad, pero no tiene autonomía de significado.

Los elementos anteriores, acotan la aproximación que hacemos en el objeto de estudio de esta tesis: la cafeticultura como estrategia de desarrollo, rebasando su enfoque tecnológico. Al identificar los factores que posibilitan la producción de café podemos mencionar que existen factores inmodificables de la producción que teóricamente serían los medios de producción o materialidad según Santos (1986:200), en conjunto forman un agrosistema, unidad conceptual que Turrent, acota como el cultivo en el que los factores de diagnóstico (inmodificables), fluctúan dentro de un ámbito establecido por conveniencia (Laird, 1977, citado por Turrent, 1978:51).

Una corriente del pensamiento alimentada por economistas y filósofos neoliberales (Friedman, (1976), Samuelson, (1985), Rangel, (1986), Pazos (1990), plantean que la globalización socioeconómica ha acarreado la desterritorialización de los procesos económicos, sociales y culturales. Badie (1995), plantea “el fin del territorio”, en razón de la emergencia de una economía mundial, que se presta cada vez menos a los procesos de regulación estatal y nacional. Todo desarrollo de la mundialización descansa en los nudos urbanos que son la piedra angular de las regiones. Por lo tanto, los territorios interiores (local, regional y nacional) siguen en plena vigencia con sus lógicas diferenciadas y específicas, bajo el manto de la globalización, transformados en la modernidad. Según Giménez (2001), hay dos lecciones que debemos aprender de los teóricos neoliberales: (a) no todo es territorio y este no constituye la única expresión de las sociedades, y (b) los territorios se transforman y evolucionan incesantemente en razón de la mundialización geopolítica y geo-económica pero, esto no significa su extinción. Los territorios

siguen siendo espacios estratégicos y soportes privilegiados de la actividad simbólica y de las expresiones culturales, económicas y políticas, pese a la presión de la globalización (Giménez, 2006; Long 2007). Lo original del espacio geográfico (a diferencia del espacio social, económico, jurídico u otros) es la realidad de los lugares diferenciados como un conjunto de relaciones e interacciones con reglas propias, determinadas por la extensión, el espaciamiento, la distancia, la gravedad, etc.; ellas mismas, relativas a la sociedad que lo construye (Brunet, 2001). La definición de la naturaleza del espacio estará, entonces, basada en la determinación de la identidad de los lugares y de la relatividad de su situación en el mundo, la localización, el espacio social que juegan un papel importante en la interacción de los habitantes de las comunidades donde se localiza la organización cafetalera.

Otro eje de aproximación al territorio puede basarse en el concepto de espacio social. Para la teoría sociológica de Pierre Bourdieu, (2004), el espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras (v.g., autoridad / súbdito; jefe / subordinado; patrón / empleado; hombre / mujer; rico / pobre; distinguido / popular; etc.).

En este sentido es conveniente recalcar la función de la organización como estrategia para la interacción entre las comunidades con el objetivo de aprovechar los recursos y promover estrategias de desarrollo. Para ello, la organización desde su accionar interno presenta una estructura de acuerdo al grado de jerarquía y funciones, ubicados en el mismo espacio social. Para Bourdieu (2004), el espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen con relación a la autoridad, súbdito, subordinado, patrón. El territorio y

el espacio social depende de las habilidades de los actores sociales para conducirse en situaciones determinadas de tal forma que juntos construyen un territorio y para promover su desarrollo necesitan configurar su estructura social interna para ganar una posición en un espacio social más amplio.

1.3 Apropiación territorial de los productores de café.

La idea de apropiación contenida en buen número de definiciones del territorio remite no sólo a los dominios decisorios y organizacionales, sino también a la fuerza de las representaciones sociales (Elissalde B., 2007). Lefebvre (1974), consideraba a la apropiación como la transformación de un espacio natural con el objeto de satisfacer las necesidades y las posibilidades de un grupo. Esta idea es utilizada frecuentemente en antropología para caracterizar la acción de las poblaciones con vistas a garantizar el acceso, el control y el uso de los recursos contenidos en una porción de espacio (Godelier, 1984). De esta definición se desprende una concepción del territorio asimilable al resultado de un proceso de producción que incluye no sólo estrategias de organización, sino también de dominación y de exclusión.

La apropiación del territorio por parte de los actores sociales permite dar cuenta de la forma en que se estructuran las relaciones, el marco de las prácticas sociales internas, las relaciones entre individuos, y de las relaciones entre los actores sociales y sus medios de producción. La apropiación puede ser simbólica, material y concreta (Godelier, 1984; Márquez, 2002).

Otro eje de aproximación para entender el territorio es la identidad. Primeramente, habrá que decir que la identidad no existe por sí sola, sino se

construye e interioriza a partir del territorio. En esta tesis, se utiliza la identidad territorial para explicar ese “apego” de los productores a su café, a su manera de cultivar, a la manera de relacionarse para construir opciones organizativas. Gilberto Giménez, (1999), en su ensayo titulado Territorio, Cultura e Identidades, nos dice que la región sociocultural; nos lleva a una afirmación dialéctica del conflicto que padecemos, y que encaja perfectamente en lo que ha sido, es y será la lucha de la comunidades en defensa de sus propios intereses. En conclusión: los territorios interiores, considerados en diferentes escalas (v.g., lo local, lo regional, lo nacional, etc.), siguen en plena vigencia, con sus lógicas diferenciadas y específicas, bajo el manto de la globalización, aunque debe reconocerse que se encuentran sobre determinados por ésta y, consecuentemente, han sido profundamente transformados en la modernidad. Manuel Castell afirma que “las sociedades locales, deben preservar sus identidades y fundamentar sus raíces históricas a pesar de las dependencias económicas y funcionales de un espacio en movimiento”. La construcción simbólica de los lugares, la preservación de los símbolos de reconocimiento, la expresión de la memoria colectiva en las prácticas de comunicación, son todos los medios fundamentales a través de los cuales las comunidades siguen posibilitando lugares de identidad.

Los territorios rurales se definen como espacios geográficos cuya cohesión deriva de un tejido social específico, de una base de recursos naturales en particular, de instituciones y formas de organización propias y de determinadas formas de producción, intercambio y distribución del ingreso que les dan

especificidad regional. En esta concepción el territorio, sirven como elemento integrador de agentes, mercados y políticas públicas, al mismo tiempo de ser el objetivo del desarrollo económico (Delgadillo y Torres, 2009).

Para hablar de estrategias de desarrollo es conveniente dar un bosquejo de los conceptos de desarrollo, y la relación con otros conceptos, desde diferentes enfoques como; el desarrollo, económico, social, agrícola, sustentable, así como el desarrollo humano basada de las diferentes teorías. Según el diccionario de la Real Academia de la lengua española por desarrollo debe entenderse la acción y efecto de desarrollar y desarrollarse. Y por desarrollar se entiende el aumentar, perfeccionar y mejorar algo o alguien. En tal sentido el concepto engloba una dimensión cuantitativa (aumentar) y una cualitativa (perfeccionar).

Constituye un concepto con múltiples aristas y puede ser caracterizado como un modelo, una política, un objetivo, un proceso, un resultado o meta. Con frecuencia el concepto de desarrollo ha sido usado por los gobiernos y líderes políticos para señalar una “meta” de perfeccionamiento de la acción social en general. Sunkel (2005), refiriéndose al desarrollo, escribe que:

“...se trata de un concepto amplio y complejo, con numerosas y sutiles implicaciones, que sería ingenuo y peligroso tratar de encajar en el “zapato chino” de una definición precisa y rigurosa...” (1976:22).

Agrega no obstante que la idea de desarrollo se centra en el proceso permanente y acumulativo de cambio y transformación de la estructura económica y social.

En ciencias sociales el concepto de desarrollo por lo general se ha empleado como proceso global de transformación de una realidad históricamente determinada (Sunkel, 2005), involucra de manera intencionada el incremento sostenible de las capacidades productivas, el aumento y la mejor distribución de la riqueza, la atención a las necesidades básicas de la población y la abundancia de opciones y capacidades de las personas para desenvolverse en su vida. Para el economista Celso Furtado (1970), la idea de desarrollo posee por lo menos tres dimensiones: 1.- el incremento de la eficacia del sistema social de producción; 2.- la de la satisfacción de necesidades elementales de la población, y 3. la de consecución de objetivos a los que aspiran grupos dominantes de una sociedad y que compiten en la utilización de recursos escasos.

Arturo León y Margarita Flores (1991), conciben al desarrollo como un proceso que registra avances y retrocesos desde la perspectiva del sujeto y de ninguna manera constituye un acto o serie de pasos ascendentes preestablecidos, así mismo para ellos el desarrollo, es la transformación que resulta de la lucha social. Por otro lado, el desarrollo está acompañando de otros aspectos como lo mencionan, Manfred Max-Neef, et al, (1994), que el desarrollo a escala humana se refiere a las personas y no a los objetos y que la calidad de vida dependerá de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales.

Desde el foque del territorio Robert Chambers (1989), presenta novedosos juicios desde el punto de investigación de una nueva integración del desarrollo,

del medio ambiente y de la población a través de la aproximación territorial.

Según Peemans:

"El desarrollo es visto como ligado intrínsecamente a la capacidad de consolidar los lazos sociales al interior de colectividades que tienen una base territorial definida. Está relacionado también a la capacidad de las poblaciones de administrar su ambiente natural de una manera viable, a través de la construcción de un cuadro institucional apropiado y de una identidad cultural que tiene su base material en la construcción misma del territorio dado. El desarrollo rural que se define como un proceso de transformación de los niveles de vida y bienestar de la población rural, de mejoramiento de los índices de seguridad laboral, y de aumento de la capacidad productiva de las organizaciones campesinas; resultante del allanamiento de obstáculos estructurales que impiden la plena utilización de los recursos y la movilización del esfuerzo interno hacia el objetivo estratégico de conformar una nueva estructura social y de organización rural (Sevilla Guzmán 2004). Sin embargo para Arturo León y Margarita Flores (1999), mencionan que para exista un desarrollo es necesario que los campesinos conozcan su realidad histórica y regional y que haya democracia en la toma de decisiones y que se constituyan sujetos históricos para la transformación de la realidad. Otra forma de visualizar el desarrollo se retoma de Alexander Shejtman y Julio Berdegué (2003), quienes definen al Desarrollo Territorial Rural (DTR) como "un proceso de transformación productiva e institucional desde un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural".

Alain de Janvry y Elisabeth Sadoulet (2004) definen el enfoque territorial del desarrollo rural como aquel cuya finalidad es: (1) proyectar a su máximo potencial el valor agregado de los recursos locales subutilizados, 2) integrar las actividades rurales y urbanas en una sola dimensión territorial, centrada en proyectos económicos regionales y 3) incorporar a la población rural pobre a las oportunidades de empleo e inversión generadas por el crecimiento local. Otro concepto importante es Desarrollo Social que es concebido como el mejoramiento total del hombre, no solo en el aspecto económico, sino en todos los aspectos que lo habiliten para participar eficientemente en los procesos dinámicos de la sociedad en que vive. El Desarrollo Agrícola es el incremento en la producción y productividad agropecuaria de una región o de un país, generado por un proceso de cambios sostenidos en las actitudes, conocimientos y destrezas de los agricultores y de todas las personas que lo integran, pero sobre todo el desarrollo humano en el que la persona es el medio y el fin del desarrollo, actor y beneficiario del proceso. Bajo esta perspectiva el crecimiento económico es una condición importante para el Desarrollo Humano, la condición es que genere oportunidades iguales para todos y que existan los mecanismos institucionales a través de la acción del Estado, para lograr las igualaciones y las libertades que hacen el desarrollo (Gonzales de Olarte, 2003).

Existe una amplia gama de conceptos y diferentes enfoques de desarrollo, algunos autores pertenecen a las diversas posiciones y expresiones políticas, económicas, sociales y expresan propuestas y alternativas de desarrollo que no siempre son fáciles de relacionar con sus posturas ideológicas. De allí que

resulte sumamente complicado tener una visión de conjunto que permita posicionarse frente a ese abanico de interpretaciones sin embargo para poder dar una explicación más amplia del trabajo de investigaciones, abordamos el concepto de desarrollo comunitario, que tiene que ver con la participación activada de los campesinos, que envuelve a las expectativas de la organización cafetalera y que le da sentido para promover el desarrollo de las comunidades.

El desarrollo local y comunitario es el que fortalece la comprensión de esta investigación, ya que se trata de comunidades indígenas organizadas que buscan encontrar alternativas de desarrollo de corto y mediano plazo, en un espacio de múltiples actividades y contrastes en el mercado del café desde lo local hasta lo global; porque hacen referencia al desarrollo endógeno y descentralizado, porque es compatible con la diversidad, flexibilidad y participación activada de la sociedad en la toma de decisiones e iniciativas. El enfoque de desarrollo local da prioridad al uso adecuado de los recursos locales (humanos, naturales, técnicos, financieros etc.), y tienen como objetivo alcanzar el desarrollo humano sostenible antes que el crecimiento económico. Tiene como estrategia integrar todos los recursos disponibles para mejorar la calidad de vida de la población de un territorio.

¿Porqué comunitario?; porque se basa del tejido social y de las dinámicas comunitarias que existen en los núcleos territoriales para poner en práctica las iniciativas o políticas de intervención y podemos señalar: la educación, la cultura, atención social, salud, y por otra parte tiene la capacidad de calificar sus propios procesos, su necesidades sus carencias.

“Lo local, lo pequeño, la comunidad, el territorio específico, facilitan la relación constante y abierta entre las diferentes políticas que pueden permitir el desarrollo sostenible y la incorporación de la población y de su territorio a los procesos de desarrollo en la lucha permanente contra la exclusión” (Rebolledo y Pindado 1999).

Desde hace tiempo, el campesino ha tomado la iniciativa de hacer uso de la colectividad en sus actividades productivas, principalmente en la gestión de recursos económicos para la producción y la comercialización de sus productos. Para Durheim “la colectividad tiene la función de intervenir de manera activa y positiva en la formación de toda regla, es el árbitro natural para solucionar conflicto de intereses”. Desde el punto de vista de Melucci “la acción colectiva es producto de un sistema de acción formado por tres vectores fundamentales; a) las metas de la acción; b) los medios utilizados y c) el medio ambiente donde tiene lugar la acción”. (Melucci 1989). Aunque Melucci para explicar la colectividad le da mayor peso la identidad colectiva, ésta es útil para entender la problemática desde adentro de las organizaciones.

Internamente los campesinos mantienen una dinámica en su estructura organizativa que les permite tomar decisiones en base a la participación activa de sus integrantes. De acuerdo con Luna (2000:41), el campesinado ha tenido entre sus principales causas que lo han obligado a organizarse: la lucha por la tierra, los espacios productivos, la autonomía de sus comunidades; y entre sus interlocutores se encuentran el gobierno principalmente, además de terratenientes y empresarios.

“El término organización es utilizado para referirse a entidades y actividades, por tanto, tiene dos significados: el primero, se refiere a un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no; y el segundo: se refiere al resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera que se logren los fines propuestos”. (Promonegocios. ,2007).

Es importante conocer las estructuras organizacionales de las comunidades para entenderé las diferentes dinámicas que establecen como mecanismo que acción a establecer metas y objetivos y como alcanzarlos.

“Se entiende por organización social a toda aquella agrupación de personas que se establece a partir de elementos compartidos, ideas en común, formas similares de ver al mundo”.

Según Parsons (1966), las organizaciones son unidades sociales (o agrupaciones humanas), construidas en forma deliberada o reconstruidas para alcanzar fines específicos.

En cuanto a la comercialización de sus productos de manera colectiva buscan los mercados más importantes para tener un mejor precio y obtener mayores ingresos, que pueden ser desde los mercados locales, regionales, estatales e internacionales. Según el diccionario de Marketing (1999), define la comercialización como: "Proceso por el cual los productos pasan de los centros

de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas.

"Es Un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes." (Kotler, 1995).

El mercado en sentido económico, se entiende como el conjunto de las demandas y ofertas respecto a las mercancías. Es el comercio el que hace que el producto se convierta en mercancía, en parte creándole un mercado y en parte introduciendo nuevos equivalentes de mercancías y haciendo fluir en la producción nuevas materias primas y materias auxiliares; en este proceso se abren ramas de producción basadas en el comercio, tanto en la producción para el mercado interior y el mercado mundial como en las condiciones de producción derivadas de este." Marx, Carlos, "El Capital", Tomo III, Editorial Ciencias Sociales, La Habana, 1980. p. 357.

Los mercados pueden clasificarse en función de varios criterios, se usarán dos: el punto de vista geográfico; y el punto de vista de la estructura o forma en cómo opera la competencia.

Si se toma el primer criterio, se entiende por mercado: el área geográfica - económica en donde concurren compradores y vendedores a intercambiar bienes y servicios por dinero, transacción que se realiza en función de los precios. De acuerdo con este criterio el mercado se sub divide en: local, nacional y mundial.

Considerando el segundo punto de vista, es decir, el mercado en cuanto a su estructura, se sub clasifica en: Mercado de competencia perfecta, pura o libre, mercado de competencia imperfecta que se caracteriza porque todos los problemas compradores y vendedores se dan cuenta de los precios que privan y se pagan en cada transacción. Además, se sabe cuáles son las ofertas que se hacen en absoluta libertad de operar compradores y vendedores.

1.4 Chilón: Territorio cafetalero

En este apartado se describe los aspectos naturales, sociales, económicos y culturales más importantes y su relación con las condiciones de vida de los productores de la región cafetalera.

1.4.1 Aspectos productivos del territorio.

Los aspectos productivos son los encargados de la buena o mala producción de bienes en una región que proporcionen la oportunidad de satisfacer las múltiples necesidades y si estos con combinados con los procesos organizativos para la venta, generan un valor agregado a los productos y aseguran el ingreso económico familiar. Dentro de estos se pueden observar los recursos naturales, los recursos económicos, el capital humano, el trabajo.

La organización de productores de café, se encuentran en una zona importante para la producción del aromático por diversas razones. Poseen una diversidad de especies vegetales que hacen que se desarrolle con calidad el cultivo de café bajo sombra, que para muchos conocedores es un medio excelente para producir café de calidad. Además poseen suelos ricos en material orgánico

propio para la producción de café orgánico a una altura sobre el nivel del mar que va desde 600 a 1200 msnm. La norma mexicana NMX-F-5516 clasifica a los cafés de altura si se cultivan desde los 900 a 1200 metros de altura sobre el nivel del mar, además requieren de un proceso de beneficiado impecable, deben de ser de muy buena presentación, finos en la taza, con acidez, buen aroma y cuerpo; únicamente se acepta un máximo de 7 defectos por cada 454 gramos. Las plantaciones de café en las comunidades que conforman la organización se ubican entre los 600 msnm hasta los 1200 metros, eso indica que se encuentran dentro de los niveles aceptables para obtener café de calidad. Sin embargo se encuentra una amplia variedad de climas que favorecen la producción de café como son: Am (Cálido húmedo); Af (m) (cálido húmedo con lluvias todo el año); Aw, (cálido subhúmedo); A (C) m, semicálido húmedo, y Cw (templado húmedo). INEGI 2005.

La mayoría de los suelos de esta región cafetaleras se ubican en suelos de origen volcánico y, en menor proporción, en las desarrolladas sobre material sedimentario. De acuerdo con la clasificación FAO-UNESCO, las cuatro principales unidades de suelo y su participación respecto a la superficie cafetalera nacional son: luvisoles (52 por ciento), rendzinas (14 por ciento) ferrasoles (12 por ciento) y regosoles (11 por ciento). La predominante ubicación de los cafetales mexicanos en terrenos con topografía accidentada, implica una alta susceptibilidad de los mismos a la erosión hídrica (Santoyo, et al; 1994).

Según datos de la Asociación Mexicana del Café SIAP-SAGARPA 2010. El estado de Chiapas cuenta con 183, 761 productores distribuidos en 241, 876.14 hectáreas. En 198,320 predios ocupando de ésta forma el primer lugar e nivel nacional en cuanto al número de productores, superficie y por ende la producción de café. Fuente estrategias de innovación del estado de Chiapas 2011. En cuanto a la estructura cafetalera en el municipio de Chilón, la mayoría de los pequeños predios pertenecen a las familias de los pequeños productores, por lo que tiene que diversificar sus actividades para subsistir sin dejar de producir café, ya que representa un símbolo de apropiación. Según la CONAPO el municipio de Chilon se ubica como de alta marginación y pobreza, esto refleja el poco desarrollo económico de las comunidades indígenas que la conforman.

La agricultura en el municipio de Chilón se caracteriza por ser diversificada que van desde practicar una agricultura tradicional empleando la técnica de Tumba-Quema (T-Q), que se realiza en terrenos con poca posibilidades de garantizar la productividad, y que se ocupan para la producción de maíz y frijol con escaso apoyo, así como otras actividades no agrícolas como el empleo informal nivel local como no local que provoca la migración de los jefes de familia.

Sin embargo para los pequeños productores, el café, sigue siendo la alternativa de subsistencia.

Como producto de la acción colectiva, de sus conocimientos y habilidades los productores han desarrollado estrategias de producción y comercialización tanto en el sistema de producción orgánica así como el comercio justo,

cumpliendo con las reglas de operación como se describe en el capítulo siguiente. Aunado a esto, la región de Chilón posee gran riqueza natural y cultural que proporciona los elementos de sustentabilidad. Un medio es sostenible cuando es capaz de mantener o mejorar el nivel de vida actual sin degradar la base de los recursos (DCID, 1999).

La combinación de los recursos ambientales de esta región, hacen que se desarrolle la actividad cafetalera con éxito. Esta región posee recursos hidrológicos conformados por los ríos Cantelá, Paxilhá, el Solá y Tulijá, posee diferentes microclimas debido a la variación altitudinal que va de los 226 hasta los 1600 msnm. Se distingue cinco tipos de climas en el municipio de Chilón como son; Af (m) (Cálido húmedo con lluvias todo el año); Aw cálido subhúmedo; A (c) m, semicálido húmedo, y Cw templado húmedo (INEGI 2010). La precipitación media anual en el municipio marca una diferencia haciendo que se observándose dos periodos en el año; el primero se presenta entre los meses de mayo a octubre con precipitaciones de 1400 a 2300 milímetros y el segundo periodo entre los meses de noviembre al mes de abril con precipitaciones de 350 a 800 milímetros. INEGI 2010. El recurso geológico está constituido por material cretácico superior, terciarios oligoceno, predominando los suelos; luvisol, regosol, litosol, acrisol y gleysol. La combinación de estos recursos, favorecen que se desarrolle una vegetación exuberante con un conjunto de especies de diversas plantas que favorecen el incremento de la producción de café de calidad y si a esto le sumamos la altura de más de los 1000 msnm para obtener un café de altura.

La Norma Mexicana NMX-F-551-1996 clasifica al café en 11 calidades diferentes e indica tanto las especificaciones (altitud, color, uniformidad en el color, tamaño de cribas, número de defectos, número de imperfecciones físicas totales y porcentaje en masa de materia extraña, aroma, sabor, acidez y cuerpo), como los valores utilizados para definir las calidades.

La vegetación presente en el municipio es la siguiente: vegetación secundaria (de selva perennifolia) con el 29.46%; vegetación secundaria (de bosque mesófilo de montaña) con el 19.38%; vegetación secundaria (de bosque de coníferas) con el 15.08%; bosque mesófilo de montaña con el 8.6%; selva perennifolia con el 8.23%; bosque de coníferas con el 3.2% y vegetación inducida con el 0.3%. INEGI 2010.

El aprovechamiento de la superficie del territorio del municipio está distribuido de la siguiente manera: pastizal cultivado con el 8.46%; agricultura de temporal con el 7.21%; zona urbana con el 0.05% y cuerpo de agua con el 0.04%. INEGI 2010.

En cuanto a los aspectos económicos podemos mencionar que en el municipio de Chilón los habitantes se desempeñan como agricultores, apicultores, ganaderos, comerciantes, profesionistas, entre otras ocupaciones.

La principal actividad es la agricultura. Se cultivan principalmente café, maíz, frijol, plátano, repollo, tomate, calabaza, chayotes, pepinos, yuca, cilantro, aguacate, y camotes. Los cuidados del cultivo lo realizan el jefe de familia, la

esposa y los hijos después de salir de clases, normalmente inician muy temprano y descansan por la tarde al ocultarse el sol, o regresan a sus casas por motivos de lluvia (Gobierno de Chiapas 2008).

La mayor parte de la producción se dedica al autoconsumo, a menos que exista un excedente, los ponen a la venta al mercado local o a la venta en su propia comunidad.

Otra fuentes de ingreso es la apicultura, muchas comunidades la producen y comercializan, no se conoce exactamente el volumen de venta local incluso se sabe de qué algunos productores han logrado exportar su miel, sin conocer el volumen, ni el lugar.

En cuanto a la actividad ganadera ésta se desarrolla en menor escala siendo la principal, la producción de ganado bovino de engorda, producción de leche y cría de sementales, seguido de porcinos, ovinos de carne, lana y doble propósito, aves (guajolotes, gallinas, gallos, pollos, tanto para la producción de carne y huevos), así como de traspatio. INEGI 2010.

En el sector secundario está compuesto por la micro y pequeña empresa, empresas como son; reparación y venta de refacciones para autos, embotelladoras de refrescos, beneficios y acopios y procesamiento de café, mueblerías, plantas procesadoras de alimentos, granjas pecuarias, maquiladoras, imprentas. Así como la elaboración de artesanías en cerámica, alfarerías, jarcería entre otros SIEG 2006. Otras fuentes de ingreso son los

restaurantes, bares, papelerías, venta de calzado, fruterías medicamentos, abarrotes vinos y licores.

En cuanto a los aspectos socioculturales, cifras de INEGI (2005) señalan que el estado de Chiapas demuestran la riqueza lingüística, ya que entre las lenguas más importantes por su volumen de población que la hablan se encuentra el tzeltal con 363 mil personas (37.9%); tzotzil, con 321 mil (33.5%); chol, con 162 mil (16.9%); zoque, con 44 mil (4.6%), y tojolabal, con 43 mil personas (4.5%). Estas cinco lenguas concentran a 97.4% del total de población hablante de alguna lengua indígena de la entidad.

1.4.2 Los sistemas de producción de café.

El sistema de producción de café de las comunidades indígenas que conforman la organización cafetalera Sax Yaxté, que pertenecen al ejido Bachajón, se puede clasificar como de un sistema agroforestal⁶, debido a que se existen una combinación de especies de árboles de sombra y arbustos, frutales y árboles nativos, que conviven dando la posibilidad de obtener múltiples usos como: alimento humano, para alimento de sus animales, leña, madera para construcción, cercos vivos, recursos para la fabricación de artesanías, resinas, usos domésticos, ornamentales, medicinales, cercos muertos.

⁶ Según Farell y Altieri (2004) citando a Fair (1982), “el objetivo de la mayoría de los sistemas agroforestales es el de optimizar los efectos benéficos de las interacciones de los componentes boscosos con el componente animal o cultivo, para obtener un patrón productivo que se compara con lo que generalmente se obtiene de los mismos recursos disponibles en el monocultivo, dadas las condiciones económicas, ecológicas, y sociales predominantes”.

Según El Centro Mundial de Agroforestería ICRAF (1982), define a la agroforestería como un sistema sustentable de manejo de cultivos y de tierra que procura aumentar los rendimientos en forma continua; en la agroforestería se combinan la producción de cultivos forestales arbolados (que abarcan frutales y otros cultivos arbóreos) con cultivos de campo o arables y/o animales, de manera simultánea o secuencial sobre la misma unidad de tierra: en este tipo de sistema se aplican prácticas de manejo que son compatibles con las prácticas culturales de la población local.

Los cafetales como sistemas agroforestales en Chilón, poseen una sombra heterogénea formada de parches compuestos por arbustos y hierbas que se ubican entre las plantas de café, con densidades entre 100 y 1000 árboles por hectárea. De acuerdo con Soto (2000) existen alrededor de 61 especies de sombra; cinco de ellas se encuentran con mayor frecuencia: "coquil'te" (*Inga pavoniana* Donn.), "chii'b" (*Chamaedorea cataractarum* Lieb.) y "tzelel" (*Inga punctata* Willd.), "guineo roatan" (*Musa sapientum* L.), y naranja (*Citrus sínensis*). El resto lo representan 57 especies de árboles y arbustos.

De las cuales se toma como base el dato presentando por Pinto (2000) en donde se observan las mismas especies de plantas que viven en asociación con el café de la región de Chilón.

Cuadro No. 1. Especies de plantas que viven en asociación con los cafetales en la región cafetalera de Chilón.

Nombre común	Nombre científico	Usos	Forma Biológica	Frecuencia
Ashin'te	<i>Solanum aphovodendrom</i> Knapp	1	Arbusto	0.50
Atsam'te	<i>Mvrica cerifera</i> L.	3.5	Árbol	0.50
Baas	No identificada	1.4	Hierba leñosa	0.50
Cacao	<i>Theobroma cacao</i> L.	1.7	Arbusto	1.51
Cacaté	<i>Oecopetalum mexicanum</i> gr. Et Th.	1	Árbol	2.51
Cantela tzi	<i>Senma papilosa</i> (B.et R.) 1 et B.	5	Árbol	0.50
Cedro	<i>Cedrela mexicana</i> Roe	3.4.7	Árbol	1.01
Coquil'te	<i>Inga pavoniana</i> Donn	1.5.7	Árbol	12.56
Chac'taj'mut	<i>Miconia aff Ibaguensis</i> (Bonpl.) Triana	3.5	Árbol	0.50
Chacaj o Luluy	<i>Bursera simaruba</i> (L) S.	3	Árbol	0.50
Chapav o act	<i>Astrocharium mexicanum</i> Liebm.	1	Árbol	1.51
Chi'b	<i>Chamaedorea cataractarum</i> Liebm.	1	Palma	11.06
Chi'ch bat	<i>Croton draco</i> Schlecht	7	Palma	1.01
Chii't	<i>Chrysophyllum maxicanum</i> (Brand) Standl	1.5	Árbol	2.51
Chinino	<i>Persea schiedeana</i> Nees	5	Árbol	1.01
Guaron	<i>Cecropia obtusifolia</i> Bert	3	Árbol	0.5
Guavaba	<i>Psidium guajaba</i> L.	1.5	Árbol	1.01
Hule	<i>Castilla elastic</i> Cerv.	1.8	Árbol	1.01
Chute	<i>Zanthoxilum aff. Kellermanii</i> P. Wilson	3	Árbol	0.50
Ik'bat	<i>Belotia maxicana</i> Shum.	7	Árbol	2.51
Jaal'te	<i>Clibadium arboretum</i> Donn Sm.	5	Árbol	0.50
Jitiful	No identificada	4.5	Árbol	0.50
Joma o Mojtó	<i>Chamaedorea tepejilote</i> Liebm	1.2	Palma	1.01
Jono 'ha	<i>Heliocarpus donnell-Smithii</i> Rose	11	Árbol	1.51
Juun	<i>Sapium</i> sp.	3.4	Arbusto	1.01
Limon	<i>Citrus aurantifolia</i> Osb.	1	Arbusto	2.01
Mnadarina	<i>Citrus nobilis</i> Lour.	1	Arbusto	0.50
Mango	<i>Mangifera indica</i> L.	1	Árbol	0.50
Mistel	<i>Amphitecna macrophylla</i> (Seem.) Miers	1	Árbol	0.50
Momun	<i>Piper eurimum</i> Kanth	1	Hierba alta	1.51
Mot'e	<i>Erythrina</i> sp.	1.3	Árbol	1.01
Naranja	<i>Citrus sinensis</i> Osb.	1	Arbusto	3.52
On'te	<i>Nectandre globosa</i> (Aubier Mez.	5	Árbol	0.50
Pajul'te	<i>Zanthoxilum aff. Micricarpum</i> Griseb	3	Árbol	1.51
Papaya	<i>Carica pennata</i> Heilb.	1	Árbol	1.01

Nombre común	Nombre científico	Usos	Forma Biológica	Frecuencia
Pimil	Calathea macrochlamys Woodson & Standj	11	Hierba alta	2.01
Platano roatan	Musa sapientum L..	1.7	Árbol	4.52
Pom'te	Neurolaena lobata (L.) R. Br.	5	Arbusto	1.01
Pomarrosa	Eugenia jambos L.	1.7	Árbol	2.01
Sac juluchay	Bernardia aff Interrupta (Schellcht.) Muell-Are	5	Árbol	0.50
Sac Mumus	Lippia Myriocephala Schlech & Cham.	3	Árbol	2.01
Sajal Bat	Heliocarpus mexicanus Schlech & Cham.	5	Árbol	0.50
Saquil Bat	Heliocarpus appendiculatus Turez.	5	Árbol	0.50
Shin' te	Lonchoparpus sp.	5.7	Arbusto	1.01
Sitit	Vernonia deppeana Less	5	Arbusto	0.50
Sun	Tithonia rotundifolia (Miller) Blake	1	Arbusto	0.50
Tanchit	Calceptranthes sp.	3.5	Árbol	0.50
Toi'pos'te	Cupania dentata D.C.	5	Árbol	0.50
Tunin'te	Croton bilbergianus Mull arg.	5	Árbol	0.50
Tzajalabal	Musa sapientum L.	1.7.10	Arbusto	0.50
Tzelel	Inga punctata Willd.	5.7	Árbol	6.53
Tzozt'e	Liquidambar styraciflua L.	3.5	Árbol	0.50
Uichum	No identificada	7	Arbusto	0.50
Uusi	Myriocarpus longipes Liebm.	5	Árbol	0.50
Weel	Orthion subsessile (Standj.) Steyenn Y Stadl	5	Árbol	0.50
Xacaxte	No identificada	3.5	Arbusto	0.50
Xaxib'te	Senna multijuga (L.C. Rich.) et B. var. Dovlei	3.5.7	Árbol	1.01
Xoch'bat	Heliocarpus reticulatus Nash	5	Árbol	0.50
Ya can chamel	No identificada	5	Arbusto	0.50
Yash'ajal'te	Eupatorium chiapensis Rob.	7	Arbusto	1.01
Zapote	Calocarpum zapota Merr.	1.7	Árbol	1.01

Clave de usos: 1).- comestible. 2).-forraje. 3).-construcción. 4).-fabricación de artesanías. 5).- combustible. 6).-medicinal). 7).-sombra. 8).-goma. 9).- colorante. 10).-condimento. 11).- otros usos o servicios

Datos tomados de los resultados del trabajo de Manejo de especies arbóreas para los sistemas agroforestales. Soto Pinto. 2000. Colegio de la Frontera Sur. Chiapas, México.

El café como sistema agroforestal bajo sombra propicia una interacción entre especies y permite la biodiversidad, además este tipo de sistemas favorece las condiciones de vida de los pequeños productores de café debido a que se puede cultivar diversas especies de plantas comestibles como los frutales, pero también en estos espacios nacen especies que los productores han incorporado a su dieta como es el caso del cacaté y hortalizas (calabacita, tomate silvestre, hierba santa, entre otras). Los productores han integrado prácticas de

desombre de las cuales obtiene ramas que emplean como combustible. El café no tiene alelopatías por lo cual puede asociarse con diversas especies

En las parcelas de los socios de la organización se cultivan las variedades de café Bourbon, Caturra, Arabica y Mondonovo, con densidades variables de 800 y 3500 plantas por hectárea, y algunas de hasta 2000 plantas por hectárea. La superficie de acuerdo a la tipología de productores descrita anteriormente de 0.5 hectáreas a 5 hectáreas. La producción promedio por unidad de superficie es de 6 a 12 quintales, dependiendo del manejo y de los factores climáticos, la abundancia o escasez de lluvias, altas y bajas temperatura que se presentan durante el ciclo de producción.

CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE PEQUEÑOS

PRODUCTORES SAX YAXTÉ DE NAHILTÉ

En este capítulo se describe a la organización de pequeños productores de café Sax Yaxté de Nahilté, caracterizo las relaciones que los PPC, establecen como organización y como actores de un proceso social histórico, describo la estructura y la coordinación que establecen los socios, los compromisos e intereses de PPC, así como los beneficios que tienen al interior de la organización. Hago un análisis sobre la organización y las relaciones que establecen hacia afuera con diferentes actores sociales tales como; las empresas, instituciones de gobierno, universidades, prestadores de servicios profesionales, comerciantes, intermediarios entre otros. También analizo las formas de participación de los PPC y los diferentes actores realizan en el proceso de comercialización. Abordo las teorías que me permiten explicar los procesos de acopio y comercialización donde participan acopiadores o intermediarios (coyotes), las certificadoras, las instituciones educativas, las de investigación, instituciones de crédito, la coordinación del programa de café COMCAFE desde la coordinación estatal y su relación con la coordinación regional.

2.1 Organización y organización social de los pequeños productores de café.

En el estado de Chiapas existen más de 400 organizaciones de productores, presentes en las 13 delegaciones donde se cultiva el café. De acuerdo con los resultados de los talleres realizados por El Colegio de la Frontera Sur (2004), en

la integración del Plan Estatal del Manejo Agroecológico del Café, los productores y sus organizaciones se pueden tipificar en tres categorías principales, atendiendo a su nivel de organización, consolidación y, tomando en cuenta su nivel de competitividad gracias a la innovación.

- a) Organizaciones emergentes se caracterizan por ser grupos de trabajo e integrada por productores libres.
- b) Organizaciones en consolidación, se caracterizan por la búsqueda de mejores condiciones de trabajo mediante la introducción de técnicas de innovación, que garanticen la productividad, conformada por la asociación de pequeños productores.
- c) Organizaciones consolidadas, cuya característica es el uso de tecnología de innovación cuyo propósito es aumentar la producción y mejorar la competitividad mediante la diversificación de su producción en función del mercado, conformada por el sector privado, finqueros y empresas agrícolas.

Dentro de esta caracterización se considera a dos sectores el social y el privado. El social está integrado por ejidatarios y productores libres. Dentro de esta caracterización se considera al a finqueros y empresas agrícolas. Los finqueros son propietarios de 300 hectáreas más que dedican a la producción de café. Las empresas agrícolas son las que ofrecen servicios técnicos, financiamiento entre otros, COMCAFÉ (2010).

De acuerdo con esta caracterización la organización cafetalera Sax Yaxté, forma parte del sector social y es una organización en consolidación integrada por socios de las comunidades que se ubican dentro del ejido San Sebastián Bachajón. Este ejido fue creado por resolución presidencial de dotación de tierras de 21 de agosto de 1935 y fue regularizado en términos del artículo 56 de la Ley Agraria el 23 de noviembre del 2004. Es considerado uno de los

ejidos más grandes del país, por su superficie, 57,283 hectáreas (INEGI, 2009), su estructura organizativa para un mejor control de acuerdos con los ejidatarios, opera con tres centros de atención; Alán-Sac'Jun, Centro Chich y Centro Bachajon, realizándose reuniones de ejidatarios⁷ cada seis meses.

Cuadro No. 2. Organizaciones cafetaleras de la región de Chilón,

Nombre de la organización	Figura Asociativa	Sistema de producción
Cañadas de Chilón	SPR de RL	Convencional
Huilojá	Sociedad Cooperativa	Orgánico
Trompeta afinada	Sociedad Cooperativa	Orgánico
Sac Yaxté de Nahilté	SRP de RL	Orgánico
Nuculum Bachajón	Sociedad de Solidaridad Social	Convencional
Puente de Trabajo	Sociedad Cooperativa	Orgánico
Paluchen de Guajitepec	Sociedad cooperativa	Orgánico Mercado Justo

Fuente: Trabajo de campo. Mayo del 2012.

Los pequeños productores de café de la organización Sax Yaxte, están organizados bajo la figura jurídica Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada, (SPRL), considerada como organización en consolidación por haber alcanzado hasta la fecha dos sellos de calidad de café orgánico como se menciona en el capítulo siguiente, teniendo como objetivo de acción colectiva para hacer frente a la problemática del campo. Entre los principales problemas de la organización destacan la falta de incentivos para la producción, el estancamiento del desarrollo económico, la falta de opciones tecnológicas, rezago tecnológico productivo, falta de capitales

⁷ Normalmente los puntos más importantes a tratar son impuestos prediales, entrega de corte de gastos ejidales e información general sobre el gobierno del estado, destino de los recursos del ejido, y asuntos generales para conocer el sentir de los pobladores, y campesinos del municipio. Siempre pido que asista un delegado de cada comunidad. Comisariado ejidal. Trabajo de campo. Mayo 2012.

para la inversión, acceso a los mercados y la ausencia de condiciones favorables ⁸de vida para sus familias.

2.2 La experiencia organizativa de Sax Yaxté

Los pequeños productores de la organización cafetalera inician sus actividades de manera colectiva el 22 de Junio del 2002, con su Razón Social: SPR de RL. Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada denominada Sax Yaxté⁹. Inicialmente se conforman con 228 socios, a los largo del tiempo se ha reducido a 213 productores de café, debido a problemas internos. Los socios de la organización generaron expectativas hacia el gobierno sobre créditos para la producción y apoyos para la comercialización, al no cumplirse esas expectativas quince socios de la organización decidieron darse de baja. Las expectativas surgieron en el momento de llevar a cabo la promoción de los programas, dentro de las reglas de operación se puso.

2.2.1 Integración de la organización Cafetalera Sax Yaxté de Nahilté.

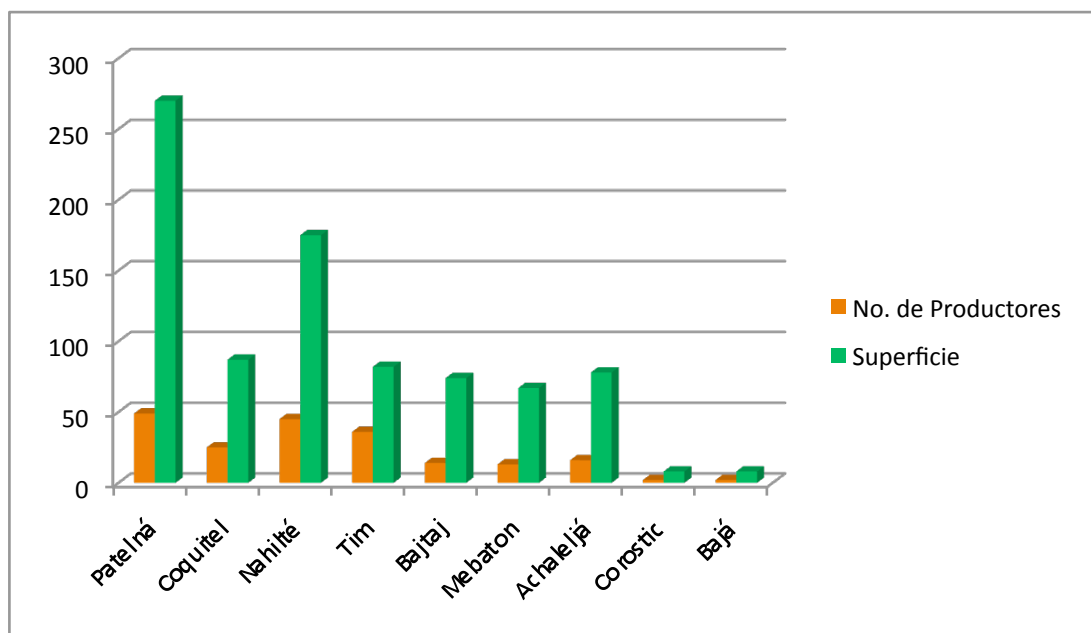
Las comunidades se encuentran ubicadas dentro del Municipio de Chilón, Chiapas, esta organización la integran socios de las comunidades de Nahilté tercera sección, Pathelná, Bajtaj, Mebaton, Corostic, Coquitel, Tim, Ajchalelejá, Segundo Coquitel. Esta red de comunidades se encuentra rodeada de otras comunidades que interactúan con los socios de la organización. La red de comunidades aledañas se conforma por, Centro Chic, Pajchil, Cajtajál, Ramocil,

⁸ “Las organizaciones indígenas cafetaleras en México, son al mismo tiempo, las más deprimidas económicamente y las que cuentan con mayor riqueza ambiental” Salgado (2006).

⁹ Sax Yaxté es el nombre de un árbol de madera dura que se utiliza para la construcción de casas y proporciona sombra a los cafetales.

Jemecí, Bolontiná, Samaria, Cajtatal, Crucero Cojtomij, Xaxacucan, Batsel, Pamalá, Jalaché, Nahilté primera y segunda sección, teniendo como sede el ejido Nahilté tercera sección. La política pública para fortalecer el sector cafetalero en México organizó el padrón cafetalero en el año de 1957. Los socios de la organización se registraron en el año 2009, al registrarse los socios al padrón de productores, registran el número de hectárea y la producción anual de café.

Figura No. 2. Superficie cultivada de café por localidad. Organización Sax Yaxté.



Fuente. Estadística de producción de la organización Sax Yaxté. Febrero 2012.

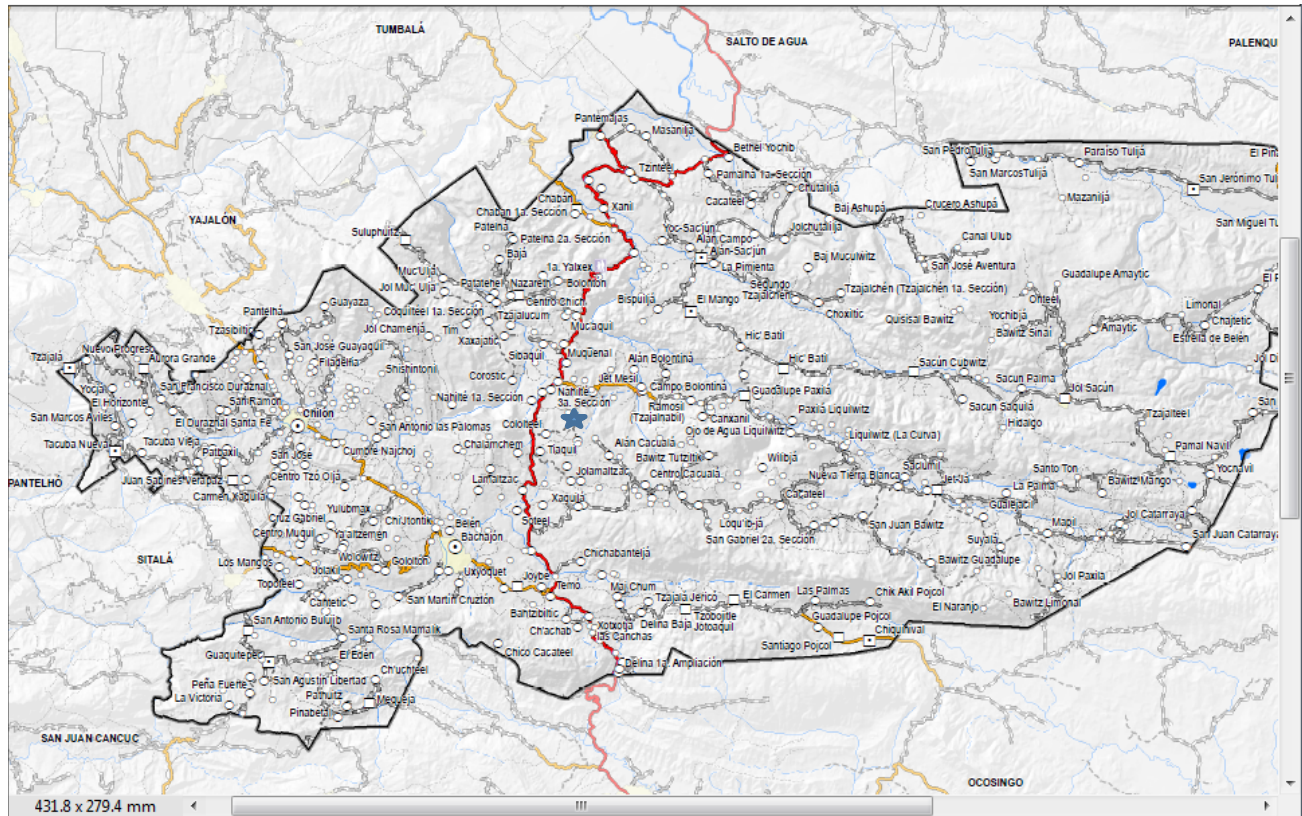
La gráfica indica que la comunidad de Patelná, tiene mayor superficie cultivada de café, debido a que tiene mayor número de productores, seguido de la comunidad de Nahilté, Tercera Sección. Los productores de estas comunidades se caracterizan porque adoptan fácilmente la tecnología del sistema de

producción orgánico, realizan las recomendaciones de los técnicos. La superficie total es de un total de 339,685 hectáreas de café certificadas como café orgánico (ver cuadro No. 9. Capítulo III).

2.2.2 Apropiación territorial a través del cultivo de café

Esta organización ha ido apropiándose del territorio a través del cultivo de café, primeramente al conformarse como organización cafetalera, en la búsqueda de mejorar su producción. En el año 2003 se renovaron más del 50% de la superficie, ha ido cambiando su forma de producir café de convencional a la búsqueda de otras alternativas ecológicas, inicialmente tenían una superficie de 160 hectáreas, en el año 2005 alcanzaron a producir 213 hectáreas, esta misma superficie se sometió a evaluación para su certificación como café orgánico, las cuales obtuvieron su certificado de calidad en el año 2007. En el 2009 se construyó una bodega de acopio de café pergamino con capacidad de 12,000 quintales, con un valor de 728,000 pesos, recurso financiado por COMCAFE Y SEDESOL FEDERAL. Una torrefactora (secado y molido), con capacidad de 25 kilogramos con un monto de 276,000 pesos. Y un diseño de marca para su comercialización como “café Nahil”. Fueron instaladas en la comunidad de Nahilté tercera sección por acuerdo de asamblea, ya que esta comunidad se localiza de manera estratégica y porque todas las comunidades comunican de manera directa a este lugar, además porque está ubicada sobre la carretera internacional que comunica la Ciudad de Ocosingo y Palenque.

Figura No. 3. Ubicación Geográfica las Comunidades del Municipio de Chilón

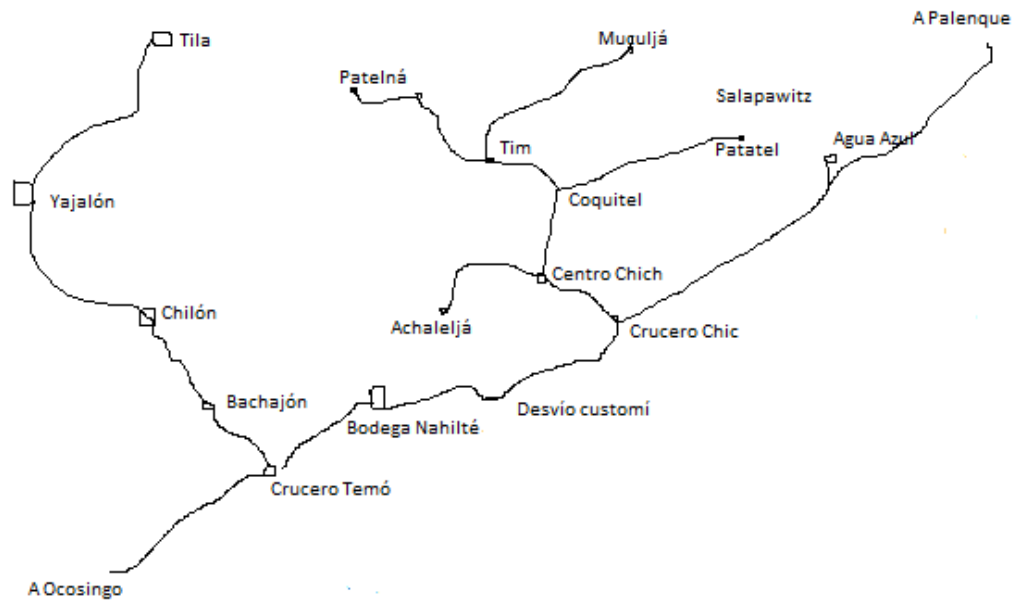


★ Centro de acopio.

2.2.3 Localización de las comunidades que conforman la organización cafetalera.

Todas las comunidades que conforman la organización pertenecen al municipio de Chilón Chiapas. Su punto de reunión es la bodega de café que se localiza en la comunidad de Nahilté, en este lugar se realizan las reuniones de trabajo, reuniones para dar a conocer los propósitos y compromisos de los socios como los trabajos colectivos, además en este lugar de entrega de su café, (pergamino) durante la cosecha.

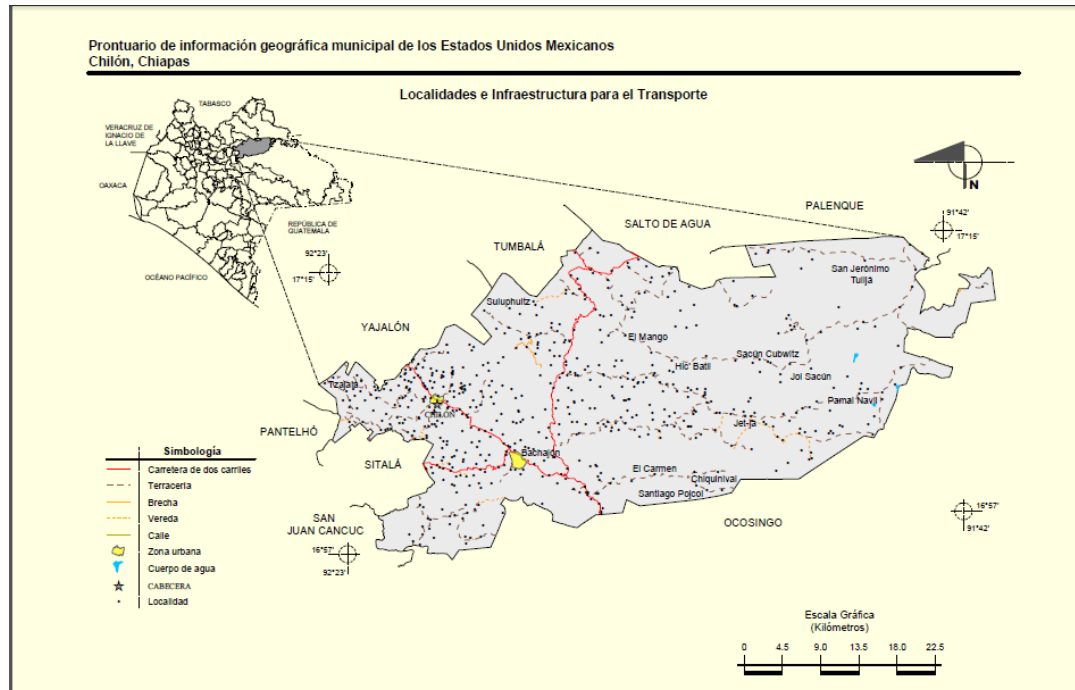
Figura No. 4. Croquis de localización de las comunidades.



Fuente. Construcción propia trabajo de campo febrero del 2011.

Para este caso es importante mencionar que en la mayoría de las comunidades existe comunicación vía terrestre para sacar sus cosechas a la venta, con destino al mercado local o regional, refiriendo éste a los mercados locales de Bachajón, mercado Municipal de Chilón, y otras regiones con cabecera en Ocosingo, Palenque, Tuxtla Gutiérrez.

Figura No 5. Localidades e infraestructura para el transporte en el Municipio de Chilón, Chiapas

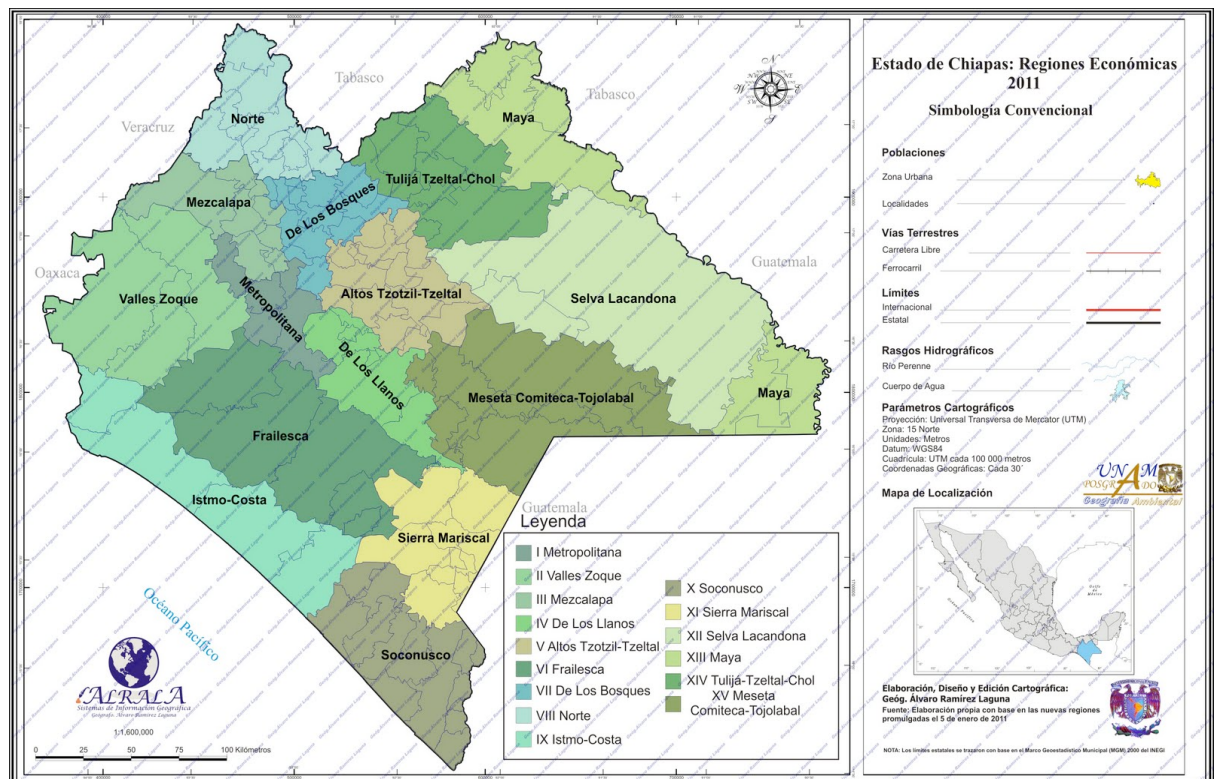


Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005.
INEGI. Información Topográfica Digital Escala 1:250 000 serie II y serie III.

El servicio de transporte principalmente terrestre se da a través del servicio de taxis colectivos o transporte mixto en camionetas de bajo tonelaje, que trasladan de Chilón a Yajalón o de Chilón a Ocosingo para ir a San Cristóbal – Tuxtla, o Chilón – Temó - Palenque. El municipio de Chilón no cuenta con transporte de ruta que le comunique con la capital del estado, ni tiene terminal de pasajeros. En lo referente a las comunicaciones, la cabecera municipal, cuenta con servicio telefónico, correos, telégrafos, telefonía digital y satelital y televisión por cable. INEGI. (2005).

Para definir el área de estudio, retomo los datos de la regionalización y las regiones económicas de Estado de Chiapas como instrumento para poder atender las necesidades de la población.

Figura No. 6.Regiones Económicas del Estado de Chiapas.



Fuente. INEGI. 2011.

2.3 La dinámica interna de la organización.

La estructura organizacional de los pequeños productores se encuentra conformada por su comité representativo; por un presidente, secretario, tesorero. La oficina de atención se encuentra ubicada el Ejido Nahilté tercer sección del Municipio de Chilón Chiapas. La organización se compone de 213 pequeños productores y se distinguen dentro de este grupo, cabe aclarar que a

manera de ensayo sin entrar en controversia con las propuestas de otros autores, identifico a tres tipos de pequeños productores como son: Los pequeños productores, los medianos productores y los grandes productores. Los pequeños se caracterizan por tener una superficie que va de 0.5 a 1 hectárea de cultivo, de estos el 25% de los productores saben leer y escribir, normalmente viven en un escenario que los distingue en su etnicidad única de un hombre que conserva la cultura indígena de lengua tzotzil, de mayor edad y de respeto. Su reproducción social es muy marcada con respecto a los otros productores, y su producción se destina al autoconsumo, solo una mínima cantidad se comercializa. Este tipo de productor no recibe asesoría técnica, únicamente la orientación de un vecino o representantes de la organización; carece de materiales y equipo de trabajo (patios de secado y despulpadoras), vive en las comunidades más lejanas al centro de acopio. En el momento de entregar su café, no identifica el descuento que le hacen por su café, es decir si es por humedad, por impurezas, o por otras razones, únicamente escucha el precio y acepta lo que el comprador diga, pero siempre con una expresión de darle gracias al que le compra su café, aun cuando sea el precio más bajo o por un descuento bastante lastimoso para su economía. El mediano productor tiene una superficie que va de 1 a 2 hectáreas de café, se caracteriza por que tiene como propósito aprender más, es decir se interesa de los cambios para aumentar la producción, solicita crédito para producir, y siempre está disponible para trabajos colectivos. La producción de café por hectárea esta entre los 8 y 10 quintales, realiza todas las labores culturales para el cuidado de su cafetal, aproximadamente ocupa el 50% de jornales a estas actividades y el 50% paga

por las labores. Una de las diferencias con respecto al productor pobre es que este es un poco más pluriactivos porque aparte de producir café, produce maíz y frijol no solo para autoconsumo. Además tiene gallinas de traspatio, de una a dos vacas y en general tiene otros ingresos como son PROCAMPO, OPORTUNIDADES y otros dentro de estos programas emergentes de apoyo al campo.

El gran productor, se caracteriza por tener mayor superficie que va de 3 a 5 hectáreas de cultivo de café, su producción varía entre los 10 y 12 quintales por hectárea, posee parcelas con cultivo de café orgánico y también convencional, aplica insumos en bajas dosis pero integra lo biológico con productos de origen sintético. Su producción se destina a la comercialización en un 80% y un 20% para autoconsumo. Se distingue por ser pluriactivo ya que se dedica además de la producción de café, al cultivo de maíz, frijol, calabaza, frutales y parte de esto los comercializa en el mercado más cercano. La comercialización le permite percibir ingresos, que complementa con los apoyos de gobierno: PROCAMPO, OPORTUNIDADES, PROGRAN. Este tipo de productores poseen vehículos que les permite transportar su producción a los mercados cercanos, tienen pequeñas tiendas de despensa y abarrotes con la finalidad de obtener otros ingresos. Estos productores se distinguen de los pequeños y medianos porque tiene mayor relación con los acopiadores, con los líderes de la organización y están enterados de los precios de los productos a nivel regional, poco a nivel internacional. Los grandes productores tienen mejor disponibilidad de trabajar en forma colectiva pero siempre pensando en cómo obtener mayores ganancias. Estos productores están interesados en sus ingresos y

egresos y han generado habilidades para los negocios a pequeña escala (ver cuadro 3).

Cuadro No. 3. Tipología de Productores de café de la Organización Sax Yaxté.

Características	Pequeño productor	Mediano productor	Gran productor
Edad	Entre los 57 a 70 años	40 a 50	30 a 40
Integrantes por familia	6 a 8	5 a 6	4 a 5
Nivel de educación	Primaria incompleta, se le dificulta entender el español	Primaria terminada y secundaria incompleta, hablan tzeltal y español	Primaria y secundaria completas, hablan tzeltal y español
Superficie	0.5 a 1.0 hectárea	1 a 3 hectáreas	3 a 5 hectáreas
Tipo de café	Bourbon, arábica	Caturra, bourbon	Caturra, catuai, borbón.
Volumen de producción	1 a 3 quintales/ha	3 a 6 quintales/ha	6 a 12 quintales/ha
Castigos	Hasta 3 kg/quintal	2 a 3 kg/quintal	1 a 2 kg/quintales
Actividades productivas	Café, maíz, frijol, hortalizas.	Café, maíz, frijol, ganadería.	Café, maíz, frijol, ganadería, chofer, mecánico, mesero, empleado temporal.
Recolecta leña	Todo el año es su principal fuente de combustible.	Combina la recolección de leña, con gas domestico	Colecta muy poca, compra leña, pero consume en su mayoría gas.
Recolecta especies de plantas para su alimentación.	En su mayoría casi todo el año	Solo por temporadas	No colecta, lo compra con los vecinos o en el mercado.
Tecnología de producción de café	Tradicional	Combinada	Combinada, con introducción de nuevas técnicas
Actividades en el cultivo de café	Limpia, poda, agobio, deshierbe, abono	Limpia, poda, deshierbe, abono, cultiva lombrices para obtener abono orgánico.	Limpia, poda, deshierbe, agobio, produce y aplica abono de lombrices, aplica producto bioinsecticidas para el control de plagas.
Realiza renovación de cafetales	Muy poco prefiere conservar sus arboles	Medianamente realiza la renovación	Realiza la renovación con especies más productivas, compra la planta.
Ingreso más importantes por actividades agrícolas	Café, maíz	Café, maíz, frijol	Café, maíz, frijol, hortalizas,
Fuentes de ingreso más importantes	Oportunidades, jornales locales, café, hortalizas, recolección.	Oportunidades, PROGRAN, Café, jornales,	Oportunidades, café, transporte, tiendita, chofer, PROGRAN.

Fuente. Datos de campo, tomados de los cuestionarios aplicados en febrero de 2012.

En el cuadro se puede observar que la edad de los productores es un factor importante que limita y/o favorece a los productores de café a enfrentar sus

desafíos. Por ejemplo, cuando hay convocatorias para la capacitación o alguna información relacionada con proyectos, apoyos, nuevas técnicas de producción etc., los primeros en enterarse son los productores que están entre los 30 a 40 años de edad. Mientras que los productores que están en el rango de edad de los 57 a los 70 años se caracterizan por no hablar español; sin embargo sus fortalezas están situadas en sus conocimientos tradicionales para el manejo del café “natural¹⁰”, lo cual favorece la transición del sistema de producción convencional a orgánico. Otra característica distintiva entre los productores es el nivel de educación, los pequeños productores no sabe leer ni escribir, además no dominan el idioma español, pero si el tzeltal; esta particularidad, no quiere decir que no conocen el trabajo sobre el cultivo de café, pero si, influye en la aplicación de técnicas novedosas en el sistema de producción de café orgánico. La superficie de la parcela es una peculiaridad que diferencia a estos productores, ésta se explica de la siguiente manera, el pequeño productor de edad avanzada ya procedió a repartir sus tierras entre sus hijos (heredó en vida), se queda con una superficie de 0.5 a 1 hectárea de tierra. La producción de café de este tipo de productor está en función de la superficie cultivada, de la poca aplicación de insumos orgánicos y del número de jornales empleados en el cuidado del cultivo. En cambio, el gran productor ha ido aumentando la superficie de tierra a través de la compra lotes de terreno a sus vecinos. Su interés es incrementar también la producción de café, por eso aplica insumos orgánicos, emplea técnicas adecuadas para este fin; invierte recursos económicos para comprar plantas mejoradas y asegura con ello un mejor

¹⁰ Se llama café natural a la producción que se hace sin insumos externos.

rendimiento por hectárea cultivada. El mediano productor realiza las actividades de renovación, pero no invierte en el mejoramiento del cafetal al 100%.

En la tabla, también se puede observar que hay diferencias significativas en la línea de fuentes de ingreso donde se aprecia que el gran productor tiene una mayor diversificación de ingresos. Estos tres tipos de productores son socios de la organización.

La organización se integra por los socios y por la mesa directiva, la cual está integrada por un presidente, un secretario y un tesorero. Una de las principales funciones que realiza la organización a través de sus representantes; es acopiar café orgánico y convencional. Para ello, cuentan con una bodega de acopio con una capacidad de 12000 quintales. Al inicio de la cosecha todos los miembros de la organización se reúnen para hacerles saber a los socios del precio del café y del cumplimiento de las normas de calidad antes de entregar su producto. De esta forma, se enteran todos los socios para prepararse durante la cosecha. Los productores llevan su café en pergamino a la bodega, en ese momento el productor recibe el pago en efectivo y los representantes registran a los productores que entregan su cosecha. En el registro está el nombre de cada productor, si es un productor de café orgánico; en esta base de datos, también se anota la cantidad y la calidad del café que entrega. La organización en tiempos de cosecha acopia café de productores externos a la organización, aunque estos reciben un buen trato durante el proceso de compra, normalmente entrega a la organización café convencional. La organización lleva un registro de este tipo de productores para futuras entregas y conocer el historial del productor externo. Para un buen control de calidad se observa el

cumplimiento de ciertos requisitos como son: humedad, impurezas, manchas, porcentaje de café cerezo en rangos predeterminados. Durante el proceso de entrega recepción de café al productor, únicamente le indican el precio por kilogramo en bodega, desconocen el precio internacional. El desconocimiento que tiene el productor sobre los precios internacionales de café lo hace vulnerable en el proceso de comercialización, además no pueden negociar el precio del café, por lo que se conforma con el precio que le paga el acopiador por su café. En este proceso al productor se le hace un descuento según la calidad, al café se le aplica un merma que va desde 1 a 2 kilogramos por quintal, en el caso de que sea socio productor de café orgánico y de 1 a 3 kilogramos en el caso de que sea productor externo. Cuando el receptor del café termina con el proceso de pesar y verificar la calidad del café le hace saber al productor socio, que de ser posible que reciba una compensación por entregar café orgánico, ésta sería otorgada al final de la cosecha, toda vez que la empresa reconozca el pago.

Estoy contento con la organización porque es seguro que nos reciban nuestro café, aunque no nos reconocen el valor de nuestro café orgánico, pero este año el 2012, el precio es bueno y además nos apoyan en conseguir créditos para levantar nuestra cosecha; en otros proyectos y a veces nos capacitan para que realicemos bien la selección del café y no seamos muy castigados en el momento de entregarlo en la bodega de acopio, por lo que yo, voy a seguir con la organización¹¹ Antonio Gómez, de la comunidad de Coquitel.

¹¹ Antonio Gómez de la comunidad de Coquitel, entrevista realizada por el autor en el mes de febrero del 2012.

Esta narrativa habla de las ventajas de estar organizado como señala Antonio, a través de la organización se consigue un mejor precio por kilogramo de café, apoyos gubernamentales y un remanente por la producción de café orgánico. Los productores reciben capacitación para mejorar la calidad del café, acción que se recompensa en el momento de entregar el café.

Como toda organización ésta también tiene un líder que en estos momentos es presidente de la cooperativa Sax Yaxte, el papel que desempeña es como gestor de recursos económicos para acopiar la mayor cantidad de café de los socios, buscar créditos al inicio de la cosecha. Otro papel del presidente es capacitar a los productores para que realicen una buena cosecha, la selección de su café para cumplir con las normas de calidad y evitar que reciban castigos severos en el momento de la entrega la producción de café. Las empresas trasnacionales demandan la calidad de café (este tema se retoma más adelante). Durante el proceso de acopio se observa una movilidad de capital financiero, el productor se ve remunerado por su fuerza de trabajo al entregar su café y recibir el pago con el cual adquiere sus herramientas de trabajo, compra artículos que benefician a su familia. La época de cosecha y comercialización traen una dinámica económica interesante en la microrregión. Es un momento del año, en el que la familia recibe su dinero como fruto del esfuerzo y de la participación de todos los integrantes de la familia.

2.4 El proceso de producción de café orgánico de los productores de la organización Sax Yaxté.

El modelo de producción de café orgánico está basado en la participación activa y consciente de los productores organizados, sin embargo, para la producción el pequeño productor trabaja con su familia en la renovación y manejo del cafetal. El cafetal es un sistema donde la tecnología es poca y se requiere hacer actividades “artesanales” para su mantenimiento y producción. La actividad de renovación es importante, pues permite mantener la productividad de la superficie cafetalera y requiere de otras actividades como son:

El almacigo, esta actividad consiste en formar un camellón en donde mezclan la tierra, pulpa y restos de hojas. Se procede a sembrar las semillas de café, los productores normalmente obtienen la semilla del apoyo a la producción de café por parte de COMCAFE. La organización ha gestionado, este apoyo para renovar y ha recibido hasta media hectárea por productor durante el ciclo 2009 a 2010. Los productores considerados dentro de este apoyo gubernamental se organizaron en pequeños grupos para producir las plantas que necesitan para renovar los cafetales y evitar la dependencia hacia otros viveros de café.

Trasplante. Para esta actividad han recibido recursos del programa de COMCAFE, para comprar bolsas de polietileno de 25 por 30 centímetros. Se procede al llenado usando una mezcla de tierra y composta, y a los 40 días se colocan las pequeñas plantas en las bolsas. En esta actividad se involucra a todos los miembros de la familia con la intención de ahorrarse los gastos de jornales.

Rehabilitación de cafetales. Los productores de la organización también realizan la rehabilitación de cafetales, que consiste en la recuperación de la capacidad productiva del cafetal mediante la aplicación sistemática de la tecnología apropiada que se inicia como una poda severa llamada recepa. Un cafetal relativamente joven (menor de 15 años), con plantas vigorosas y de aceptable estado fitosanitario debe ser sometido a la rehabilitación dado que a partir de los seis años de producción el cafeto presenta un agotamiento y disminuye la producción (Procafé, 2012).

Los productores de la organización rehabilitan sus cafetales mediante los sistemas de bloque, este sistema consiste en dividir el cafetal en áreas y planear la rehabilitación y recepa progresiva de año en año. El sistema en hileras alternas consiste en recepar alternadamente las hileras de un cafetal y tiene la ventaja de que el productor puede cosechar una parte desde el primer año en el que se realiza la recepa.

La recepa se realiza en la época de seca, para reducir el riesgo de que las plantas generen tocones por acción de organismos patógenos *Ceratocystis fimbriata*, agente que causa “cáncer del tronco” o también conocido localmente como “mal del machete”.

Las podas de los brotes. Los cafetaleros realizan podas de brotes seleccionando solo aquellos brotes fuertes y que no estén a favor de la pendiente, es decir que no se quiebren fácilmente cuando estén cargados con frutos. También realizan podas de sanidad después de la limpia en marzo y antes de realizar la regulación de sombras; esta consiste en quitar ramas rotas,

o enfermas, y la poda de rejuvenecimiento, que consiste en quitar ramas enfermas.

En cuanto a la regulación de sombra, los pequeños productores la realizan durante los meses de abril y mayo, teniendo el cuidado de sembrar variedades de árboles como el chalum¹², tzelel, vits, cojoncuil, etc. En las áreas donde no haya sombra de buena calidad siembran árboles de sombra para que el cafetal cuente con una gran variedad de árboles y así cubrir el requisito de certificación que lo exige.

El modelo de producción orgánica ha sido un éxito al menos para el sistema producto café, que exige además de las actividades descritas una capacitación constante. Los socios han recibido capacitación sobre prácticas de conservación de suelos por parte de COMCAFE. El presidente de la organización ha recibido capacitación de otras instituciones como ECOSUR y el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas y Pecuarias INIFAP. Los cursos que el presidente ha recibido los ha compartido con sus compañeros de organización. Este modelo de apropiación territorial ha desplegado conocimientos, nuevas formas de hacer las labores culturales dentro del cafetal, organización y aprendizajes que los socios han ido apropiando y han dado fortaleza al interior de la organización (ver cuadro 4). La cafecultura orgánica ha permitido revalorar y reconsiderar algunas actividades tales como, ya no quemar el rastrojo ni el monte, establecer los cafetales y otros cultivos en curvas a nivel, sembrar el café en terrenos con pendiente, por el

¹²El árbol de chalum es el mejor para la sombra de los cafetales por eso recogemos los arbustos pequeños y los sembramos en bolsas para que una vez que crezca lo plantamos cerca de los cafetales, para nosotros es el mejor, Domingo Álvaro Demesa. Julio del 2012.

método en tres bolillos, deshierbar con machete a cinco centímetros del suelo; establecer barreras vivas o muertas con hierbas como: frijolillo, piedras, pedazos de troncos, pastos etc.; a establecer terrazas individuales cuando hay laderas pendientes de pronunciadas.

Los productores han recibido cursos de capacitación por parte de la Universidad Tecnológica de la Selva relacionados con el control de plagas y enfermedades, han aprendido a regular la sombra dentro del cafetal, hacer oportunamente el control de hierbas para prevenir y controlar enfermedades foliares del café (la mancha de hierro y la roya); realizar podas sanitarias eliminando ramas y hoja enfermas de las plantas de café; erradicar las plantas enfermas con cáncer del tronco o mal de machete, realizar una correcta cosecha para no dañar los cafetos y hacer el repase al final de la cosecha para prevenir la proliferación de la broca; a aplicar extractos de plantas como neem, ajo, chile, extracto de hierba de zorro, y control biológico mediante la aplicación del hongo *Beauveria bassiana* para prevenir el ataque de plagas y enfermedades. Como podemos ver, el modelo de producción orgánica ha propuesto una forma de apropiación territorial que en otras partes de Chiapas lleva casi 23 años y que en este territorio específico, tiene aproximadamente 10 años. La apropiación se da a través de establecer nuevas reglas para la producción promovidas desde el interior de la propia organización y del Estado Mexicano. Desde la apropiación territorial propuesta con la producción orgánica y a partir de la cultura indígena los socios de la organización están proponiendo desde su accionar una visión de generar su propio desarrollo local, ellos se han propuesto cultivar plátano, árboles frutales, cítricos, cultivar maíz, frijol, cacahuete, hortalizas, plantas para

condimentos, hortalizas, además de sembrar árboles maderables en los linderos de sus parcelas, crías animales, aprovechar los excrementos y la pulpa de café para hacer su propia composta, para asegurar su alimentación y mejorar sus ingresos. Para el caso de la fertilización han adquirido los conocimientos para hacer compostas, abonos foliares, uso de abonos verdes, normalmente realizan dos aplicaciones 250 gramos, por planta café.

Es decir, la organización le apuesta a la construcción de un territorio diversificado aprovechando sus conocimientos tradicionales, artesanales y los conocimientos de las instituciones que los apoyan.

Cuadro No 4. Instrumentos y herramientas utilizadas en las actividades en el manejo y cuidados del cultivo de café.

Actividades	Instrumentos y herramientas
Vivero	Machete, navajas, cuchillo, bolsas de polietileno
Traslado de plántulas	Vehículos, caballos, rejas de madera, costal, mecapal.
Siembra	Machete, cabahoyo, barretón, tierras, estacas de señalamiento
Poda	Machete, cuchillo, tijera
Deshije	Machete, cuchillo
Agobio	Machete, estacas, lazo
Limpia	Machete, cuchillo, garabato, azadón
Desombre	Machete, lazo, hacha, motosierra
Control de plagas	Extracto de plantas, hongos entomopatógenos, mochila aspersora, cubetas, colador.
Fertilización	Humus de lombriz, compostas, restos de estiércol de vaca, de aves, cubetas

Fuente. Elaboración propia. Trabajo de campo febrero 2012.

En el proceso de producción, se observa que los pequeños productores conocen el sistema orgánico ya que utilizan técnicas biológicas como es el uso de abonos orgánicos provenientes del humus de lombriz y control biológico mediante el uso de hongos entomopatógenos, realizan podas sanitarias y de agobio; terrazas para disminuir la erosión. En general, conocen el sistema de producción pero, no existe seguimiento y evaluación del avance o retroceso de

sus prácticas y de su proceso de desarrollo local; para corregir prácticas no adecuadas en el proceso y mantener un sistema que garantice la producción de café de calidad. Para el desarrollo del modelo de producción orgánico los socios de la organización carecen de materiales y equipo, por ejemplo carecen de despulpadoras, de patios de secado, por lo que tienen que recurrir a pedir prestado al vecino, o para secar su café utilizan (tapescos), que son construcciones a base de ramas de árboles con horcones y plástico como base para soportar el café cerezo y realizar el secado. Otros productores se apoyan de aquellos vecinos y socios que tiene su casa de material y, secan su café en la loza. Esta infraestructura permite que el secado sea aún más rápido. La carencia de infraestructura para hacer todas las actividades que exige esta producción es un desafío. Año con año los pequeños productores de café, tienen la esperanza de que algún día podrán contar con sus propios materiales y equipos.

Iniciamos con la producción de café orgánico desde hace 5 años impulsados por la directiva de la organización, nos prometieron que nos darían despulpadoras y patios de secado y hasta la fecha seguimos con la misma situación, pero aun así estamos contentos porque nuestro café ahora vale más que cuando producían café convencional.¹³.

La apropiación de conocimientos, el sentido de organización y la acción colectiva va generando en los socios un estado de bienestar “ahora vale más”. Están conscientes de sus carencias en infraestructura.

¹³ Nicolás Hernández Pérez de la comunidad de Achaleljá, entrevista realizada por el autor en febrero del, 2012.

El sistema de producción ya sea orgánico o convencional exige otras actividades, además de las de producción, como la cosecha, el beneficio húmedo y el beneficio seco (de esta última ya hablamos un poco en la sección anterior).

El beneficio húmedo

En esta etapa se desarrollan las actividades de corte o cosecha, traslado a la vivienda, desvane, despulpado, fermentado, lavado, secado y, almacenamiento (ver cuadro 5).

El corte se realiza cuando los frutos presentan un color rojo cereza; para la recolección se utilizan canastos atados a la cintura, morral y cubetas de plástico. Con los conocimientos que los productores poseen del fruto y en general de la planta de café, tratan de cortar frutos maduros y no verdes, evitan jalar las ramas ya que causan lesiones o quiebran los frutos, tienen cuidado de no mezclar el café con basura e identifican los granos manchados, cuidan mucho la calidad. Solo cortan la cantidad de frutos que se pueden despulpar el mismo día. Esta actividad la realizan entre los meses de noviembre a marzo. Normalmente se involucran a todos los integrantes de la familia. Algunos productores, dependiendo de la etapa de maduración, emplean jornales de personas que buscan empleo o siendo campesinos no tienen actividades a realizar en ese momento. Los costos por jornal en la cosecha de café en la microrregión es de cien pesos diarios, pero generalmente para la cosecha se paga por cantidad de café recolectado, puede ser por número de cubetas, pero también puede ser por cambio de mano, esta actividad es antigua y consiste en

que dos o más productores se ponen de acuerdo y entre todos cortan el café de uno de ellos y después cuando él o los que ayudaron necesitan del que ya fue beneficiado tendrá o tendrán que pagar trabajando en el corte, tal y como lo hizo el beneficiado (vecino o familiar).

El desvane es la primera selección manual que se hace en el beneficio húmedo después del corte, para ello usan cubetas, tambos, o tanques con agua, dejan caer los frutos, es así como identifican los granos fermentados, secos, brocados, vanos, así como hojas e impurezas, piedras que se van retirando con cuidado antes de iniciar con el proceso de despulpado.

Despulpar consiste en colocar los frutos maduros en la despulpadora, se gira lentamente en forma manual y se procede a separar la pulpa de los granos, la mayoría de los productores tienen una despulpadora¹⁴ pequeña. Para esta actividad, los productores tienen cuidado de que la despulpadora esté calibrada para evitar quebrar el grano. Una vez que el productor termina de despulpar coloca la pulpa en un lugar idóneo para evitar que sea arrastrada a los arroyos. Los cafecultores utilizan la pulpa para elaborar compostas o abonos orgánicos, productos que serán utilizados para la fertilización orgánica.

La fermentación del café es un proceso que consiste en colocar los frutos despulpados en un recipiente; pocos productores utilizan tanques de cemento, la mayoría usan costillas, cubetas y otros recipientes. Estos recipientes deben estar secos de lo contrario retrasaría el proceso de fermentación. El tiempo

¹⁴ Las despulpadoras son de tipo manual normalmente son del número 4 y 2. Son pequeñas con capacidad para despulpar de 20 a 25 kilogramos por día.

promedio de fermentación es de 24 horas, pero los productores le dan hasta 72 horas a este proceso, dado que en esta zona el tiempo climatológico varía fuertemente, durante el día se presenta nubosidad, vientos fríos combinados con calientes, estas condiciones climáticas provocan que el proceso de fermentación requiera de más tiempo. Para saber el punto de fermentación los productores toman un puño de granos y si estos no, se deslizan fácilmente sobre las manos, indica que la fermentación ha sido adecuada. Otra forma de calcular el punto de fermentación es cuando los productores introducen el puño de la mano al recipiente con granos y si el puño queda marcado sobre el montón de granos de café indica que está en su punto de fermentación. Otra técnica que emplean es removiendo los granos hasta que se escuche un sonido como sonaja, el sonido indica que el grano está en su punto de fermentación. Una vez que el productor está seguro de este proceso lo recogen inmediatamente para evitar manchas en los granos.

Las recomendaciones técnicas para fermentar el café señalan que se debe de hacer en tanques de cemento o tanque de madera o canoas, y evitar que la madera suelte aromas no deseados. Recomiendan no fermentar en costalillas o recipientes de plástico y si los usan, deben estar lavados con agua limpia. Sin embargo, no todos cumplen con las condiciones debido a que como ya señalamos anteriormente, la infraestructura es un desafío para la organización; en general los socios se encuentran en proceso de llevar acabo las recomendaciones.

Una vez que el café alcanzó su punto óptimo de fermentación, otro paso del beneficio húmedo es lavar el café, esta actividad la realizan con agua limpia de los arroyos cercanos y algunos productores utilizan el agua de lluvia. Lavar el café implica agregar agua a los recipientes donde se llevó a cabo la separación del café de las impurezas; con las manos se tallan los granos de café hasta que se desprenda el mucílago.¹⁵ La mayoría de los productores usan agua limpia, no usan agua clorada, no lavan el café en los arroyos, el agua que resulta de este proceso la depositan en un agujero porque saben que es un contaminante, en general tratan de cumplir con las normas del sistema de producción orgánica.

El café también pasa por un beneficio seco, consiste en secar el café con los rayos del sol. El productor extiende el café en el patio de cemento que se ubica en las inmediaciones de su casa. Algunos productores carecen de patios de secado razón por la cual sacan su café en la calle o en la carretera. En algunas comunidades todavía se observa que hay productores que secan el café en petates y manteados de plástico tirados al suelo. Otros utilizan el techo de su casa para llevar a cabo esta actividad. Este proceso consiste en dispersar los granos sobre la superficie de los materiales utilizados para el secado, en el momento más soleado del día, y se remueve con un pedazo de madera o rastrillo de modo que la capa quede delgada y penetre el sol a todos los granos, la remoción se hace en un lapso de una a dos horas para evitar que los granos se humedezcan. El café se expone al sol de 3 a 5 días dependiendo del clima.

¹⁵ El mucílago es una capa gelatinosa o ligosa que cubre el grano de café, que se elimina con el lavado.

Durante el período en el que se seca el café generalmente en la zona se presentan lluvias irregulares, días nublados y fríos, condiciones climáticas que influyen seriamente en la cantidad de días que necesita el café para secarse, en ocasiones hay un retraso de hasta diez días; situación que causa pérdidas por manchas y formación de hongos. Una innovación tecnológica que se ha promovido entre los cafetaleros es el secador solar, es una estructura de madera cubierta de plástico con ventilación en la parte inferior, se coloca de norte a sur para aprovechar el sol durante todo el día y los vientos. Esta innovación tecnológica es de gran utilidad en la zona de estudio que tiene una variación en el clima como ya describimos. Un desafío para la organización es gestionar los recursos necesarios para que los productores tengan acceso a esta tecnología, porque hasta el momento los socios no han adoptado al secador solar como posible tecnología para solucionar el problema de manchas y hongos en el café; aun son pocos productores interesados en esta tecnología. Secar el café implica quitar la humedad de los granos hasta un 12%, este porcentaje es el adecuado para su manejo durante el traslado y la entrega al centro de acopio y para que cumplan con los requisitos de comercialización. Los pequeños productores no cuentan con un instrumento para medir la humedad. Sin embargo por su experiencia generada durante muchos años de trabajo, lo que hacen es tomar los granos de café entre las manos y frotarlos, si, se desprende con facilidad las cascarilla indica que tiene el porcentaje de humedad adecuado; es decir, que el grano está seco, esta prueba la hacen a cada lote de café que ponen a secar. Durante esta prueba los productores aprovechan para disminuir impurezas.

Los cafeticultores socios de Sax Yaxte han seguido las indicaciones para que su café orgánico sea de mejor calidad, por ejemplo ellos saben que el patio de secado debe estar completamente limpio, cada vez que realizan el secado ellos barren y limpian muy bien, no usan detergente; secan las estructuras de cemento. Como ya se dijo algunos productores realizan el secado en estructuras de plástico porque carecen de recursos económicos para tener un patio de secado de cemento. Además, la gestión del presidente de la organización hacia las instituciones de gobierno no ha sido efectiva; hay programas que apoyan con este tipo de tecnologías. Las consecuencias de la falta de tecnologías para secar el café son contundentes, de ahí se determina que el café disminuye la calidad y los productores no están cumpliendo al 100% con las recomendaciones del sistema orgánico. Como podemos observar el proceso de generar un sistema de producción orgánico implica nuevas tecnologías, nuevas formas de apropiación que dependen de la calidad en cada una de las etapas del proceso en sí. En zonas marginadas implementar las normas de calidad que exige el modelo orgánico, sin recursos económicos y sin subsidios hace vulnerable al sistema y al productor. Para la gestión de tecnologías y la apropiación de tecnologías que permitan el desarrollo del sistema orgánico es indispensable contar con capacitación continua para dar seguimiento al proceso de adopción para que el cafeticultor pueda expresar dudas y le permita avanzar aplicando nuevas formas de trabajo.

Almacenamiento

En el momento en que el café se encuentra seco (12% de humedad), el pequeño productor lo almacena en costales de ixtle o bien de plástico de 60 kilogramos. Los productores de la organización guardan el café encostado en su casa o en un rincón de su habitación; en ocasiones en piso de concreto o sobre tablas, de tal manera que eviten el contacto con la tierra. El almacenamiento puede durar entre uno o tres meses, hasta que se presenta el momento del acopio en la bodega ubicada en la comunidad de Nahilté Tercera Sección. Para algunos productores el almacenamiento del café no tarda mucho tiempo ya que coinciden con la época de acopio.

Los socios que viven cerca de la bodega trasladan el ¹⁶ café en su espalda. Los productores que viven lejos, pagan vehículo de transporte. El traslado es un punto de la acción colectiva, una práctica en la que requieren de organizarse para reducir los costos de transporte.

¹⁶ Generalmente para transportar su café lo hacen en camionetas de transporte público, de bajo tonelaje, pero si la cantidad es mayor camiones de tres toneladas.

Cuadro No. 5 Herramientas y utensilios utilizados en las actividades en el beneficio húmedo de café, en las comunidades de la organización Sax Yaxté.

Actividades	Instrumentos y herramientas
Corte	Cubetas, canastos, morrales, bolsas de plástico
Desvane	Tambos, cubetas, botes, tanques, canastos
Despulpado	Despulpadoras manuales
Fermentado	Tanques de concreto, cubetas de plástico y de metal, costales,
Lavado	Tambos secos, canastos, tanques de cemento
Secado	Patios de secado, petate, pedazos de lona o de plástico, las azoteas de las casas, las calles que tienen un poco de pavimento, las orillas de la carretera con pavimento, rastrillo, pedazos de madera, todavía se espera que usen este año el secador solar.
Almacenamiento	La vivienda, un tapesco de madera dentro de la casa, sobre concreto, en costales.
Traslado de su vivienda a la bodega de acopio.	Cargados con mecapal en la espalda, carretillas, caballos, vehículos de carga.
Las demás actividades en adelante corren a cargo de los trabajadores de la bodega de acopio, quienes hacen la descarga, pesado, y calado del café.	Bascula, calador

Fuente. Elaboración propia a partir de los cuestionarios aplicados a los productores.

En efecto lo que obtienen de la producción de café no es suficiente para cubrir sus necesidades familiares, el sistema de producción café representa una fuente económica importante que complementan con otras actividades para obtener ingresos económicos y en productos para el consumo familiar. La diversificación agrícola se basa en pequeñas área de maíz y frijol para autoconsumo de donde también obtienen picante, calabaza, chipilín y otras verduras. En ocasiones se emplean como jornaleros durante la cosecha de café o como ayudantes de albañil en las ciudades cercanas. Otras actividades que realizan son la venta de frutos como son plátano, mango, naranja. La recolección de leña como combustible, recolección de hierbas para consumo, colecta de hongos comestibles y de gusanos (satz), para autoconsumo.

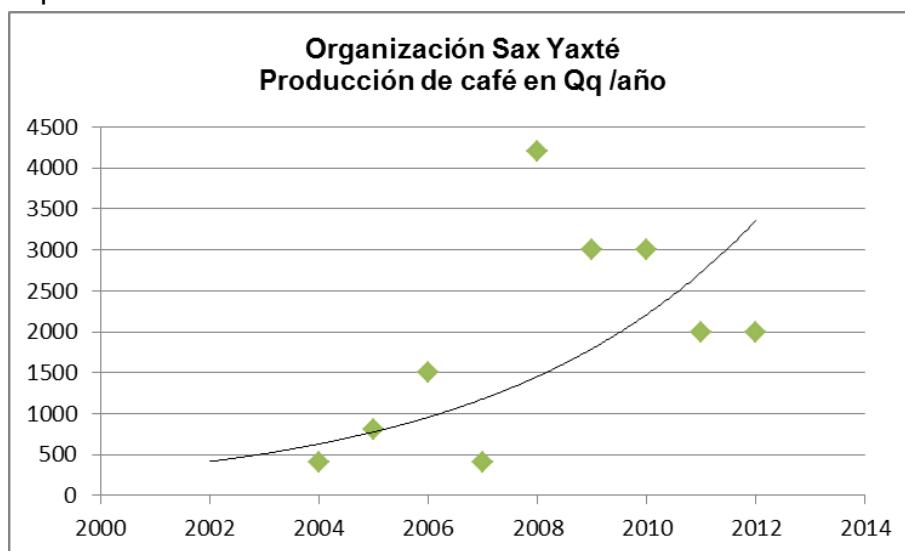
El café a través del sistema orgánico es un elemento que permite la cohesión social y generar relaciones de interés social. En la opinión de los pequeños productores la organización tiene ventajas, juntos pueden exigir un buen precio por su producto, juntos lograran que las empresas acopiadores reconozcan el valor de los certificados¹⁷ que han obtenido hasta la fecha.

2.5 Acopio y comercialización de café a nivel de organización

Ya hemos descrito y analizado el proceso del sistema de producción que a nivel productor y familiar realizan los campesinos indígenas de la zona de estudio, en esta sección del documento describiremos y analizaremos el acopio a nivel organización que se lleva a cabo en Sax Yaxte. Para el análisis se consideró el período de cosecha 2002-2012, a partir del año 2002 porque es el momento en que la organización hace el primer acopio. En la gráfica podemos apreciar el volumen de café acopiado por la organización, así se aprecia que el punto más alto fue el año 2008.

¹⁷ hemos pagado (el 50% lo aportó COMCAFE y el otros 50% lo dio la organización), hemos cumplido con las norma que nos han propuesto. Domingo Gómez Álvaro. Presidente de la organización, febrero del 2012.

Figura No. 7. Volumen de producción de café de la organización Sax Yaxté en el periodo de 2002 al 2012.

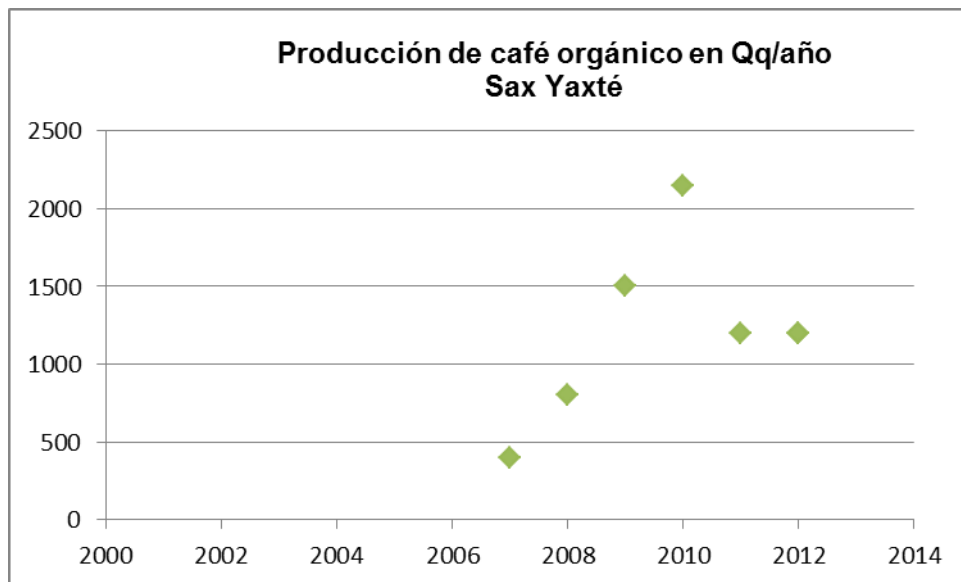


Fuente. Base de datos de la Organización Sax Yaxté. Mayo 2012.

Esta gráfica indica que en el año 2002, fecha en que se constituyeron como organización cafetalera, no existe ninguna producción reportada, así como en el 2003. La primera producción se reporta como resultado del trabajo colectivo en el año 2004, con un volumen de 400 quintales de café convencional. En el año 2005 se reporta un volumen de producción de 800 quintales. En el año 2006, se produjeron 1500 quintales, ese mismo año entran a trabajar en el proceso de certificación de café orgánico y fue en el 2007 que realizan la primera entrega de 400 quintales de café orgánico certificado y 400 de café convencional. En el año 2008 se reporta un volumen de 5000 quintales, de los cuales 800 son de café orgánico y el resto de café convencional. En el 2009 se obtuvo un volumen de 4500 quintales de estos 1500 son de café orgánico y 3000 de café convencional, En el 2010 un volumen de 5,150 quintales, de los cuales 2,150 son de café orgánico y 3000 de café convencional. Para el 2011 se reportó un

volumen de 4200 quintales de los cuales 1,200 fueron de café orgánico y el 2000 de café convencional. Se esperaba que el volumen de venta creciera paulatinamente, sin embargo como se observa en la gráfica que fue descendiendo y hasta el año 2012 el volumen de producción fue de 3,200 quintales de los cuales 1,200 quintales fueron certificados como café orgánico y 2000 de café convencional, (ver figura 7 y 8).

Figura No. 8. Producción de café orgánico de la organización Sax Yaxté



Fuente. Base de datos de la Organización Sax Yaxté. Mayo 2012.

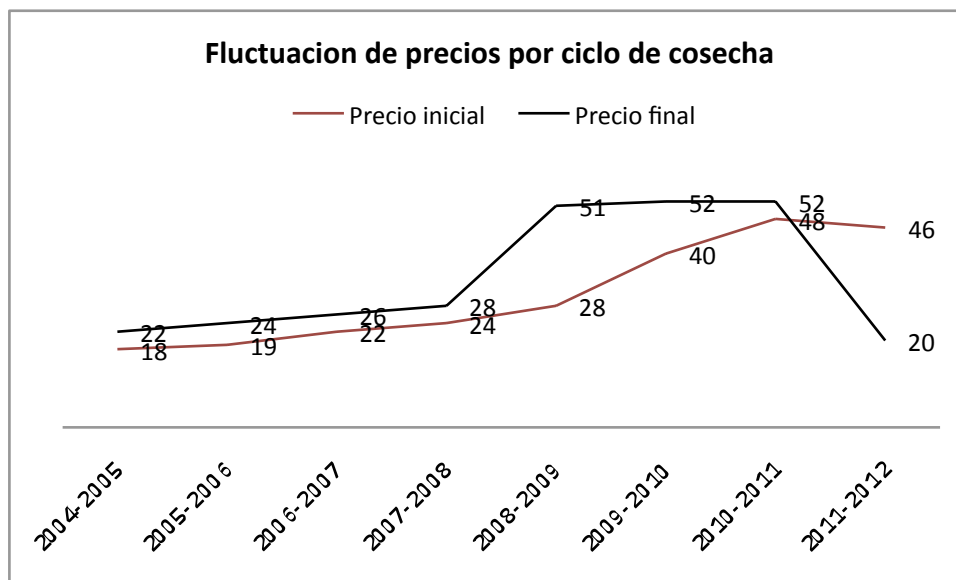
La dinámica de la organización referida al acopio y a la comercialización se debe a la falta de recursos económicos para el acopio; existen iniciativas promovidas desde el Estado para abrir una línea de crédito, a través de Fondo Nacional para las Empresas en Solidaridad (FONAES); sin embargo, no ha ocurrido que accedan a los créditos de esta institución, por lo que los recursos económicos siguen siendo un aspecto severamente limitante para poder

comprar la producción de los cafeticultores. Otro aspecto limitante es la competencia que se genera con tantos eslabones de la cadena de mercado. En la búsqueda de alternativas a los problemas de acopio, en el año 2006 establecieron convenios de compra-venta con la empresa AMSA. Esta empresa al inicio otorgó un apoyo de 500 a 1000 pesos por productor, para la cosecha y como adelanto al pago de su café. En éste convenio se establecía que la responsabilidad del productor era entregar su producto a la empresa el precio pactado, aun si este, en el momento de la entrega estaba más arriba de lo pactado. La empresa recibía la cantidad convenida y realizaba el pago en efectivo con la condición que la organización debería darle sus certificado para que ésta realizara la exportación. El convenio 2006, además establecía que la empresa se obligaba a pagar una diferencia por el precio internacional y por el uso de certificado una vez terminando el ciclo de producción y venta. La empresa no cumplió con lo pactado en el convenio 2006 y hasta la fecha no han recibido ningún recurso extra por el café entregado. El incumplimiento del convenio generó desconfianza entre los socios, por lo que algunos productores comienzan a trabajar de manera independiente y a entregar su café al intermediario; otros se salen de la organización porque creen ellos que es injusto que no les reconozcan el valor de su café, esta problemática se explica en el subtema siguiente.

Los precios del café en la organización Sax Yaxté

Los precios del café están definidos en la bolsa de valores de Nueva York, a nivel local la dinámica de la cadena de comercialización hace que fluctúen los precios como podemos ver en la gráfica siguiente.

Figura No.9. Comportamiento del precio de café. Organización Sax Yaxté. Periodo 2002-2012.



Fuente. Base de datos de la organización Sax Yaxté. 2012.

La fluctuación de precios que muestra la gráfica se refiere al comportamiento de precio inicial del ciclo y el final de cada ciclo, por ejemplo en el año 2004 inicia con el precio de \$18.00 y termina con \$22.00 pesos por kilogramo, se observa precio más alto en el ciclo 2009-2010, sin embargo en el 2011 a 2012, se presenta una baja significativa de \$46.00 pesos a \$30.00 pesos por kilogramo. Algunos productores almacenaron su café en espera de que el precio mejorara. Sin embargo, esta es la realidad, una realidad en que el pequeño productor seguirá en espera que el valor de su producto tenga el mejor precio. Desafortunadamente depende del mercado global, de las cadenas de

comercialización, de la desatención del gobierno, de la presencia de las acopiadoras transnacionales, de la presencia de intermediarios, que ponen grandes obstáculos para llevar su producto al consumidor, lograr un precio favorable para salir de la crisis en general

2.6 Limitantes organizativas

La organización al igual que otras en el país tiene limitantes que no le permiten asumir una posición en el mercado nacional de café. Los problemas más comunes que enfrenta la organización se resume en tres aspectos: (a) una coordinación deficiente, (b) una administración con poca transparencia y, (c) el poder concentrado en la presidencia de la organización, hay incapacidad de distribuir los roles para operar las diferentes funciones que implica la organización de café (gestión, créditos, acopio, comercialización, registro, etc.).

*El presidente debe informar de los avances y logros de la organización por lo menos cada dos meses, para que sepamos cómo vamos.*¹⁸

El señor Moreno basa su argumento en la poca comunicación que ha existido del presidente durante las actividades al frente de la organización, ya que debido al mucho trabajo en los meses de cosecha no se pueden reunir, y que sería sano para todos los socios conocer los avances que se tienen

*Al inicio de los trabos como organización, nos dieron dinero de COMCAFE, para la compra de café, de ese tiempo a la fecha no sabemos cuánto ganamos.*¹⁹

Esta narrativa da cuenta de la falta de transparencia de la mesa directiva hacia los socios, este aspecto ha sido recurrente en las organizaciones sociales. La

¹⁸ Moreno de Ara, en entrevista realizada por el autor en febrero, 2012

¹⁹ Ídem

transparencia es una práctica institucional que puede ser empleada para legitimar y fortalecer todo tipo de organismos sociales (Monsiváis, 2005); su construcción requiere de mantener comunicación y de rendir cuentas ante la organización. Esta práctica requiere de capacitación y de un actuar cotidiano.

El presidente contrató personal administrativo, pero de esto no se tuvo el cuidado de llevar correctamente la contabilidad y organización de los recursos. Por lo que al hacer el recuento nos faltaron para hacer los pagos correspondientes. Es posible que ahí este el dinero pero nos falta conocimientos para hacer las contabilidad.²⁰ Pedro Gómez, Febrero 2012.

Los recursos de los que habla Pedro Gómez fueron otorgados por COMCAFÉ, con el respaldo del FIRA, y FINDEC de Tuxtla, con estos recursos la directiva de la organización comenzaron a comprar de café y se invirtió en la construcción de materiales que hicieron falta en la bodega. Sin embargo la falta de transparencia provocó desconfianza como lo señala el productor Moreno de Ara:

Por un lado creo que ya no hay confianza creo que lo que hizo es perder la confianza de 213 productores y por eso se están retirando los socios y los que viven en la comunidades más lejanas no saben nada dicen que van a seguir, pero yo creo que hasta que nos reúna a todos vamos a decidir si seguimos o no.²¹

El imaginario colectivo de los pequeños cafecultores de Sax Yaxté, esta construido en el sistema de café orgánico, aspiran a que su café sea

²⁰ Pedro Gómez, entrevista realizada por el autor en febrero, 2012.

²¹ Moreno de Ara. Tesorero de la organización, Platica realizada el día 25 de enero del 2012.

reconocido como café orgánico. Sin embargo la falta de transparencia y de comunicación de los representantes hacia los socios; así como la falta de coordinación, abuso de confianza, hacen que este imaginario colectivo se diluya afectando la posibilidad de obtener créditos, y otros beneficios que puedan incentivar la producción de café. Pese a los dilemas de coordinación que enfrenta la organización los socios siguen construyendo su economía a partir de la producción de café orgánico. Durante el estudio se les pregunto a los socios. ¿Qué esperan de la organización?, las respuestas fueron:

- Que siga la organización pero que cambie la directiva porque ya no se puede seguir confiando en el presidente.
- Que exista información mensual y que nos den a conocer los avances y logros de la organización.
- Tiene más de una año que no nos han convocado a una reunión, urge una reunión.
- Hace tiempo nos visitó una empresa que según nos iba ayudar con el manejo administrativo pero ya no regresó. Necesitamos a personas que nos ayuden a resolver nuestros problemas sobre todo en el manejo administrativo de la organización.

Que se nos reconozca el sello de calidad porque de los dos certificados que tenemos nunca nos dijeron como se usa y para que nos iba a servir. Los socios consideran que cambiando a la directiva van a cambiar sus desafíos, esta es una forma ingenua de pensar porque, la mesa directiva tiene que pasar por un proceso de capacitación y la organización por un proceso para establecer reglas claras para que la acción colectiva resurja y se pueda seguir configurando el imaginario colectivo.

CAPITULO III. LAS RELACIONES DE LA ORGANIZACIÓN CON LOS AGENTES Y ACTORES EXTERNOS.

3.1 La relación de la organización con los agentes y actores externos.

Para describir este apartado se mencionan a los principales actores con los que los pequeños productores interactúan tanto en el proceso de vida diaria, así como la obtención de bienes y servicios públicos y privados. En la cadena del sistema de producción de café tanto del convencional como del orgánico los pequeños productores sostienen una serie de relaciones a partir de que el Estado entro a la fase neoliberal del capitalismo. La apertura comercial hizo que la cadena de comercialización se incrementara, podemos observar en la figura No 9 que los pequeños productores de manera organizada e individual establecen relaciones con los tres niveles de gobierno el federal a través de programas federales, el estatal a través de programas y proyectos estatales y a nivel municipal mediante los programas que en este nivel se promueven. Las relaciones también se cifran desde las empresas comercializadoras a través de intermediarios, locales y regionales o bien directamente con las gerencias de las empresas. Otro nivel de relaciones es con las instituciones académicas y de investigación que a partir de 1998 han mostrado interés en como los pequeños productores de café se incorporan a un proceso social tan amplio como es el mercado global del café.

Estos actores interactúan en las diferentes fases del proceso de producción y comercialización.

La relación que establecen los socios de la organización se describe a continuación.

3.1.1. Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café (COMCAFÉ).

En 1949 fue creada la Comisión Nacional del Café, a través de la cual el gobierno interviene en este sector. A partir de los años sesenta el gobierno promueve el cultivo en grandes extensiones de las zonas montañosas del sureste, dando lugar al minifundismo. Durante la vigencia del convenio de cuotas de la OIC (1962-1989), el gobierno exportaba el volumen principal del café por medio del Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), creado en 1971 para llevar a cabo la investigación, producción, asistencia técnica, financiamiento, transformación, industrialización y comercialización del grano. En 1989 se inicia la desincorporación del INMECAFÉ y en 1992 desaparece, transmitiendo a los productores las funciones de fomento, asistencia técnica y comercialización, liberando al gobierno del gasto en una institución que ya resultaba ineficaz. El 31 de mayo de 1993 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto que abrogó la ley que había creado al Instituto Mexicano del Café, siendo sustituido por el Consejo Mexicano del Café, que en el mes de enero de ese mismo año se había creado.

El Consejo Mexicano del Café (CMC), fue el órgano gubernamental dependiente de la Secretaría de Agricultura que, hasta principios de 2005, estaban directamente relacionados con la cafecultura nacional que llevó acabo las acciones y programas que el gobierno implementó.

En el gobierno de Chiapas, debido de la desatención del sistema de producto y comercialización de café, seguido de malos manejos y diversas contradicciones, que no daban paso hacia el desarrollo de la cafecultura, se crea la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café. COMCAFÉ, que un organismo descentralizado de la administración pública estatal, con personalidad jurídica y patrimonio propio, conformado por una junta de gobierno quien es la máxima autoridad de este organismo, una Dirección General y 13 Comités Técnicos Regionales del Café (ocho delegaciones y cinco subdelegaciones). La Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas se crea mediante decreto No. 194 publicado en el periódico oficial No. 036 de fecha 16 de agosto del 2000; institución que atiende como ventanilla única al sector cafetalero, el cual está representado en la H. Junta de Gobierno. Ésta Comisión identifica un sector organizado, integrado según datos del actual censo cafetalero, por más de 175 mil 757 productores y sus familias, que cultivan alrededor de 243 mil 667.7 hectáreas de café, así como de los demás actores de la cadena productiva (COMCAFE, 2007-2012).²²

El Gobierno del Estado de Chiapas implementa una política cafetalera basada en la participación organizada de los integrantes en la cadena del valor del café, bajo los criterios de eficiencia administrativa, coordinación institucional y concertación social, siendo Chiapas Solidario el eje central de todos los programas: Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades con dos

²² COMCAFE, 2000, Programa de Desarrollo Integral de la Cafecultura Chiapaneca 2007-2012. Consejo Estatal del Café del Estado de Chiapas.

políticas públicas: Café y Sustentabilidad, en la atención de los principales problemas y necesidades de los cafeticultores.

Para dar mayor atención a los productores, se ha dividido administrativamente el Estado en 13 Delegaciones cafetaleras: Ángel Albino Corzo, Bochil, Comitán, Copainalá, Mapastepec, Motozintla, Ocosingo, Ocozocoautla, Palenque, Pichucalco, San Cristóbal de las Casas, Tapachula y Yajalón. Estas Delegaciones se agrupan por regiones de la siguiente manera: Región I Centro, Copainalá y Ocozocoautla; Región II Altos, San Cristóbal de las Casas; Región III Fronteriza; Comitán; Región IV Fraylesca, Ángel Albino Corzo; Región V Norte, Bochil y Pichucalco; Región VI Selva, Ocosingo, Palenque y Yajalón; Región VII Sierra, Motozintla; Región VIII Soconusco, Tapachula; y Región IX Istmo-Costa, Mapastepec.

Cuadro No 6. Regiones cafetaleras en el Estado de Chiapas y sus principales indicadores

Regiones cafetaleras	No. de Localidades	No. de Productores	Superficie en hectáreas
01 Copainalá	100	4,040	2,987
02 Ocozocoautla	248	5,821	10,352
03 San Cristóbal	376	25,840	18,182
04 Comitán	312	10,504	10,140
05 Ángel Albino Corzo.	184	6,450	24,752
06 Bochil	274	15,028	15,388
07 Pichucalco	198	7,570	5,614
08 Ocosingo	948	28,053	28,213
09 Palenque	238	6,914	5,312
10 Yajalón	364	18,436	16,488
11 Motozintla	586	21,233	40,858
12 Tapachula	564	20,395	48,841
13 Mapastepec	228	5,443	15,539
TOTAL	4620	175,757	242,689

Fuente. Comisión para el Fomento y Desarrollo del Café 2006.

El municipio de Chilón se localiza en la región administrativa de Yajalón, las cuales son parte de los indicadores que muestra COMCAFÉ en el 2006.

En el cuadro se observa que la región Ocosingo es la que presenta mayor superficie pero la distribución por productor es similar a una hectárea en promedio, seguido de San Cristóbal que tiene mayor superficie por productor, esto indica que las características de los productores de cada región son similares en todo el Estado. La región de Yajalón, tienen una superficie de 18,436 hectáreas, de las cuales los socios de la organización registran una superficie de 339,685 hectáreas que equivale al 2% de la superficie total dela

región. Además la región Yajalón su superficie está distribuida 16, 488 productores dentro de los que se encuentran los socios de Sax Yaxté, representando un 1.2% del total de la región. Como puede verse la organización representa una pequeña cantidad con respecto a la región (ver capítulo IV), pero las condiciones de producción, marginación, falta de apoyo a la actividad cafetalera puede ser similar a otras regiones del Estado.

Otra de las estrategias, de atención ha sido la creación del padrón cafetalero de Chiapas, con la finalidad de tener un acercamiento de número de productores y superficie cultivada así como el sistema de producción.

Cuadro No. 7. Número de productores y superficie registrada en el padrón cafetalero en el Estado de Chipas en el 2010.

Rango	Productores	%	Superficie en has.	%
0 a 0.50	56,174	31.98	20,534.03	8.43
0.51 a 1	57,736	30.59	40,431.66	16.59
1.01 a 2	40,519	23.06	57,292.07	23.51
2.01 a 5	21,239	12.09	63,323.06	25.99
5.01 a 10	3,053	1.74	19,824.98	8.14
10.01 a 50	738	0.42	11,069.11	4.54
50.01 a 100	96	0.05	8,844.99	3.63
Más de 100.01	122	0.07	22,347.76	9.17
TOTAL	175,677	100	243,667.76	100

Fuente: Padrón Nacional cafetalero. COMCAFE.2010.

La mayor superficie está distribuida entre los productores que tiene entre 2 a 5 hectáreas, seguido de los productores que tiene entre 1 a 2 hectáreas. La menor superficie se distribuye entre más 113 mil productores, generalmente viven en comunidades localizadas en zonas marginadas en su mayoría productores indígenas como es el caso de los pequeños productores de la

organización Sax Yaxté, que tienen condiciones muy similares que otros productores de otras regiones del Estado de Chiapas.

Los objetivos de los programas de apoyo a la cafeticultura han sido discutidos en cuanto a que si estos, llegan a beneficiar a los productores o han sido parte de una política del gobierno para disfrazar los apoyos al campo. Para ello se observa desde una pequeña organización indígena campesina que tanto han beneficiado estos programas y si el destino de los recursos es para impulsar la producción de café. Los programas de apoyo son:

- Fomento a la producción del cultivo del café.
- Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café Chiapaneco.
- Impulso al fortalecimiento de la cafeticultura en Chiapas.
- Capacitación y asistencia técnica al sector cafetalero.

Hasta el momento de todos estos programas que señala COMCAFÉ, únicamente han sido beneficiados con; patios de secado, despulpadoras, proyecto de hongos setas, cría de peces, proyecto de “mujer cafetalera”, cuyos programas se han dado una sola vez, en todo el tiempo que han trabajado como organización. El principal requisito para ser beneficiado de estos apoyos, es estar dentro del padrón de productores de café, cumplir con una serie de requisitos que se deben, dentro de estos podemos señalar; deber estar organizados y constituidos formalmente como grupo de trabajo, deben tener solvencia económica, contar con experiencia para esta actividad, realizar la solicitud en ventanilla para entrar al proceso de evaluación, entre otros

requisitos que por la falta de conocimientos y falta de recursos para la gestión muchas veces se quedan en el intento.

3.1.2. Fomento Productivo al Café Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

Para el sector cafetalero, se creó un programa de “fomento productivo al café”, que consiste en que por productividad se brinde un apoyo de 160.00 pesos por quintal, obtenido de la comercialización promedio registrada en el Sistema Informático de la Cafecultura Nacional (SICN), de los últimos dos ciclos anteriores y el vigente, hasta 10 quintales por hectárea y hasta 20 hectáreas por productor. Por superficie en café convencional; la cantidad de 410.00 pesos por hectárea a productores que hayan registrado comercialización en alguno de los dos ciclos anteriores y el vigente, hasta 20 hectáreas por productor. En el caso de café sustentable: un apoyo de 560.00 pesos/hectárea a productores que hayan registrado comercialización en alguno de los dos ciclos anteriores y el vigente, hasta 20 hectáreas por productor. Para los productores que tengan de 0.01 a 0.5 hectáreas, el monto de apoyo por superficie será el equivalente a media hectárea; y mayor a 0.5 hectárea, la parte proporcional, según corresponda. Este es el único programa de apoyo al productor, “apoyo al café”, en base a este tipo de apoyo solo lo recibió algunos productores en los ciclos 2006, 2007, 2008, a partir de ahí no han recibido ningún otro apoyo más debido

a la falta de información y asesoría para acudir a la oficinas en el tiempo en que las ventanillas²³ de atención están abierta a la inscripción.

Procampo

Otro programa que beneficia de manera indirecta a la cafecultura es el programa PROCAMPO que en la regla de operación menciona que serán sujetos del apoyo los productores, personas físicas o morales, con predios registrados en el PROCAMPO, a los que se les haya integrado en el Centro de Apoyo al Desarrollo Rural (CADER) que les corresponda su expediente completo que mantengan el predio en explotación y cumplan la normatividad del Programa.

Los montos de Apoyo \$1300.00 pesos por hectárea, para predios de hasta 5 hectáreas elegibles de temporal en el ciclo agrícola Primavera Verano. \$963.00 (novecientos sesenta y tres pesos 00/100 M. N.) por hectárea para el resto de los predios registrados en el directorio del PROCAMPO.

Desde el ciclo agrícola PV/2009, se estableció un límite de apoyo de hasta 100 mil pesos por persona física beneficiaria, por ciclo agrícola. De este programa solo el 25% de los productores de la organización reciben este apoyo, estos productores se distinguen los de mayor edad, y a los productores más jóvenes siguen en espera de un programa para su incorporación al PROCAMPO.

²³ Solo recibimos 900 pesos por hectáreas, ahora es más complicado porque piden una serie de requisitos que no logramos cumplir a tiempo porque cada año le cambian Gómez Álvaro. Marzo 2012.

PROGAN

Existe otro programa de apoyo que es el Programa de Producción Pecuaria Sustentable y Ordenamiento Ganadero y Apícola (PROGAN), cuyo objetivo incrementar la capitalización de las unidades económicas de los productores pecuarios, a través del apoyo subsidiario a la inversión en bienes de capital para la producción primaria, que incluyen producción y procesamiento de forrajes, y la conservación y manejo de áreas de apacentamiento. La población objetivo es para persona físicas o morales que se dediquen a actividades pecuarias, dentro de los apoyos que ofrece son de \$750,000.00 (setecientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.) por persona física o moral. Para productores ubicados en localidades de alta y muy alta marginación, el monto máximo puede ser de hasta el 75% del valor de los bienes. De este programa solo el 10% de la población los productores de la organización han sido beneficiados, me refiero a grandes productores dentro de la dentro de la tipología propuesta en el tema anterior por un lado porque poseen los terreno adecuados para esta actividad y los que no reciben este apoyo es porque no tienen las tierra adecuadas y su superficie es muy pequeña.

3.1.3 Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).

Los programas de apoyo a los productores de café se centran en el Programa de Opciones productivas.

En el programa se apoyan proyectos de la población que vive en condiciones de pobreza, incorporando en ellos el desarrollo de capacidades humanas y técnicas como elementos para promover su sustentabilidad económica y ambiental. Se busca:

- Impulsar iniciativas productivas emprendedoras.
- Promover las competencias, habilidades productivas y la capacidad emprendedora.
- Impulsar el fortalecimiento del capital social.
- Promover la formación de redes de producción y comercialización de proyectos.

Para esto el programa aplica cuatro modalidades de apoyo: Agencias de Desarrollo Local, Asistencia Técnica y Acompañamiento, Proyectos Integradores y Fondo de Cofinanciamiento.

Como parte de la estrategia Vivir Mejor en su línea de acción Puentes al Desarrollo, el programa contribuye a elevar la productividad de las personas para que cuenten con mejores opciones de empleo e ingreso que permitan reducir la pobreza, y propiciar la cohesión del tejido social para consolidar el capital social de las comunidades.

De este programa fueron beneficiados en el 2007, con la construcción de la bodega con capacidad para almacenar 12000 quintales de café.

3.1.4 Secretaría del Campo. SECAM

El programa maíz solidario propone apoyar a todos los productores, de autoconsumo que cumplan con los requisitos de elegibilidad, utilicen agro insumos y realicen prácticas de conservación del entorno agroecológico, en base a los conceptos de apoyo establecidos. Impulsar la siembra y producción de maíz, promover la seguridad alimentaria así como la reconversión productiva, con oportunidad para incrementar la producción y elevar el nivel de ingreso en el medio rural. La cobertura estatal es de hasta \$800.00 por productor.

Los productores de estas comunidades han recibido poco apoyo. Como antecedente se conoce que el ciclo 2005- 2006, se beneficiaron a través del programa de “Fomento agrícola”, con la entrega de un paquete de aperos agrícolas que contenía un pico, un cava hoyos, una carrerilla, una mochila aspersora, 4 bultos de fertilizante orgánico, como apoyo a la producción de café y maíz. Este fue el único programa que tuvo impacto para la cafecultura, los demás no han tenido nada que ver en este sector.

En el 2007, se vieron beneficiados algunos productores con el programa de aves de corral, se les entregaron paquetes para su cuidado y venta, por otro lado se propuso el establecimiento de invernaderos para cultivo de jitomate pero ninguno salió beneficiado porque no tuvo aceptación.

En el 2008, en el programa de reconversión productiva por parte de la SECAM, propuso la siembra de cítricos, la estrategia era que como el precio de café se había desplomado hasta los \$12.00 pesos por kilogramo, la propuesta era de que tiraran su cafetales y sembrarán cítricos como especies de limón, naranja,

entre otros. Pero este programa no tuvo el éxito ya que no existía un estudio de mercado para estos productores por lo que fue un fracaso para la zona cafetalera por las siguientes razones. Miles de productores entraron al programa y no tuvieron éxito, al pasar el tiempo en el año 2009 cuando el precio de café comienza a recuperar el precio, los productores estaban arrepentidos de haber entrado al programa de reconversión productiva con la siembra de cítricos, y comienzan nuevamente a sembrar café, hasta el momento se observan plantaciones muy jóvenes, con la idea de replantar toda la superficie que se había destruido. En 2009, el Programa Maíz Solidario tuvo una cobertura de atención para 210,000 productores con el apoyo al paquete tecnológico que incluyó el seguro de vida al productor beneficiario, con un monto global de 210 millones de pesos. De estos recursos solo el 10% de los productores se vieron beneficiados. Trabajo de campo mayo 2012.

En 2010, el Programa Seguridad Alimentaria Maíz Solidario tuvo una cobertura de atención para 200,000 productores con el apoyo al paquete tecnológico que incluyó el seguro de vida al productor beneficiario, con un monto global de 180 millones de pesos. Este es otro programa que a pesar de que las comunidades se ubican en zonas de alta y muy alta marginación, el programa no ha tenido el impacto que se esperaba según información realizada en las encuestas aplicadas a las comunidades que conforman la organización.

3.1.5 Presidencia Municipal

A través de COPLADEM, la presidencia municipal atiende a la población rural del municipio en sus diferentes programas. Dentro del programa de fomento

agropecuario contempla la entrega de paquetes de pollos, corrales de manejo y alimento a un determinado número de familias, para ello a cada familia le otorgan \$500 pesos, en tan solo un periodo de gobierno. El impacto que tiene estos proyectos es mínimo ya que en un periodo de 5 meses el proyecto no tiene continuidad, porque no existe seguimiento para que por lo menos esté dando los frutos esperados.

*La mayoría de los recursos de la presidencia van encaminados a hacer obras, caminos, pavimento, otras construcciones, pero nunca el apoyo a la cafeticultura.*²⁴ Los habitantes del ejido Nahilté llevan gestionando en un periodo de 5 años y no han tenido respuesta ya que los proyectos los enumeran y priorizan según la cercanía de la comunidad y de las políticas internas de la propia presidencia.

Cuadro No. 8. Programas gestionados por la organización.

Institución	Programa	Beneficio	Porcentaje de productores beneficiados
Comcafé	Renovación de cafetales	Vivero, torrefactora	100
Sagarpa	Fomento productivo al café	\$160.00/Qq.	42
Progan	Capitalización de las unidades económicas	750.00/cabeza	12
Procampo	Maíz temporal	\$1300.00/has/ciclo primavera verano	25
Sedesol	Fondo de cofinanciamiento	Construcción de la bodega con capacidad de 12,000 Qq	100
Secam	Maíz solidario	\$800.00 Seguro de vida	10
Presidencia municipal	Copladem Fomento agropecuario	Comunitario \$500.00/productor	5

Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, marzo del 2012.

²⁴ Domingo Gómez Álvaro. Ejido Nahilté 3ª. Sección.

A pesar de que existen diversos programas gubernamentales la organización en cuestión solo ha recibido estos apoyos durante el período que se analiza en esta tesis. Los resultados de las relaciones de la organización con el gobierno comparados con otras organizaciones de otras regiones se deben a las siguientes causas:

Los socios tiene poca capacidad de construir su espacio de acción que como ya vimos con Bourdieu el espacio es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras con estas prácticas sociales van construyendo su territorio rural que posiblemente desde otros espacios tiene más cohesión social, pero desde la organización sus limitaciones para insertarse a un sistema de producción orgánica son severas. La pérdida de confianza y la heterogeneidad dentro de la organización posiblemente son las causas de la poca gestión que han logrado en su inserción al mercado y la institucionalidad creada desde el café.

3.2 Acopiadoras Transnacionales

La organización Sax Yaxté tiene relación a través de la comercialización con las empresas acopiadoras que se encuentran en el territorio AMSA, Cafés TOMARI S.A de C.V., y Cafés California S.A de C.V, cada una de éstas empresas tiene sus estrategias y sus formas para acopiar la mayor cantidad de café, sus prácticas contribuyen a la construcción del territorio.

3.2.1 AMSA, Agroindustrias Unidas de México.

Agroindustrias Unidas de México, S.A. de C.V. (AMSA). Inicia sus operaciones en México en el año 1948 con la comercialización de algodón. Años más tarde, incursiona también en Café, Cacao y Granos. Hoy en día tiene presencia mundial y son líderes en el proceso y comercialización de los diferentes productos. Cuentan además una amplia red de sucursales en casi todos los estados de la República Mexicana. AMSA es una empresa que posee el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable).

AMSA inicia sus operaciones en el año de 1979, teniendo su primer sucursal en Tapachula Chiapas bajo el nombre de Omnicafé. Actualmente cuenta con 11 beneficios secos, 7 beneficios húmedos y 13 centros de compra.

El café lo exporta a los países de E.U, Puerto Rico, Japón, Australia, Suecia, Holanda, Alemania, Suiza, Inglaterra, Emiratos Árabes Unidos entre otros.

Los centros de acopio en el Estado de Chiapas se ubican en los municipios de Chicomuselo, Comitán, Huixtla, Jaltenago, Bochil, Yajalón, Simojovel, Tapachula, El Triunfo, Villa Corzo, Unión Juárez, Tuxtla, El Porvenir y Comalapa.

Esta empresa compra café a los productores individuales, organizados y a intermediarios, estableciendo ciertos criterios que se rigen al interior de la empresa, sin embargo dan a conocer sus especificaciones como se muestran en la siguiente tabla, tomando en cuenta las especificaciones de café Chiapas como una muestra del respeto a los estándares de calidad del café Chiapaneco.

Cuadro No. 9. Especificaciones físicas del “Café Chiapas”.

Parámetro	Estrictamente altura	Altura	Extra prima lavado	Prima lavado	Método de prueba
Altitud msnm	Mayor de 100	900 a 999	801 a 899	800	Inciso 6.1 y Tabla 1 NMX-F-551-1996
Color	Verde oscuro 5753 c a Verde optimo 5763 C Verde aceituna 5773 a Verde aceituna claro 5783C Verde claro 5793 C a verde muy claro 5803 C	Verde oscuro 5753 C a verde optimo 5763 C Verde aceituna 5773 C a verde aceituna claro 5783 C Verde claro 5793 C a verde muy claro 5803 C	Verde oscuro 5753 c a Verde optimo 5763 C Verde aceituna 5773 a Verde aceituna claro 5783C Verde claro 5793 C a verde muy claro 5803 C	Verde oscuro 5753 C a Verde optimo 5763 C Verde aceituna 5773 a verde aceituna claro 5783C Verde claro 5793 C a verde muy claro 5803 C	9.1.3 NMX-F-551-1996 Determinar en el catalogo Pantone la clave de color que más aparezca a la muestra.
Humedad	11.5%-12.55	11.5%-12.25%	11.5%-12.25%	11.5%-12.25%	Inciso 9.1
Tamaño	75%>15 25%>15	75%>15 25%>15	75%>14 25%>14	75%>14 25%>14	Inciso 9.3
Forma	>=95% plancheta	>=95% plancheta	>=90% plancheta	>=90% plancheta	Inciso 9.4
Defectos totales	Ver nota 1	Ver nota 1	Ver nota 1	Ver nota 1	Ver nota 1, inciso 9.5

Fuente NMX-F-551-1996. Café Marca Chipas. Gobierno del Estado. 2012.

Bajo las éstas especificaciones se rige la mayoría de las empresas acopiadoras transnacionales, como es el caso de AMSA. Las especificaciones deben darse a conocer tanto para el productor como el acopiador sin embargo los productores no llegan a reconocer los valores que rigen la calidad de café, es ahí donde nuevamente el productor le pagan bajo las condiciones que el acopiador le parezca. Sin embargo ésta empresa (AMSA), reconoce a la organización Sax Yaxté como productora de café, convencional y orgánico, en este sentido establecen convenios de compra venta de café en pergamino, una vez realizada la firma de convenio, la administración de la empresa AMSA, le proporciona recursos al líder de la organización el monto puede variar

dependiendo de las estimación de cosecha para el ciclo actual, el proceso consiste en que el líder de la organización le compre café pergamino a sus socios, posteriormente debe cumplir con la entrega del producto, bajo las normas establecidas por la empresa.

En ocasiones un técnico de AMSA, acude al lugar de reunión de los socios para desarrollar un taller cuyo objetivo es enseñarles a cómo realizar sus actividades de cosecha y beneficios de los estándares de calidad y de cumplimiento con la empresa.

A nivel interno de la organización sucede un proceso de apoyo para que los socios realicen las labores de cosecha, que puede ser de 500 pesos hasta mil pesos por socio. Este dinero de adelantado cuyo objetivo es asegurar la entrega del producto, alrededor de 5% de los productores son beneficiados a través de la directiva de la organización, esto trae como consecuencia el descontento de muchos socios que necesitan el apoyo para la cosecha.

En los últimos años específicamente el año 2012, se perdió esa relación de compra-venta. Sencillamente seguirá la explotación del productor a partir de sus políticas, y estrategias de mercado aprovechando de las necesidades de los productores.

3.2.2. Exportadora de Cafés TOMARI S.A de C.V.

Esta empresa inició sus actividades en 1987, en el Estado de Chiapas tiene sus centros de acopio ubicados en los municipios de Chilón, Yajalón, Sabanilla, Tila, Ocosingo, Tumbalá y Oxchuc.

Recibe alrededor de 120,000 quintales por ciclo de café pergamino y 12,000 quintales de café cerezo, el precio actual es de \$38.00 por kilogramos. El principal objetivo es acopiar café con las siguientes características: 80% de rendimiento, 8% de mancha, 12% de humedad si el productor o acopiador no cumple con estos requisitos son sujetos de descuento que van de 1 hasta 4 kilogramos por quintal. El inconveniente de esta empresa es que no reconoce los beneficios de un café orgánico a un convencional el precio es el mismo para los dos tipos, y para los productores de café orgánico no existe ese beneficio por lo que algunos productores están dejando de preocuparse por continuar con el sistema orgánico. Su principal función consiste en recibir café cereza y darle un beneficio húmedo además de recibir café pergamino y enviarle al centro de beneficio ubicado en Huatusco, Veracruz, ahí se le da la clasificación y seleccionado final para ser exportando a diferentes países.

Cafés Tomari ²⁵es el principal proveedor de café a Nestlé, mediante la participación de estas dos empresas se ha iniciado con la instalación de un vivero, con el objetivo de distribuir plantas a sus proveedores de café cereza o pergamino y de esa forma ayudar a los productores.²⁶

²⁵ Esquema de análisis de conversión: 250 kilogramos de cerezo, se convierten en 57.5 kilogramos de café pergamino, pasando por el despulpado, fermentado, lavado, secado, menos el 20% de este se convierte en 49 kilogramos de café oro, y entre un 15 a 18% menos obtenemos un café tostado. Conversión propia durante el trabajo de campo. Febrero 2012.

²⁶ Genaro Valdivia. Gerente. Plática sostenida el día 24 de febrero del 2012.

3.2.3 Exportadora Cafés California S.A de C.V

Esta empresa inició sus actividades en 1976, actualmente tiene 8 centros de acopio en el Estado de Chiapas. Los centros de acopio se ubican estratégicamente en Chilón, Bachajón, Ocosingo, Temó, Tila, Sabanilla, Petalcingo, Sitalá. Esta empresa acopia 60,000 quintales por ciclo, de estos; 1000 son de café orgánico y el resto es café convencional, le compra a los productores y acopiadores normalmente el tipo de café que acopia es de tipo bola, pergamino, márago, robusta. Ésta exportadora establece el contrato y paga un porcentaje por adelantado para asegurar la entrega del producto. El porcentaje por adelantado es de 5000.00 pesos por productor y da una cantidad mayor a los acopiadores. Cafés California para abarcar el mayor volumen de compra posible estratégicamente establece convenios con los intermediarios (coyotes). La empresa selecciona a los acopiadores en cada microrregión y ubican a una persona que realiza la compra directa. El acopiador elegido negocia el precio del café con el esquema de que en el momento de la entrega se realiza el pesado y las pruebas necesarias. Si la calidad del café no cumple con las pruebas físicas este es castigado con un valor de 1 hasta 4 kilogramos. El esquema de cómo opera un intermediario (coyote) se explica más adelante. La empresa establece convenios de comercialización pero antes selecciona a sus productores, dándoles preferencia a los grandes productores que tiene una superficie de 5 hectáreas o más, que tengan un historial de entrega de su producto en ciclos anteriores y que tengan capacidad de pago así

como la entrega de su producto a la empresa para ser acreedores de crédito o (apoyos por adelantado), como lo denomina la empresa.

3.3 Intermediarios (coyotes)

La mayor parte del flujo de venta y acopio de café, lo tienen las empresas transnacionales, en su mayoría se ubican en la cabecera municipal de Yajalón este es el lugar en donde se realiza el acopio más grande de la región cafetalera. Estas empresas de manera estratégica establecen punto de acopio en las comunidades, con el objetivo de acopiar café de las comunidades más lejanas. La persona que acopia café de los productores ofrece un precio más debajo de lo establecido en el mercado, porque hace un descuento de los costos de flete de la comunidad donde compre café hasta Yajalón, lugar donde se ubica la bodega de acopio. El proceso de compra de café incluye las pruebas de calidad y de humedad para establecer el precio, por lo que el comprador aplica dicha pruebas y realiza el pago correspondiente según los resultados y el pago lo hace en efectivo. En ese momento el productor se siente contento porque le están pagando al contado y con eso realiza el pago de jornales utilizados en la cosecha.

La forma de cómo operan las empresas transnacionales es ubicar a personal que realiza la compra y una vez que ya se tiene el volumen que va de los 50 a 100 quintales la empresa manda un camión para traer el producto al beneficio de la empresa. Estas a la vez realizan el beneficio de pesado, selección, clasificación, secado para su futura exportación.

Existe otro tipo de intermediarios que son los que trabajan con sus propios recursos y préstamos recibidos por la empresa transnacional, esta persona acopio café de diferentes tipos de productores, realiza el mismo ejercicio de prueba y realiza el pago directo y en efectivo a los productores, siempre con la ventaja de pagar al menor precio. El intermediario (coyote), ²⁷ entrega el café a la empresa, esta puede ser con la empresa que tenga convenios de compra-venta o bien elegir otras que paguen el mejor precio. La empresa paga de manera directa incluyendo un recurso más para que el intermediario siga acopiando café en la comunidades, muchas veces el intermediario ubica su centro de acopio en su propia casa, o bien sale con su vehículo acopiar café en la comunidades. Por lo que se observa ahora el pago es con dinero en efectivo, según pláticas sostenidas con los productores, antes lo hacían en forma de trueque o cambios por despensa o gallinas, pollos o a cambio de materiales de construcción, ahora es diferente.

3.4 Productores libres o externos.

La relación que tienen los productores de la organización con los productores libre de la región se presenta en mayor grado en la etapa de venta del café, ya que por ubicarse de manera estratégica el centro de acopio (bodega nahilté), es el paso obligado para que muchos productores antes de llevar su café a los intermediarios que se ubican el ejido Bachajón, o por todo el camino rumbo a Chilón, estos pasan a checar el precio en la bodega y si estos lo consideran a

²⁷ Los coyotes están al servicio de las empresas transnacionales o beneficiadoras que recorren los pueblos en vehículos de bajo y mediano tonelaje, pagando al contado la cosecha de los productores, quienes por la falta de dinero para pagar los cosechadores, se ven obligados a vender su café a precios bajos.

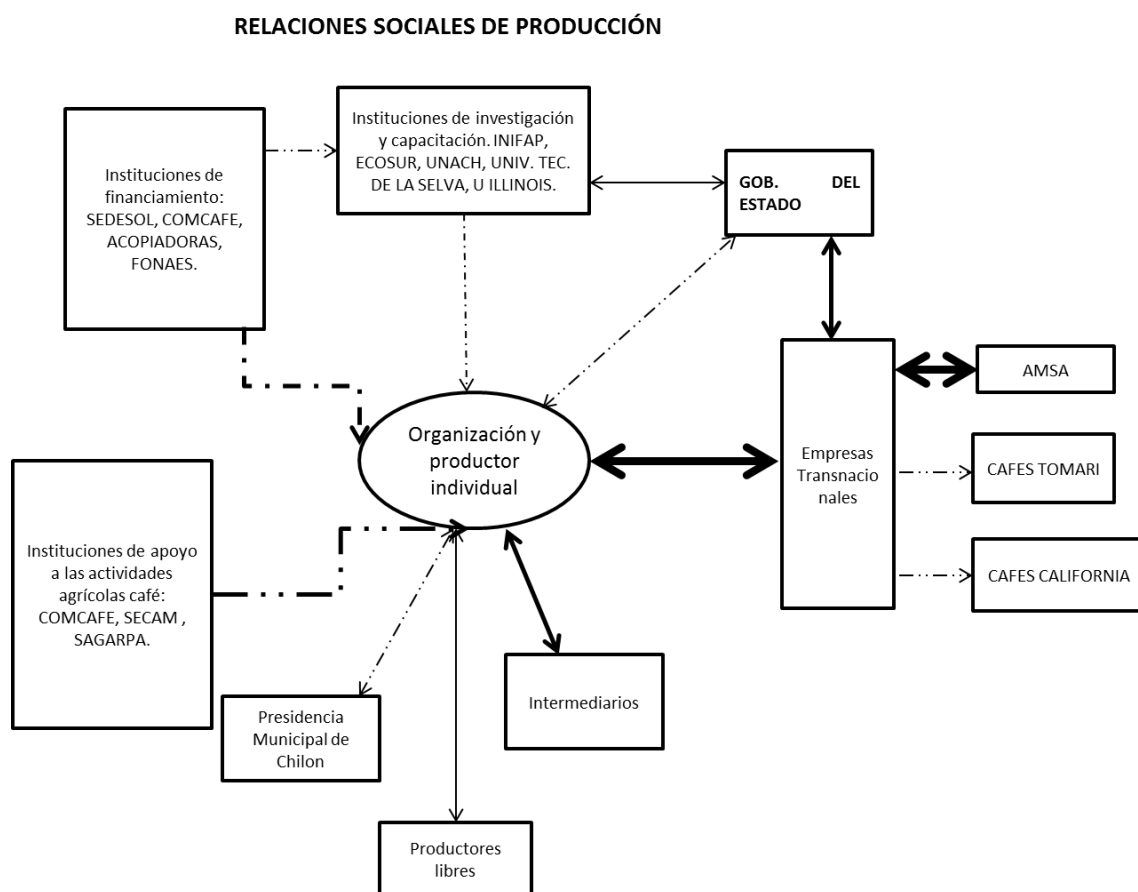
buen precio dejan su producto. De esta manera evitan pagar el transporte hasta los lugares mencionados. La relación se da entre los directivos de la organización al dar a conocer el precio local en el momento en que el productor se entrega su café a la bodega. A los productores libres únicamente les reciben como café convencional ya no cuentan con certificados de calidad que los ampare.

Por otro lado la relación se da por la cercanía que existe entre las comunidades y por problemas de gestión como por ejemplo, el uso de los recursos que se obtienen en el centro turístico de agua azul, o las aportaciones de pago predial ya que pertenecen al mismo ejido conocido como San Sebastián Bachajon.

3.5 Empresas certificadoras.

Dentro de la relación con los agentes externos también se ubica las empresas certificadoras, de esta hablaré más a detalle en el siguiente capítulo ya que su papel se relaciona de manera más estrecha en las estrategias de comercialización en donde se muestran más elementos que me permiten describir su relación con los pequeños productores de café de la organización.

Figura No. 10. Relaciones sociales de producción.



Fuente. Construcción propia. Trabajo de campo, Agosto de 2012.

En el cuadro puede observarse las relaciones fuertes y débiles que como organización o como productores individuales, establecen con los demás actores. Presentan una relación fuerte con las empresas transnacionales sobre todo con Agroindustrias Unidas de México, ya que han venido trabajando mediante convenios de compra ventas de café pergamino durante más de 8 años, por un lado la empresa apoya con recursos económicos para la cosecha

y el productor realiza la entrega de su cosecha en los términos establecidos como se explica en el capítulo anterior.

A nivel interno los productores de manera individual establecen una relación fuerte con los intermediarios ya que representa la primera opción de venta de su café, por varias razones, a) para solventar gastos para el cuidado de los cafetales, b) para pagar jornales en la cosecha, c) para resolver problemas de enfermedades, alimentación, por mencionar algunos. En cuanto a las instituciones de apoyo a las actividades agrícolas la relación es débil, sin embargo a través de la gestión han logrado apoyos destinados a las actividades agrícolas. Con las instituciones de financiamiento establecen una relación débil por varias razones; el productor debe gestionar los apoyos a través de ventanillas de atención, después de un tiempo resulta que el recurso que tenían para ese proyecto se ha agotado, por lo que deberán enviar su solicitud nuevamente y se colocan en lista de espera hasta que sean beneficiados año posteriores dependiendo de cuál sea el programa. Por otro lado, reciben apoyos siempre y cuando exista un convenio de por medio, bajo los acuerdos de ambas partes. Muy poca es la relación con las instituciones educativas y de investigación, normalmente se establece a través de los procesos de capacitación, y asesoría temporal. En cuanto al estado la relación es bastante débil, aunque lo hace a través de sus instituciones, más bien la relación es política, teniendo mayor presencia en la etapa de elecciones de las autoridades para promover el voto, aunque no se conoce con certeza reciben un pequeño recurso que no precisamente es utilizado para sus actividades en la producción de café.

En síntesis el Estado junto con el Mercado han creado las condiciones debido a que “el café proporciona las condiciones ideales para la cooperación internacional entre países productores y consumidores, con la cual se asegura una adecuada remuneración para los productores en tanto que provee a los consumidores con café de calidad a precios accesibles. Así pues, la dimensión internacional del café es evidente” (Barrera, et al, 2004).

Son los productores los que sostienen una cadena de producción y comercialización que se amplía según el precio del café, el imaginario colectivo que se ha generado a partir del café se recrea en diferentes microrregiones del estado de Chiapas, en los estados productores del aromático, en los países productores y en los países consumidores. En este escenario los pequeños productores contribuyen en sostener un mercado, los proyectos y programas aunque, parece que son muchos solamente llegan a aquellas organizaciones que tienen una estructura sólida y relaciones fuertes con los técnicos de las instituciones de gobierno

CAPITULO IV. EL MERCADO LOCAL DE CAFÉ FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN

En este capítulo a partir de las teorías de económica y la globalización, intento describir el concepto de mercado y su relación con los mercados del café, los factores que limitan o posibilitan este proceso desde lo local a lo global. Además, de su relación con otros conceptos que tienen que ver con la organización, estrategias de comercialización y la relación que establecen la cadena productiva y el desarrollo de la comunidades a partir del producto café.

4.1 Globalización de los mercados.

Hoy asistimos a un acelerado proceso de globalización no de cualquier globalización, es la globalización impuesta por los centros de poder imperialistas, la llamada globalización neoliberal (Jiménez, 2008). Científicos sociales y exponentes de las diferentes ciencias sociales y naturales o exactas, no solamente expresan su consentimiento globalizador, sino que lo apoyan y desarrollan, amparados en el concepto de la inevitabilidad del fenómeno globalizante. Sustentando que el proceso de globalización mundial, es un proceso socioeconómico neutral, además que al hombre le es imposible detener los avances científico – técnico de la humanidad, que se reflejan en la era espacial, las redes mundiales de la comunicación, de la información y, que las relaciones económicas y comerciales en el planeta hacen de la globalización planetaria un hecho inevitable. Aunque cuando se habla de la globalización se da mucho énfasis en el aspecto económico-financiero debido a que ha sido el

principal motor de la misma, hoy en día quien ofrezca productos o servicios de interés general, tiene como mercado el mundo entero.

Las reformas neoliberales que apoyaron la liberación del mercado han tenido como consecuencia el empobrecimiento de muchos pequeños productores. Sin embargo, al mismo tiempo le han brindado oportunidades a algunas organizaciones para aprovechar el control sobre puntos clave de la cadena comercial que pueda fortalecer su habilidad de competir en los nuevos nichos de mercado (Bartolomé 1997:62).

El neoliberalismo es uno de los nombres que se usa para describir una ideología económica. También se puede llamar capitalismo corporativo, globalización corporativa, globalización, y hasta la economía suicida. Esta ideología es la que actualmente domina las políticas de la economía global (CIEPAC, 2007).

Origen etimológico. Neoliberalismo es un neologismo “una palabra nueva” compuesta por su prefijo “neo”, que viene del griego “neos”(nuevo) y su sufijo “liberalismo” del latín “liberalis” o “liber” (libre, lo que no está preso, ni oprimido, ni esclavizado) (Martínez, 2009).

El neoliberalismo se convirtió en la ideología económica dominante hace unos veinticinco o treinta años. El sistema anterior, que duró aproximadamente desde finales de los años 1930 hasta finales de los 70s, fue formado en gran parte por las ideas del economista inglés John Maynard Keynes, y por su influencia se llama el "Keynesianismo". Milton Friedman, planteó un modelo económico basado en principios prácticamente opuestos a los de Keynes, forma la base de

lo que ahora se llama el neoliberalismo. Friedman propuso que el Estado no interviniera casi nada en la economía nacional, es decir, que el control de la economía estuviera en manos del capital privado y ya no en manos del Estado. Criticaba los gobiernos nacionales por sus burocracias enormes e ineficientes que impedían el funcionamiento óptimo del mercado. Las políticas de los presidentes de Estados Unidos y Reino Unido cuyo objetivo fue de permitir a las corporaciones e inversionistas operar libremente para maximizar sus ganancias en cualquier parte del mundo, estos dos mandatorios promovieron políticas de comercio libre, desregulación, privatización de empresas públicas, baja inflación, el movimiento libre de capital, y presupuestos equilibrados (se gasta lo que se recauda en impuestos). Las reformas neoliberales que apoyaron la liberación del mercado han tenido como consecuencia el empobrecimiento de muchos pequeños productores.

Sin embargo, al mismo tiempo le han brindado oportunidades a algunas organizaciones para aprovechar el control sobre puntos clave de la cadena comercial que pueda fortalecer su habilidad de competir en los nuevos nichos de mercado (Bartolomé, 1997:62).

Es importante señalar que en el esquema de mercado del café existen muchas formas de llevar a cabo la comercialización por lo que es conveniente señalar los conceptos de; producto, mercancía, plusvalía, valor agregado, precio, valor económico en los apartados siguientes.

El neoliberalismo llegó con fuerza a los países del sur con la crisis financiera de 1982 en México, en que ese país declaró a sus acreedores internacionales (incluyendo el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional) que ya no

podía pagar sus deudas. El FMI y el Banco Mundial empezaron durante los 80 a obligar a los países pobres a hacer grandes cambios en las estructuras de sus economías. Estos cambios se llaman políticas de ajuste estructural y han traído consecuencias profundamente perjudiciales para millones de personas en los países afectados (Martínez, 2009).

Ciertos autores (Bazúa, 2001, Rodríguez, 2007), consideran más adecuado en español el término mundialización, galicismo derivado de la palabra francesa mundialización, en lugar de globalización, anglicismo procedente del inglés globalización, puesto que en español «global» no equivale a «mundial», como sí ocurre en inglés. Sin embargo, el Diccionario de la Real Academia Española registra la entrada «globalización», entendida como la «tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales» (DRAE, 2006), mientras que la entrada «mundialización» no está en el Diccionario.

Según el FMI (2006), la globalización es: Una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada y generalizada de tecnología. Nos damos cuenta la relación con los mercados es muy estrecha que permite conjugar esos conceptos desde el punto de vista económico, cultural y socioeconómico de una sociedad u organización en estudio aunque se trata en realidad de un proceso económico. Es decir, la globalización sería la culminación de esta transformación de aldea

aislada a aldeas globales. Precisamente esta es la teoría esgrimida en 1961 por Marshall McLuhan acerca del papel de los medios de comunicación electrónicos como creadores de esta aldea global. Independientemente de donde situemos el inicio del actual proceso de globalización, lo único claro es que lo que comenzó como un movimiento de carácter principalmente económico con la internacionalización o mundialización del capital financiero, industrial y comercial ha desembocado en una integración cultural, política y social. Fruto de la globalización hoy en día se pueden consumir los mismos productos, de la misma marca, en todos los continentes del planeta (Marshall, 2000).

Este proceso originado en la Civilización Occidental y que se ha expandido alrededor del mundo en las últimas décadas de la Edad Contemporánea (segunda mitad del siglo XX) recibe su mayor impulso con la caída del comunismo y el fin de la Guerra Fría, y continúa en el siglo XXI. Se caracteriza en la economía por la integración de las economías locales a una economía de mercado mundial donde los modos de producción y los movimientos de capital se configuran a escala planetaria (Nueva Economía) cobrando mayor importancia el rol de las empresas multinacionales y la libre circulación de capitales junto con la implantación definitiva de la sociedad de consumo.

La globalización es un fenómeno complejo, no debería ser sorpresa por lo tanto que provoque diferentes reacciones entre diferentes individuos o grupos. Aun otros ven el proceso como simplemente una continuación o incluso agudización de procesos de explotación, resultado directo del neocolonialismo capitalista, mientras para otros amenaza el fin de esa predominancia. Para algunos,

promete una nueva era de riquezas para todos, para otros, tales como el escritor Eduardo Galeano que menciona que es la seducción de un consumismo que arruinará económica y moralmente a la mayoría.

El libre comercio de la globalización no sólo se refiere al libre movimiento de capitales sino que también al libre movimiento de bienes y personas. Por lo tanto los “globalistas” consideran inaceptable, como se ha visto, las barreras aduaneras y tratos preferenciales que los países desarrollados imponen o practican cuando así les conviene.

Los impulsores de mercado de la globalización dependen de la naturaleza del comportamiento de la clientela y de la estructura de los canales de distribución. La comunidad de necesidades representa el grado en que los clientes en distintos países tienen las mismas necesidades en la categoría del producto o servicio que define una industria.

El grado en que las necesidades de los clientes son comunes en los diversos países, obviamente varía mucho según la industria, y depende de factores tales como la importancia de la cultura nacional y los gustos, la elasticidad del ingreso y las condiciones físicas que pueden afectar al uso del producto o servicio. Los clientes globales compran en forma centralizada o coordinada para uso descentralizado o por lo menos seleccionan centralmente a los vendedores. Los Nacionales buscan en todo el mundo proveedores, pero el producto o servicio que compran lo usan en un solo país en su pertenencia o residencia.

Los Multinacionales buscan proveedores en todo el mundo pero el producto o servicio que compran lo será consumido en muchos países. El hecho de tener clientes globales, lleva un negocio a desarrollar productos globalmente estandarizados.

Para servir a sus clientes globales, el negocio tiene que estar presente en los principales mercados de dichos clientes. La existencia de clientes globales exige que la mezcla de elementos de marketing sea uniforme.

Para tener canales globales de comercialización, estos debe estar coordinados y sus elementos deben estar mezclados de manera uniforme. El dogma popular en la comercialización ha sido siempre que las tácticas deben acomodarse a cada país. En general, una comercialización global es más aceptable de lo que indica su nivel relativamente bajo de utilización.

Para los competidores globales es primordial participar en esos países líderes, a fin de ponerse en contacto con las fuentes de innovación. Con países líderes se aumenta la amenaza de entrada pues los competidores potenciales pueden identificar fácilmente las innovaciones clave, aun cuando prefieran entrar primero en otros mercados.

Se puede mencionar algunas reglas para participar en el mercado global de café, que requiere de análisis. Por un lado elegir países que deseen invertir y basarse en la importancia estratégica global. Tomar en cuenta que los países más estratégicos pueden ser los más costosos para crear en su mercado una presencia significativa. Por otro lado los administradores deben preocuparse por

los países sedes de grandes competidores globales de igual manera formar alianzas y operaciones conjuntas que podrían ayudar a ganar una mayor participación. Tal como se observa en las grandes asociaciones para la comercialización por ejemplo en Chiapas, podemos mencionar café la selva, que es una asociación de ejidos y comunidades y pone a la venta su café a los mercados europeos

4.2 Mercado y tipos de mercado de café

Hablar de un mercado de café es referirse a todo un ambiente donde compradores y vendedores están continuamente realizando transacciones económicas ya sea que éstas tengan lugar en una oficina, en la bolsa de valores, en un café, etc. Tal es el caso del café en que toda actividad gira en torno a los "precios" que de acuerdo con su nivel, se estará cerrando la puerta a muchos consumidores, o abriéndola ampliamente a otros en forma tal que el consumo se incrementa.

El fenómeno de la comercialización se estudia a tres niveles espaciales, local o regional, nacional e internacional en función de la experiencia de la misma organización. No se pretende hacer un anuario de la cafeticultura, sino un análisis de la situación, cuyo objetivo es dar cuenta de la situación de la organización en el mercado del café en sus diferentes niveles.

En cuanto al mercado local, se observa a los comercializadores, están íntimamente ligados a los servicios del transporte y venta de café, juegan un papel importante en la cadena productiva, puesto que son los encargados de

proveer a la industria intermedia y final. Existen comercializadores formales e informales según la normatividad de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público:

- a) Los formales son los que se encuentran constituidos legalmente, cuentan con domicilio fiscal y principalmente están conformados por personal capacitado en el conocimiento de los mercados del producto.
- b) Los informales, mejor conocidos como “coyotes”, éstos, a diferencia de los formales, carecen de una constitución legal, de un domicilio fiscal y en su mayoría, no se ocupan de la exportación pero si de los mercados local y regional.

Con respecto al mercado mundial de café, tiene dos segmentos claramente diferenciados: el convencional y de especialidad. En el mercado especializado destaca el orgánico, de comercio justo y gourmet. Bajo estas categorías, México participa de la siguiente manera. En el primero se comercializan cerca del 75% de la producción mundial y en el segundo el 25% restante. México se ubica comercialmente como productor dos especies de café, siendo estas: *Coffea arábica* y *Coffea canephora*. La primera es de mayor importancia por su calidad, valor en el mercado nacional e internacional y extensión territorial, ya que en México ocupa poco más del 97% de la superficie cafetalera y a nivel mundial se estima que ocupa el 70 %, en tanto que la especie *C. canephora*, se ubica en el resto de la superficie en México y el 30% a nivel mundial. Hay quienes a estas dos especies las identifican como (tipo arábica y tipo robusta) respectivamente.

En el mercado convencional, el café es catalogado como un “comodities”, su precio es determinado en dos grandes mercados: en la Bolsa de Nueva York (arábicas) y en la de Londres (robustas).

Los principales factores que posibilitan o limitan el mercado del café desde lo local a lo global son:

- Cultura de consumo
- Presencia de otras bebidas
- Competencia con empresas consolidadas
- Falta de promoción de ventas
- Diseño de producto (etiquetado)
- Miedo a enfrentarse a la cadena de comercialización
- Desconocimiento de mercado
- Falta de apoyo de las instituciones de gobierno (COMCAFÉ, Secretaría de Economía entre otras).
- Competencia desleal
- Mecanismos de certificación
- Poca organización para la gestión de apoyos
- Iniciativa desde la organización (participación de todos por igual)
- Falta de capacitación para el proceso de venta

- Convenio de venta en grano o molido

Es importante señalar que la producción y la calidad del café en México ha estado en manos de organizaciones de pequeños productores y en manos de finqueros que producen café especializado y tienen sus compradores también especializados, como por ejemplo la Finca Irlanda que se ha especializado en la calidad orgánica bio-intensiva. Si bien es cierto que la especialización ha estado en manos del sector social, los gobiernos han invertido en toda la cadena de valor d este producto, por supuesto que los que más se han beneficiado han sido los que han generado una gestión institucional de recursos. Los desprotegidos son los productores pequeños que se han quedado al margen y en disposición de sus redes sociales de negociación y gestión.

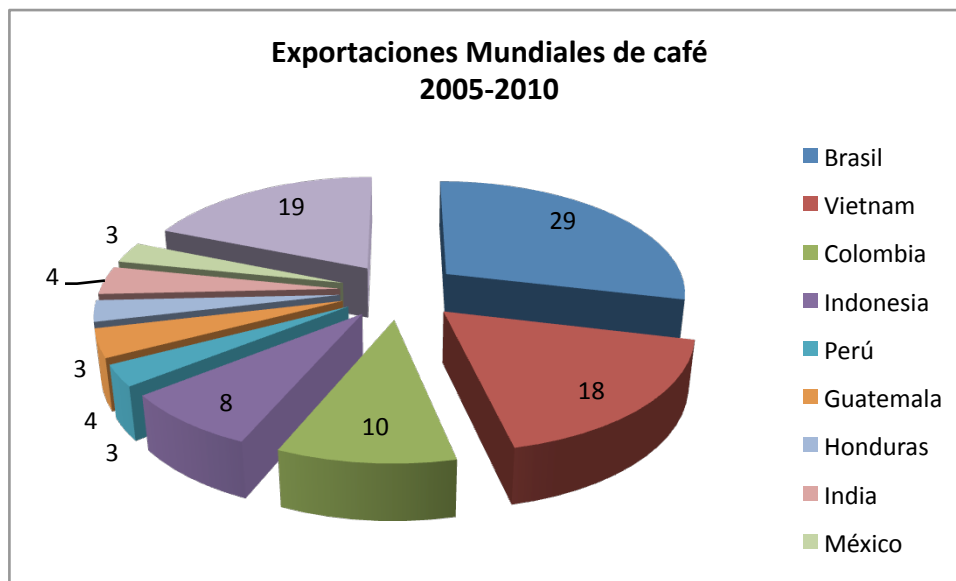
4.3 Mercado internacional del café

El Mercadeo Internacional y la Globalización, consiste en actividades, tanto de individuos como organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas externas dinámicas. De esta forma se interrelacionan productores, intermediarios consumidores en su capacidad de intercambiar bienes y servicios que satisfagan necesidades específicas. Mercadeo es el proceso de planeación y ejecución de conceptos, precios, promociones y distribución de ideas, bienes y servicios para crear un intercambio que satisfaga las necesidades y los objetivos de la organización (Burgos, 2003).

La producción a nivel internacional en los últimos 9 años no ha tenido variaciones drásticas, se ha mantenido hasta cierto punto estable, teniendo su más bajo nivel de producción en el ciclo 2003/04 con 107.2 millones de sacos; la estabilidad en la producción se debe a que el café a través de los años se ha mantenido en el gusto de los consumidores, así como la tradición de tomarlo.

En el contexto internacional en la producción y exportación de café, México exporta más del 50% de su producción, de acuerdo con las cifras del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, 2010). Durante el ciclo 2009- 2010 se produjeron 252 mil toneladas de las cuales se exportaron 166 mil toneladas y el resto se consumió en el mercado local. Los países consumidores del café mexicano son Estado Unidos, Bélgica y Alemania. A nivel mundial Brasil figura como el principal exportador.

Figura No. 11. Exportaciones Mundiales de café 2005- 2010.



Fuente USDA. 2010.

La demanda mundial tiene un estancamiento provocado primordialmente por dos hechos: el primero, es el desarrollo tecnológico que han llevado a cabo los grandes tostadores, con el fin de ampliar su capacidad de acopio de volumen para realizar mezclas de café de distintos países, variedades y calidades. Esto mediante procesos de vaporización que permiten estandarizar el sabor y con ello, disminuir los riesgos de una oferta limitada. El segundo, es la concentración del comercio del café, que también han llevan a cabo por las tostadoras, y que va desde el mercado de café verde hasta las ventas en anaquel.

Esto explica en parte, que las bajas en los precios internacionales de café verde, no se vean reflejadas en la disminución de los precios de venta del café en anaquel.

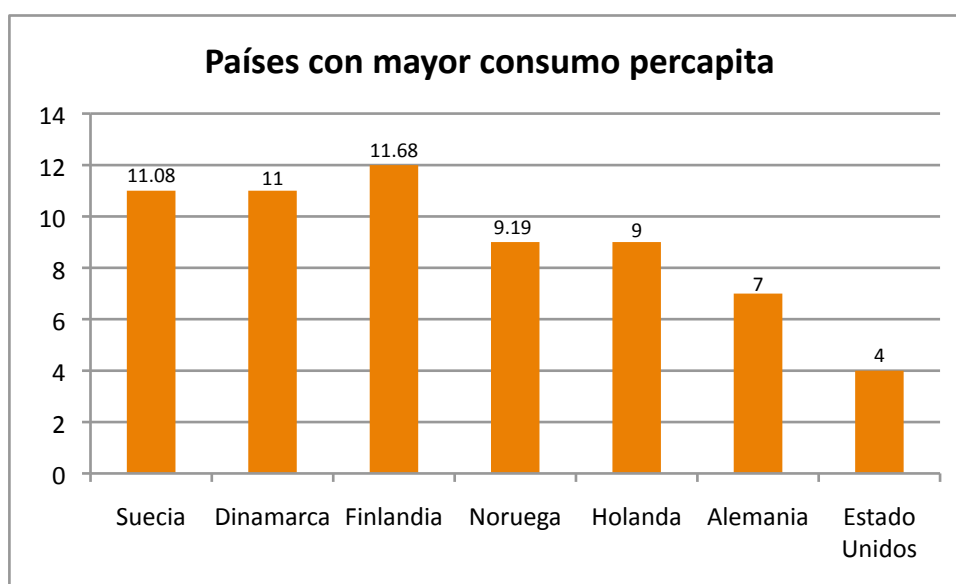
Las alternativas ante este entorno, apuntan al ajuste de la estructura productiva, al comercio de cafés de calidad, al incremento del consumo interno y la reconversión productiva. Dirección General de Operaciones Financieras. Dirección de Estudios y Análisis de Mercados (ASERCA, SAGARPA. 2010).

Entre 1997 y el 2002 el precio internacional del café convencional cayó en más del 50%, a una tasa sostenida promedio de 10% anual, sumiendo a las familias cafetaleras del mundo en una de las crisis más profundas de su historia.. En los últimos dos años, en el mercado convencional se ha producido una ligera recuperación del precio internacional, estando aún lejos y alcanzar un precio atractivo. En el caso de cafés especiales, se trata de un producto diferenciado, originando la existencia de diversos nichos, o mercados alternativos, dentro del cual destacan el orgánico, de comercio justo y gourmet. Los precios se determinan tomando como referencia el precio de Bolsa de Valores de Nueva York. En general el comportamiento de los precios es favorable.

Por último el Café gourmet: Considera aquellos de calidad superior, aromatizados, de origen único y en mezclas. Se estima que representan el 15% del mercado mundial. Las primas que se pagan van del 20% sobre el precio de Bolsa hasta 16 veces éste precio. Es este segmento los compradores valoran los atributos específicos del café en tasa, intrínsecas a su zona de origen. Son exigentes en la verificación de la autenticidad del producto, por ello demandan información sobre su proceso de producción, características de la zona de origen, variedad, clima, tecnología de producción y procesamiento.

La actividad cafetalera en toda su historia ha estado regida por altibajos en los precios, el consumo per cápita en México según la PROFECO publicó en octubre el 2011 que es de 1.1 kilogramos por año y aunque se espera un aumento en los próximos años. Mientras que el consumo de café en Brasil aumentó un 3.1% en el ciclo 2010/11, a 19.7 millones de sacos de 60 kilos. El consumo per cápita de café tostado en Brasil, el segundo mayor consumidor mundial después de Estados Unidos, alcanzó un récord de 4.88 kilogramos, por encima de los 4.81 kilogramos en el año previo. SAGARPA (2012).

Figura No. 12. Países con mayor consumo percapita.



Fuente. Aserca²⁸ con datos del USDA.2010.

La gráfica número 5, muestra que el país con mayor consumo per-cápita de café es Finlandia, seguido por Suecia, Dinamarca y Holanda; de hecho, el

²⁸ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), es un Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), creado a través de un decreto presidencial del 16 de abril de 1991, con el propósito de contar con un instrumento para el impulso a la comercialización de la producción agropecuaria en beneficio de los productores del campo, de frente a la apertura externa y la liberación de los mercados.

análisis de estos datos vemos que las exportaciones mundiales deben o están enfocadas al mercado europeo ya que este tiene en promedio el mayor consumo a nivel internacional, y por América, solo aparece en el último lugar de esta tabla Estados Unidos, que es un mercado nuevo pero con alto potencial de consumo.

El mercado del café en el 2012, prueba un escenario debajo de los \$2.20 dólares por libra, que de acuerdo a los analistas de Doane²⁹ dejan descubierto el interés de la compra, pero este apoyo opinan, puede llegar a ser fugaz. Además comentan que la idea de precios entre compradores y vendedores sigue siendo amplio con el paso del invierno y, ahora que se deja atrás el período de mayor demanda después de un invierno más suave en el que, señalan que no ven la necesidad para el pánico de compras. Los inventarios de los consumidores son más altos que hace un año con una demanda más contenida y, la promesa de más abundancia de suministros en los próximos meses. La cosecha de café en América Central no tuvo daños tan severos por las lluvias de octubre como se temía y, el mercado ha sido capaz de cambiar y de racionar la demanda lo suficiente como para compensar la disminución de la cosecha colombiana, según opinan los analistas de Doane, expertos en el mercado. Además señalan que el mercado no fue sorprendido por la falta de recuperación de la producción esta temporada, ante muchas advertencias de éste y psicológicamente estuvo "preparado para esto" lo que hace una gran diferencia y, es una de las razones por las que el mercado no ha actuado de

²⁹ DOANE. Agencia de estadística de comercio exterior. USA. 2012

forma abrupta. El mercado está lidiando con los problemas de abastecimiento de forma diferente.

4.4 Mercado Nacional del café

El mercado nacional de café, resulta complicado para los pequeños productores debido a la intervención de las empresa transnacionales ³⁰que acaparan, en un buen porcentaje, el volumen de producción de café; sin embargo a través de los grupos de productores organizados se ha logrado realizar la comercialización al interior de la Republica Mexica, donde los principales consumidores se localizan en el centro del país. Los restaurantes y cafeterías llevan a cabo a la vista del consumidor, el proceso de tostado y molido en sus diferentes combinaciones o mezclas, hasta lograr un café al gusto del consumidor. A la vez este producto es envasado en diferentes presentaciones y puesto a la venta, a través de cafeterías y supermercados. Las ganancias de los pequeños productores no son atractivas, básicamente por dos razones, porque les compran muy poco volumen, lo cual encarece el transporte, y por otro lado, el precio sigue sin ser favorable.

A pesar de ser un país productor, en México se tiene un consumo per-cápita anualmente de 450 gramos; este consumo según COMCAFE (2007-2012), está relacionado a dos factores principalmente: la población prefiere consumir bebidas embotelladas (su principal competidor) y el segundo, el café es un producto de exportación, al cual, no se ha promovido su consumo interno. El

³⁰ Las principales compañías compradoras como AMSA, BECAFISA y otras, compran el café pergamino “sano” y rechazan los cafés dañados, fermentados, pasados de secado, etc. Estos cafés son comprados por otras compañías, ya que existe un fuerte mercado de cafés dañados en nuestro país.

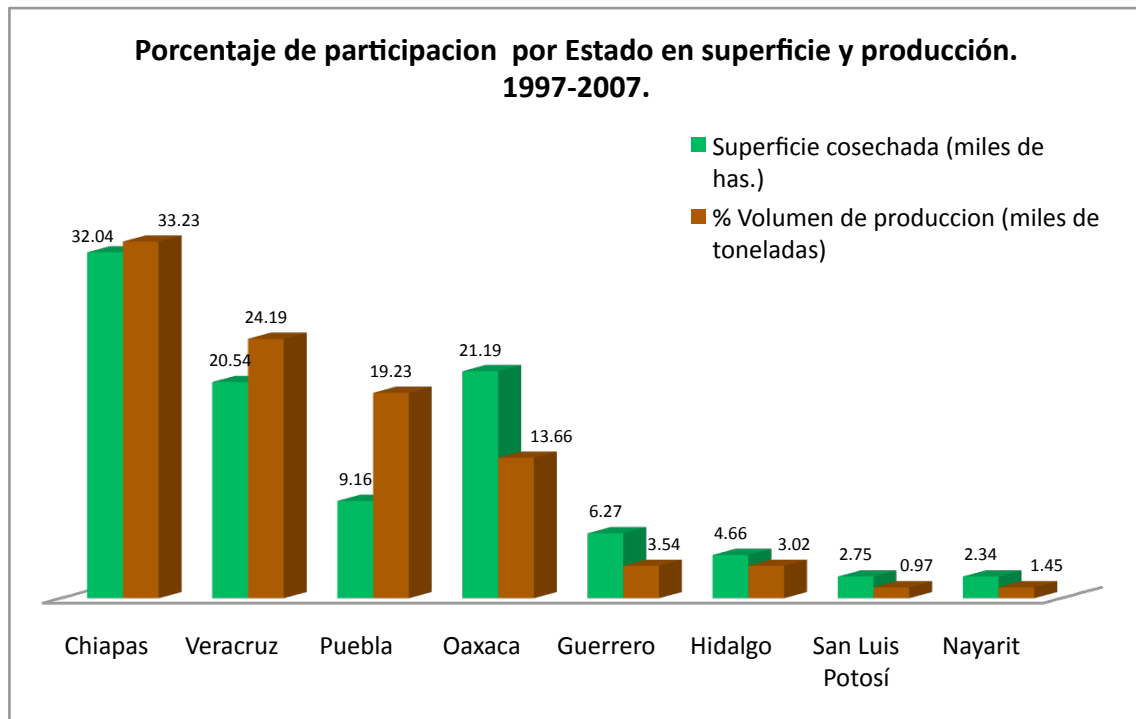
consumidor mexicano de café no se considera un consumidor de cafés de calidad ni de especialidad, además, la falta de estrategias para promover el consumo de cafés de calidad exportación en el mercado nacional, propicia que la industria nacional ofrezca cafés de la más baja calidad. Sin embargo, vale la pena dar un recorrido para conocer el comportamiento de la producción y comercialización de café en México.

De 1997 al 2007, México ha presentado un volumen promedio de producción de un millón 642 mil toneladas ³¹de café cereza; sin embargo la tasa media de crecimiento anual ha sido decreciente del orden 2.5%. En 2007 se tiene el nivel más bajo obtenido hasta el momento con 414 mil toneladas menos que al inicio del periodo.

Entre los principales estados productores de café sobresale sin lugar a dudas el estado de Chiapas, en el periodo 1997-2007, concentra más de 33.2% del volumen de producción, pasando de un volumen de 655 mil toneladas en 1997 a 565 en 2007, y que representa una reducción cercana a las mil toneladas presentando una tasa media anual de crecimiento negativa del orden del 1.5%; le sigue el estado de Veracruz con una participación promedio del 24% para este mismo periodo, seguido de Puebla que aporta el 19%; mientras que en el cuarto lugar se ubica Oaxaca con el 14%, estos estados participan con el 90.3% de la producción nacional.

³¹ Las grandes compañías han tendido a manejar más fuertes volúmenes, que a mejorar los precios vía separación de los cafés por su calidad. A los productores se paga el café pergamino de manera indiferenciada; no se pagan precios significativamente más elevados a los cafés de más calidad.

Figura No. 13. Superficie cosechada y producción por Estado de 1997 a 2007.



Fuente. Aserca con datos de USDA. 2010.

Un importante volumen de café que se consume en México es de cafés dañados,³² fermentados, pasados de secado, de cafés verdes, contaminados, etc. No se maneja un concepto estricto de la pureza del café, que sería aquel que no tiene cafés dañados. En México el café se considera puro aunque proceda de granos dañados.

La política gubernamental lleva a cabo acciones para proteger a la NESTLE y otras empresas de las importaciones de cafés tostado, molido y soluble, vía reglas de origen en el TLCAN, se pactó que el 100% de las importaciones de café tostado y molido sean de contenido regional y el 40 por ciento en el caso del café soluble. No es cuestión de aparente viabilidad económica llevar café

³² Buena parte del café que se consume es mezclado con azúcar y otras sustancias. En el caso del café soluble, la NESTLE tiende a mezclar el café arábigo lavado con robusta, el cual, en parte es importado.

mexicano, a Estados Unidos para procesarlo y traerlo para su venta en México sino de complejos “recovecos” del negocio del café que provocan su traslado.

Por otro lado entre los consumidores en restaurantes y otros lugares de venta, no existe una cultura importante de identificación de la calidad del café y de preparación adecuada de la bebida. El excesivo consumo de refrescos ha sido un factor central para que no se consuma más café en México.

Es importante mencionar que México es el principal productor de café orgánico, con un volumen cercano a medio millón de sacos que equivalen a 30 millones de toneladas al año. Los estados productores más importantes se ubican Chiapas en primer lugar seguido de Oaxaca, Veracruz, Guerrero y Puebla.

En el contexto nacional según diversas fuentes podemos señalar que el café es de origen oriental, llegó a México desde 1796 en la región de Córdoba Veracruz. Hoy en día los cultivan alrededor de 400 mil productores de los cuales el 90% son pequeños productores que poseen menos de 5 hectáreas de terreno disponibles para la su producción (ASERCA 2010).

Figura No 14. Regiones productoras de Café en México.



Fuente: SIAP, SAGARPA. 2010.

La producción se centra en los estados de Chiapas, Puebla, Veracruz y Oaxaca.

Desde el 2004 al 2008, el promedio de producción de café cereza para el Estado de Chiapas fue de 38%, Puebla con un 20%, Veracruz 21%, Oaxaca 12% Guerrero e Hidalgo 3% respectivamente, Nayarit 1% y otros un 2%. La producción ha ido en aumento en los últimos años. (Dirección General de operaciones financieras, (ASERCA, SAGARPA 2010).

Mercado Orgánico

Dentro de la Comercialización de los Productos Orgánicos tenemos tres tipos de mercados principalmente, además de los mercados de especialidad de cada país consumidor, así, en el caso del café orgánico tenemos:

a) El Mercado Tradicional de Café Orgánico es el más amplio, rigiéndose por la calidad y la oferta y la demanda con diferenciales entre ocho a diez dólares arriba de la bolsa de Nueva York.

b) El Mercado de Especialidad es un nicho de mercado muy pequeño donde influye la calidad, los aspectos de desarrollo social para el tercer mundo y sobre todo la cuestión ambiental.

c) Mercado de café bajo sombra.

Este sistema guarda una gran diversidad especies de árboles y plantas lo que permite las aves y otras especies de animales tener refugio.

Mercado justo³³

Desde 1989 se encuentra funcionando, en donde se busca que exista una relación más directa entre las organizaciones de pequeños productores y los consumidores finales. En este esquema de intercambio comercial se parte de la necesidad de fijar un precio mínimo con el que el productor y su familia puedan tener una vida más digna y más justa.

Los pequeños productores deben recibir un precio justo por sus productos, que les garantice un mejor nivel de vida y contribuya igualmente al desarrollo local.

Las consideraciones sobre el nivel de vida determinadas por FLO International

³³ En México, los pequeña/os productores, luchan por la innovación, profesionalización y masificación de los esquemas de «Comercio justo», cuidando que no se pierda la identidad de la/os pequeños productores ante el mercado. El «Comercio justo» se erigió a partir de una brecha que fue abierta por la/os pequeños productores apoyados por la/os consumidores conscientes. Ahora la/os pequeños productores están construyendo los primeros carriles de la gran vía de «Comercio justo», como una de las pocas alternativas para la generación de perspectivas dignas. Jerónimo Pruyin. Comercio justo México A.C. 1999.

tienen un sentido bastante amplio. Promueve procesos organizativos para la producción y la comercialización en la participación democrática; luchan contra el intermediarismo en la comercialización; sostienen que la producción debe ser básicamente con mano de obra familiar. Al mismo tiempo, plantea que un mercado justo y solidario lo es no sólo por lo que concierne a la población humana, sino a la relación que ésta establece con su ambiente; de allí que las técnicas de cultivo aplicadas deben propiciar la conservación de los recursos naturales.

El mercado solidario comienza con la aparición de Max Havelaar³⁴, Organización No Gubernamental surgida en 1989 en Holanda. Su nombre rinde homenaje al personaje que durante el siglo pasado se destacó por sus acciones en defensa de los nativos de las colonias holandesas y el mejoramiento de sus condiciones de vida. Esta asociación surgió básicamente a raíz de la baja de precios internacionales en café. Se propuso crear una propuesta alternativa que permitiera a los pequeños productores obtener mejores precios por su café. (Gonzalez, 1999). Otros países europeos se han ido incorporando a este proyecto de solidaridad con el Tercer Mundo y en 1999 se incorporó Estados Unidos. Actualmente, el mercado solidario está reglamentado por Fairtrade Labelling Organizations International (FLO International), organismo surgido en 1997, con sede en Bonn Alemania. Su creación obedece a la intención de reglamentar o "estandarizar" las reglas del juego de los países participantes en el mercado alternativo, tal como impone el contexto de la globalización.

³⁴ Max Havelar. nombre de un personaje legendario de la literatura holandesa, que fue utilizado como sello de calidad de comercio justo.

4.5 Mercado cafetalero del municipio de Chilón

El mercado local o regional de café en la región de Chilón está integrado por los municipios de Chilon, Yajalón y Ocosingo. En el trayecto de Ocosingo a la Ciudad de Yajalón, se encuentran las comunidades de Temó, Bachajón, Chilón, el lugar donde se lleva a cabo la mayor interacción de venta de café es en Yajalón. La forma de venta de café puede ser en grano que va desde 1 kilogramo para productores que tiene como mínimo de 2 a 4 matas de café de traspatio a 5 quintales o más, para productores que se dedican a la producción de café. Este café es entregado a los coyotes de las comunidades. Por otro lado, también se comercializa como café molido envasado en bolsas de plástico transparente de medio a un kilogramo, y otros ya se venden en envases especiales con etiquetas que le dan una mejor presentación. Para la venta al consumidor se realiza en la casa del acopiador³⁵ o este se vende en los pequeños establecimiento o tiendas de abarrotes.

En el año 2009, los productores de la organización Sax Yaxté decidieron tostar y moler su café, hasta lograr envasar y etiquetar como café orgánico certificado con la denominación de café “Nahil”. Iniciaron ofreciendo su producto a los diferentes cafeterías del Estado, en San Cristóbal específicamente y Ocosingo, su producto tuvo aceptación; sin embargo con el paso del tiempo la competencia en el mercado se hizo más fuerte en la región, por lo que con el trabajo conjunto, se buscaron otros mercados. Como estrategia se participó en

³⁵ El Sr Pedro Jiménez Trujillo es uno de los acopiadores más importantes de la región, (Bachajón), realiza el tostado, molido, y envasado y vende y distribuye a las Ciudades de Palenque y San Cristóbal de las Casas.

eventos de muestras de productos orgánicos en el Estado de Querétaro, en el cual, este producto presentó gran aceptación, se abrió la posibilidad de un mercado a través de la envío mensual de 100 kilogramos de café molido a un precio de \$45.00 pesos, por kilogramo cada mes. Posteriormente los clientes de dos cafeterías importantes, solicitaron a la organización que les enviaran café en grano porque su estrategia era vender al consumidor, en tazas preparadas a la vista a partir de mezclas, de café tostado y molido a la vista. Por la lejanía y el desconocimiento de cómo establecer un sistema de contrato de entrega, se perdieron la posibilidad de un buen mercado. Sin embargo; continuaron vendiendo en el estado de Chiapas. En el 2011 por la competencia frente a empresas ya consolidadas que cuentan con infraestructura adecuada para su procesamiento y estrategias de venta, y de algunos intermediarios, dejan de moler café y actualmente se dedican a vender café pergamino a los centros de acopio de la región, y a las empresas transnacionales específicamente AMSA.

Ahora los productores piensan reactivar la venta empleando otras estrategias por ejemplo, la instalación de un mirador que contenga el servicio de cafetería enfrente de la bodega, que se ubica en la comunidad e Nahilté, ya que esta se ubica sobre la carretera que comunica la Ciudad de Ocosingo a Palenque y es el paso obligado de turistas nacionales y extranjeros. Esta idea no se logra aterrizar debido a la falta de recursos, aunque esté en proceso de gestión para solicitar apoyo a diferentes instituciones de gobierno o empresa no gubernamentales. Mediante la participación en ferias, congresos, foros congresos, exposiciones donde den a conocer su producto.

El consumo de café en la región se considera muy bajo, ya que es amenazado por el consumo de otras bebidas, (refresco de cola, licor, cerveza, bebidas gaseosas de las tiendas de abarrotes entre otras). Algunos productores aun cosechando su propio café natural o en su caso orgánico, prefieren estas bebidas. Esto indica una falta de cultura en el consumo de café, y la falta de conocimiento de desarrollar un mejor mercado local a través de la promoción.

4.6 El café orgánico como estrategia de mercado.

La organización de los PPC, ha sido la estrategia para llevar acabo los procesos de certificación de café, en particular la certificación orgánica. En especial Sax Yaxté que ha tenido avances sustanciales en este proceso. En este apartado se abordan estos procesos, de cuáles son sus lógicas, experiencias y sus capacidades organizativas.

La Comisión para el Fomento del Café de Chiapas (COMCAFE) registro en 2005 en su directorio de organizaciones del sector a 176 organizaciones que agrupaban al 35% de los productores registrados por el censo Cafetalero 2001-2002. Por otro lado, la Revista Vinculando, una revista electrónica especializada en Desarrollo Sustentable, en su directorio de agricultores orgánicos en México enlistó en ese mismo año a 148 organizaciones cafetaleras en Chiapas, De acuerdo a la mencionada revista, el 41% de los productores producen café convencional, el 34% café orgánico y el 20% café en transición. Pinto y González (2009), mencionan que en México existen aproximadamente 224 organizaciones campesinas que exportan directamente su café con sellos de certificación solidaria y de agricultura orgánica. La tendencia es claramente

hacia la producción de café orgánico buscando los nichos de mercado que favorezcan mejores precios para este producto.

En Chiapas la primera empresa en cultivar café orgánico fue Finca Irlanda en el año de 1967, ésta empresa dirigida por descendientes de Alemanes, cuyo objetivo es la exportación de café orgánico y biodinámico a Europa. Esta empresa se convierte en la pionera a nivel mundial en producir café libre de agroquímicos. Por su parte en esta empresa para obtener un producto de calidad, mezclan cafés árabes superior de altura con márago producido bajo el sistema orgánico y biodinámico, éste café es cosechado y clasificado a mano por mujeres de las comunidades.

Con la exigencias del mercado de calidad libre de contaminantes, se abre la posibilidad de un mercado para la mayoría de los PPC, con esto se logra dar un cambio en el uso de insumos de origen natural (abonos, insecticidas orgánicos, biológicos, trampas etc.), que viene a reforzar este sistema de producción.

La certificación es un requisito para diferenciar en los mercados alternativos, en el caso de la agricultura orgánica que se ha convertido en una herramienta indispensable para acceder el mercado internacional. La certificación orgánica se considera como la garantía del manejo del cultivo está libre de contaminantes químicos que dan garantía a través de un sello de calidad al consumidor.

Existen tres sellos de calidad que garantiza que el café es orgánico al cual la mayoría de las organizaciones tienen acceso: Certimex en México, Naturland en Alemania y OCIA en Estados Unidos.

En Chiapas actualmente existen varias organizaciones campesinas indígenas que han impulsado la producción de café orgánico y se han colocado en el mercado internacional. Como ejemplo tenemos la Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH), compuesta por cientos de comunidades indígenas integradas por cooperativas de PPC, de las diferentes regiones económicas del Estado; cuya actividad es la producción, acopio, y comercialización de café orgánico. Esta organización ha logrado diversos certificados como son: OCIA, Naturland, Certimex, Imo Control, Equal Exchange, Brid Friendly y este año recibió el sello marca Chiapas. Los PPC, de ésta federación indígena son miembros del FLO Internacional (Comercio Justo), que les ha permitido entrar a los mercados internacionales de Estados Unidos, Alemania, Holanda, Austria, Canadá, y Japón.

Para el caso de la organización Sax Yaxtè, los PPC, han seguido la misma dinámica, la de buscar alternativas que mejoren los precios de su café. En este sentido el proceso de certificación le ha favorecido en cierta medida. En el año 2007 solicitaron la intervención de la empresa UTZ Certifield para pudieran tener un sello de calidad, es así como se inicia el proceso, mediante la verificación de sus cafetales y cumpliendo con las normas establecidas. En ese momento se registran un una superficie de 339.685 hectáreas, de 213 productores.

Cuadro No 10. Número de productores y superficie certificada como café orgánico por los sellos EU y NOP.

Certificado	Nivel de reconversión	No. de productores	Superficie (has).
EU	1C-3	213	339,685
NOP	ORG	213	339,685

1C3, equivale al tercer año de transición. EU= Unión Europea, NOP= National Organic Program USDA. Fuente carpeta básica de la organización. Sax Yaxté. 2012.

La empresa certificadora presenta una serie de requisitos y para los PPC, es necesario cumplir para obtener el sello como podemos observar en el siguiente cuadro.

Cuadro No. 11. Requisitos para obtener el certificado de café orgánico

1.- Mapa o croquis de la parcela 2.- Historial de manejo del cultivo 3.- Registro de actividades en la parcela 4.- Plan anual de actividades 5.- Lista de insumos utilizados 6.- Registro de producción de abonos orgánicos e insecticidas de origen orgánico
--

Fuente. Manual de certificación UTZ, Certified, 2012.

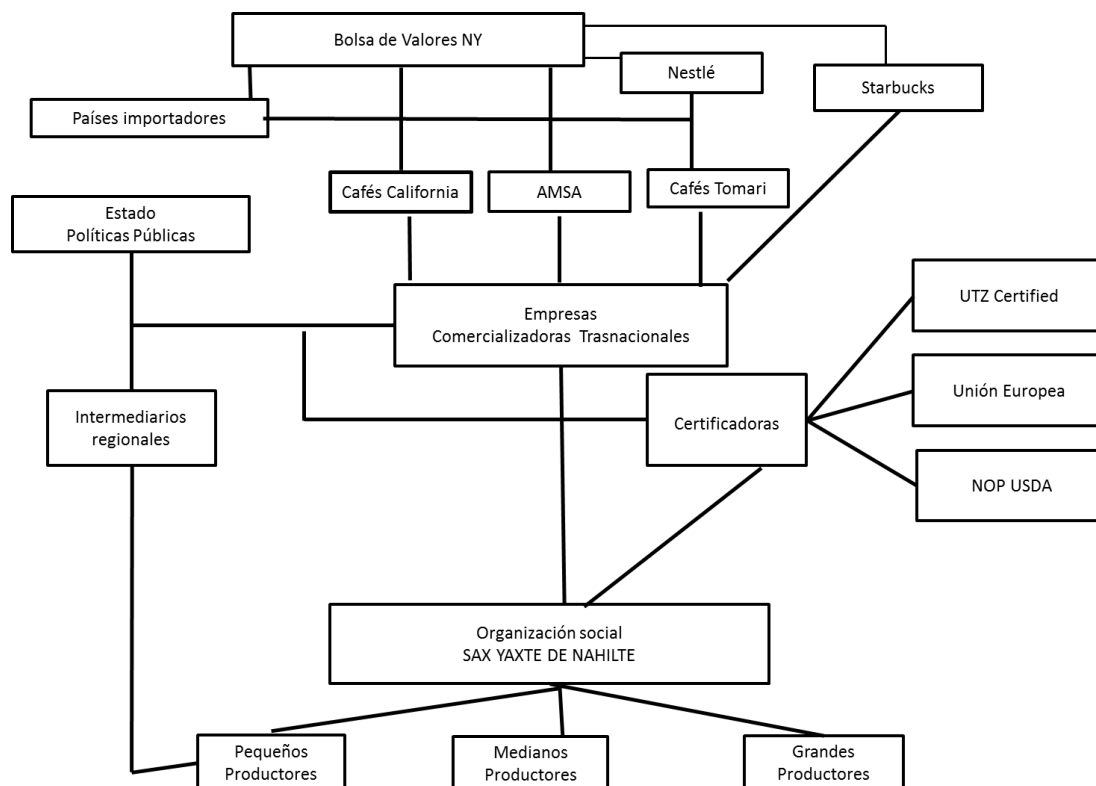
La certificación que obtuvo la organización fue de manera grupal; cabe señalar que la certificación es muy cara y un pequeño productor no lograría obtenerla por los gastos económicos que implica. Las condiciones en que cultivan los socios de la organización son bajo las mismas condiciones, la ubicación de las comunidades forma una microrregión con características geográficas muy similares (lluvia, sequía, vientos), aunque cultivan diferentes variedades de café. Existen dos desafíos por los que los productores han decidido comercializar de manera conjunta (1) los costos de la certificación y (2) el volumen de producción a comercializar. Es estratégico que los pequeños

productores organizados territorialmente se asocien para la comercialización de café y para recibir apoyos gubernamentales. A nivel estatal el gobierno del estado junto con la Secretaria de Agricultura ha promovido fehacientemente la producción de café orgánico y han abierto programas para que los pequeños productores tengan acceso a esta producción. No obstante, hay organizaciones que han sido más apoyadas que otras esto ha dependido de la capacidad de gestión, negociación y de la habilidad de sus dirigentes para contar con técnicos que se interesen en el desarrollo de la organización por ejemplo tenemos el caso de la organización de Cafetaleros de la Región de Simojovel de Allende que comercializan café orgánico desde 1992, también podemos citar el caso de la Federación Indígena Ecológica de Chiapas quien agrupa a más de 1500 pequeños productores y han desarrollado una línea de comercialización y esquemas de organización que les han permitido mantenerse como federación comercializadora de café orgánico por más veinte años. Volviendo a la organización en cuestión tenemos que ellos han desarrollado un esquema de control interno (ver anexo) que les permite ir registrando su producción de café orgánico y convencional. El comité encargado del control posee una carpeta que contiene la relación de productores, superficie, mapa de localización, un historial, plan anual, boleta de inspección y carta compromiso.

En el año 2009 obtienen su certificado otorgado por UTZ Certified quien avala que el café producido por Sax Yaxté es orgánico, y dos sellos más de calidad otorgado por Control Unión: USDA Orgánico, EU para exportar a Europa. Con la idea de tener mayor aptitud de posibilidades los PPC, de la organización están solicitando el sello de café praxis, que es el sello que maneja Starbucks.

Sin embargo a pesar de tener estos sellos de calidad, los PPC, no han logrado exportar directamente su café, por varias razones: (a) Establecieron convenios con la empresa transnacional Agroindustrias Unidas de México (AMSA), cuya bodega de acopio se ubica en la Ciudad de Yajalón, y no lograron obtener las ventajas esperado, la empresa prometió acopiar todo el café cosechado adelantando cierta cantidad de dinero, sin embargo no se respetó el precio de café orgánico acordado. (b) además, la empresa prometió pagar la diferencia cuando que se llevara el café a exportación, sin embargo, hasta la fecha no ha reconocido el pago diferencial. (c) Debido a la falta de recursos para acopiar el café de la organización, nuevamente vuelven a trabajar con la empresa los años siguientes, sin que hasta la fecha obtengan las ventajas esperadas. (d) Ante la falta de conocimiento en el proceso de comercialización los socios de la organización entregaron su sello a la empresa, la empresa utiliza este sello para exportar café y no reconoce el pago a Sax Yaxté. (e) Por otro lado se han acercado a instituciones de gobierno (COMCAFFE) para solicitar apoyo, pero éste ha sido nulo. Esto nos lleva a pensar que a nivel interno la organización cafetalera Sax Yaxtè, ha vivido grandes desafíos, tal como se menciona en el capítulo siguiente.

Figura No. 15. Relaciones de comercialización



Fuente: Construcción propia, agosto del 2012.

La descripción de las relaciones de mercado se mencionó anteriormente, debido que cuando se establece la relación social de trabajo de la organización con los demás actores, se toma como referencia el mercado del café. Sin embargo es importante mencionar que en estas relaciones hacen que el café que se produce en las comunidades indígenas de la organización Sax Yaxté lleguen hasta el mercado global, y por medio de las certificadoras se cumplen los estándares de calidad mediante el sello de café orgánico. Con la poca participación de las instituciones de gobierno hacen que los mismo productores no tengan la posibilidad de obtener precios significativos. El minio interés de las instituciones gubernamentales y privada en ofrecer créditos a los pequeños productores, lo hace vulnerables a caer en manos de los intermediarios, y las

empresa acopiadoras que ofrecen al productor mínimo apoyo a sus actividades agrícolas, con la condición d entregar su café a precio pactado, afectando su condición económica, sin embrago para le producir resulta una buena oportunidad de vender su café. En síntesis el café es llevado de las comunidades hasta otros países, lo que hace que los productores estén dentro del gran mercado global y con la expectativa de que en los próximo años se mejoren los precios.

CAPITULO V. LOS DESAFÍOS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ.

Los pequeños productores de café se enfrentan todos los días a grandes desafíos para desarrollar la cadena productiva del aromático ya sean en la producción, beneficio húmedo y seco, en el almacenamiento y un enorme desafío el mercado. Durante la investigación logramos identificar los principales desafíos de los pequeños productores de la organización Sax Yaxté y los agrupamos en: (1) desafíos individuales; (2) desafíos socioeconómicos y (3) los desafíos ambientales. En cuanto a los desafíos ambientales por no ser un objetivo de la tesis se ha tratado muy poco, pero si se reconoce que con la entrada del huracán Stan en el año 2005, las familias cafecultoras sufrieron los impactos que este fenómeno causó en sus parcelas de café (Eakin et al, 2012). Uno de los desafíos sociales típicos sobre la economía rural es llamado paternalismo en esta relación por un lado el pequeño productor desea que el gobierno le resuelva sus dificultades a través de dinero, asistencia técnica, etc., el gobierno a su vez necesita tener el control sobre el productor así, esta relación se recrea sobre todo en los pequeños productores calificados como medianos y grandes en la tipología realizada en este estudio.

5.1. Los desafíos individuales

Los desafíos individuales se entienden como aquellas dificultades que los PPC enfrentan para desarrollar el proceso de producción de café en sus parcelas, estos desafíos generalmente son tecnológicos y de infraestructura. Como se

mencionó en capítulos anteriores los PPC, de la organización Sax Yaxté, viven con dificultades para mejorar la producción de café orgánico, carecen de recursos para la producción, sobre todo para la adquisición de insumos. Del total de productores el 25% carecen de equipos para la aplicación de productos biológicos para controlar plagas y enfermedades. El 42% de los socios³⁶ carecen de patios de secado, de despulpadora por lo que tienen que ingeniársela para resolver sus problemas (ver fotos No. 1, 2).



Foto No. 1. Esta es la estructura de madera y plástico que usan los PPC, para secar su café, Foto tomada por Domingo Gómez, en febrero del 2012.



Foto No. 2. Sobre el suelo colocan material de plástico para secar su café. Foto tomada por Adán Cano en febrero del 2012.

Construyen estructuras de madera, plástico
su vivienda para realizar el proceso de seca

Otro problema frecuente es la falta de recursos para realizar la cosecha, por ello, recurren a la directiva de la organización para solicitar préstamos que van de los mil a dos mil pesos para realizar esta actividad, el dinero prestado es

³⁶ Me dijeron que al ser socio de la organización nos iban a dar patios de secado y despulpadoras para y aun no le han cumplido, entonces los que hago para ingeniárselas para resolver mis problemas en el secado y traslado de mi café bodega de acopio. Nicolás Hernández Pérez de la comunidad de Achaleljá. Mayo 2012.

cubierto en el momento de la entrega de su café a la bodega. Para el traslado de su café a la bodega, se unen para contratar vehículos³⁷ de tres toneladas para disminuir los costos. Para los PPC, que obtiene de 3 a 5 quintales se ven obligados a contratar vehículos pequeños para llevar su café a la bodega (ver foto No. 3). Para sacar su café a la venta, transitan por caminos de terracería, (ver foto No. 4). Por veredas cargando los su café en costales de 25 a 50 kilogramos de peso, cargados al hombro.



Foto No. 3. Coche trasportando café a la bodega de acopio, cuando la cantidad es pequeña usan este tipo de transporte.



Foto No. 4. Desvío para llegar al Centro Chich, y comunidades cercanas, este es el tipo de camino por dónde sacan su café a la bodega de acopio. Foto tomada por Adán Cano en enero del 2012.

lleva acabo el pesado (ver foto No 5), seguido del calado que consiste en extraer una pequeña muestra de café que servirá para determinar humedad, impurezas, aroma, color. El promedio de descuento se da un margen de 2 a 3

³⁷ Para resolver los problemas en la diferentes actividades los productores se apoyan entre ellos, en ocasiones intercambian sus materiales para trabajar en su cafetales, se apoyan para cargar sus café hasta donde llega los vehículos para trasladarlos a la bodega, y para que se ahorren el pago de fletes, juntan varios quintales de café, y pagan entre todos por lo que se esperan hasta que cosechen la mayoría o se junte la cantidad para pagar un solo vehículo. Domingo Álvaro. Mayo 2012.

kilogramos por quintal de café pergamino. En el momento de recepción del café para los pequeños productores no existe negociación solo aceptan el castigo y no comentan nada lo único que hacen es agradecer porque le hayan recibido su café y le paguen en ese momento. Para los medianos productores existe un resentimiento por el castigo, sin embargo lo aceptan, pero para los grandes productores según mi tipología considerando las características mencionadas anteriormente, éste simplemente reclama por el descuento y debido a su experiencia inicia la negociación logrando disminuir su castigo, en ocasiones amenaza en entregar su café a los intermediarios. Todos estos desacuerdos se logran equilibrar una vez que el productor queda satisfecho por el pago de su café.

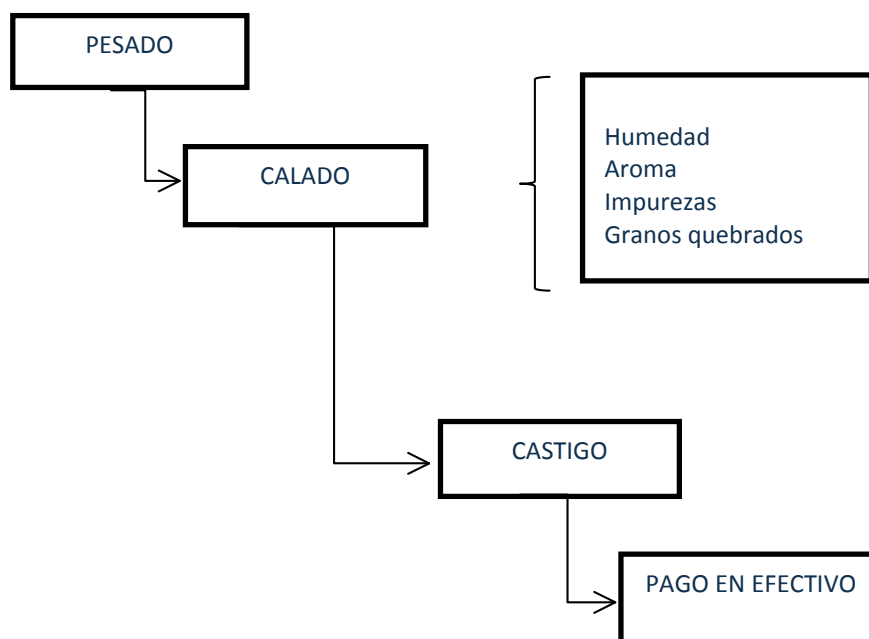


Foto No. 5. Pesado de café, en el momento del acopio. Foto tomada por Adán Cano en febrero del 2012.

La bodega tiene una capacidad para almacenar hasta 12,000 quintales, cuenta con piso firme, una báscula con capacidad de 150 kilogramos, calador, criba y libreta de control de entradas y salidas, cuenta con una persona encargada del manejo administrativo y dos personas que se encargan de la recepción y pesado del café.

Como estrategia los representantes de la organizaciones cafetaleras de la región se han reunido para conjuntar esfuerzos e iniciar la gestión para entrar al esquema de comercio justo formando una unión de organizaciones, en la que ésta bodega estará disponible para el acopio de café pergamino de más de 1000 productores.

Figura No.16. Operaciones de compra venta de café de los socios.



5.2. Los desafíos socioeconómicos.

Una forma de enfrentar la pobreza de las familia indígenas que conforman esta organización cafetalera, ha sido impulsar la cafecultura como una alternativa para mejorar sus ingresos, no solo porque producen café, sino porque para ellos el café es algo que los identifica, en el que expresan sus costumbres, tradiciones (tristezas y alegrías³⁸). Para enfrentar estos desafíos los PPC, han unido sus esfuerzos en la construcción de una bodega de acopio mediante la gestión de recursos en instituciones de gobierno. Como se puede observar en la fotografía No. 6. Esta es la primera bodega de acopio que se construyó en el año 2003. Como resultado de los trabajos en conjunto y los procesos de

³⁸ No tenemos a donde ir, esta es nuestra tierra, no tenemos a donde ir y el café orgánico es algo que significa mucho para nosotros, lo consideramos un cultivo que nos identifica a los indígenas aunque no sea bien pagado. Manuel Pérez de Ara. Ejido Coquitel. Mayo 2012.

gestión, en el año 2007 se construyó una bodega de acopio de café pergamino con una capacidad de 12000 quintales (ver fotografía No. 7), con un valor de 728,000.00, los recursos fueron financiados por COMCAFE, SEDESOL Federal, y los productores.



Foto No. 6. Bodega de acopio cuando la organización inició sus actividades en el 2002, ubicada en Nahilté Tercera Sección. Tomada por Domingo Demesa en febrero del 2003.



Foto No. 7. Bodega construida en año 2007, con capacidad de 12,000 quintales. Foto tomada por Adán Cano en Diciembre del 2008.

Posteriormente adquirieron con apoyo de COMCAFE, un equipo de torrefactora con una capacidad de 25 kilogramos (tostado y molido). Con un monto de 276,000.00 pesos. Ver fotografía No. 8. Con esto lograron tostar y moler su café y las envasaron en presentaciones de 0.5 kilogramos. En ese momento las mujeres se involucran en el proceso de selección, limpieza, molido y envasado, el café molido comenzó a ser distribuidos en el mercado local, regional y estatal (Chilón, Ocosingo, San Cristóbal, Palenque, Tuxtla Gutiérrez). Se comienza ampliar el mercado y lograron ese mismo año vender más de 500 kilogramos en cafeterías del Estado de Querétaro, pero debido al desconocimiento para hacer frente a la competencia en este tipo de mercado, se perdió la oportunidad de seguir distribuyendo café molido. Sin embargo

surge el interés que para hacer frente a esta problemática de mercado habría que tener un registro de marca. Con esto inician el proceso para obtener un registro de marca, denominado “Café Nahil”. Ver foto No.9. Sin que hasta la fecha lo hayan obtenido, debido a la falta de conocimientos por los PPC y la falta de capacitación de las instituciones de encargadas para obtener el registro de marca.



Foto No. 8. Las mujeres se involucran en el proceso de tostado de café. Foto tomada por Adán Cano en enero del 2010.



Foto No. 9. Mujeres de la organización Sax Yaxté, realizando la selección de café para su procesamiento. Foto tomada en enero del 2010.

suficiente, debido las necesidades conforme han ido avanzando, se requiere de una capacitación y asesoría continua y no temporal como se ha venido dando, esto causa debilitamiento y se convierte en desafíos que la organización tendrá que superar.

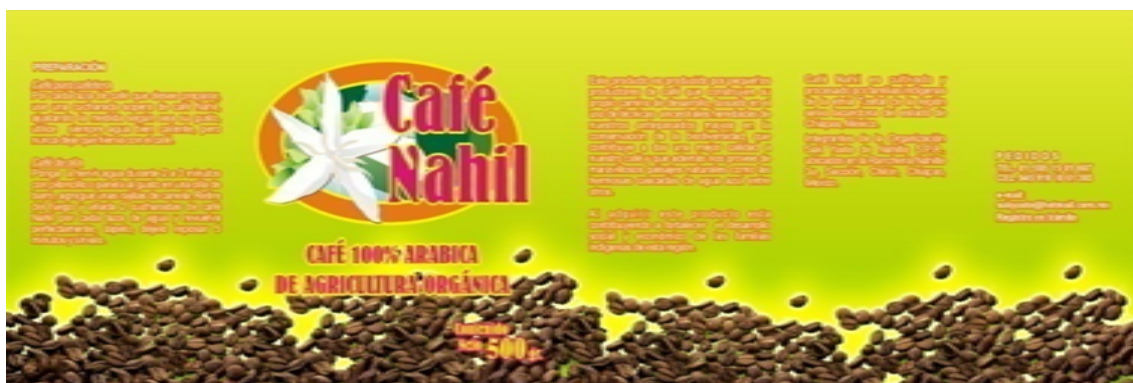


Foto No. 10. Etiqueta del registro en proceso como café Nahil. Foto tomada por Adán Cano en Febrero del 2010.

comunidades, tiene acceso a la educación, escuelas primaria y para nivel bachillerato tiene que trasladarse a otra comunidad a una distancia no más de 10 kilómetros, esta escuela se localiza de manera estratégica en el ejido Centro Chich, (CECYTECH). Para trasladarse a la escuela los jóvenes lo hacen por medio de bicicletas, o camionetas de pasaje.

En cuanto a las viviendas se caracterizan por ser de piso de tierra, muy pocos de cemento, las paredes están construidas con bajareque, y adobe de mala calidad debido a su poca resistencia, de tabique y de madera, con techos de lámina, teja y poco de concreto.

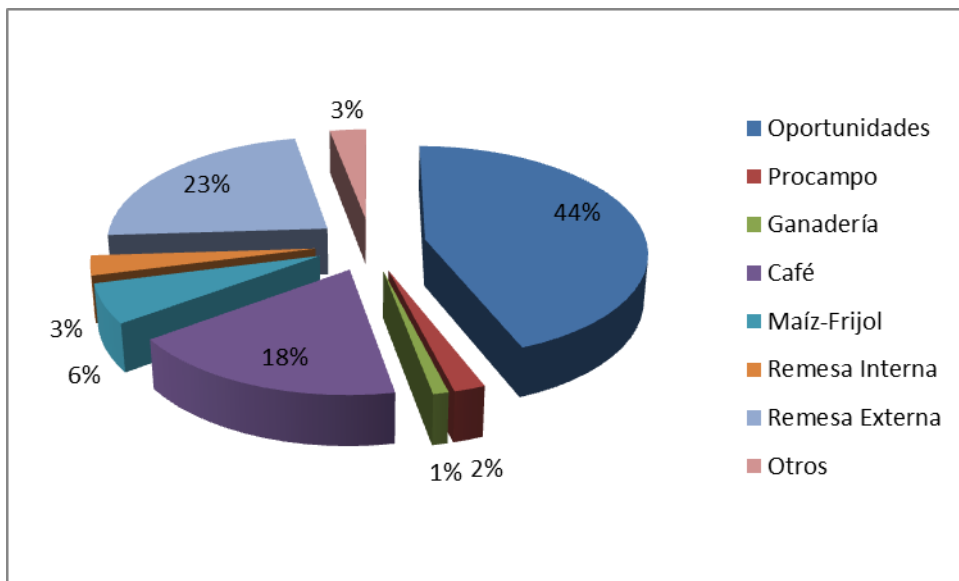
A nivel municipal el 72.23% no tiene acceso a drenaje, indudablemente que estas comunidades se encuentran dentro de este dato estadístico. INEGI 2005. Aunque en su mayoría las viviendas poseen fosas sépticas, muy pocas familias

tienen agua entubada³⁹, debido a esto tienen muchos problemas de infecciones diarreicas, producto de la mala higiene. En la actualidad en cada comunidad se observa una clínica rural, la realidad es que solo cuenta con la infraestructura, carece de medicamentos y servicios de salud como médicos y enfermeras, por lo que la comunidades más retiradas tienen que trasladarse a los centros de servicio médico, ubicados en comunidades más grandes como son Centro Chich, Bachajón, Cabecera Municipal de Chilón y Ocosingo.

Las condiciones precarias de vida, se debe a los bajos ingreso por familia, según datos obtenidos de trabajo de campo y la aplicación de entrevistas se observa que las actividades principales que favorecen el ingreso familiar son las siguientes: Venta de café, programa OPORTUNIDADES, PROGRAM, PROCAMPO y Apoyo al café, cultivo de maíz, cultivo de frijol, remesa interna, remesa externa, jornales, entre otros. Ver cuadro de Ingreso por productor por año de trabajo.

³⁹ Los que habitamos en Nahilte así como de otras comunidades, iniciamos la gestión de agua potable desde el año 2001, y hasta la fecha no lo conseguimos, lo que hacemos es usar agua de lluvia o de arroyos que están cerca de la comunidad. Miguel Gómez Deara. Mayo 2012.

Figura No 17. Principales ingresos de las familias campesinas.



Fuente. Base de datos de encuestas aplicados a los productores. Abril 2012.

Esta grafica muestra los ingresos promedio de los productores de café socios de la organización cafetalera Sax Yaxté, los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas, en donde el mayor ingreso que reciben es a través del programa oportunidades con un 44%, lo que indica que las familias están compuestas por más de 5 hijos, que estudian en diferentes escuelas. Seguido de la remesa externa ⁴⁰ con un 23%, ya que uno o dos miembros de la familia se encuentran trabajando en otros estados de la república como son; Playas del Carmen, Cancún, Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Ocosingo. Seguido del ingreso por la producción de café con un 18%, en este sentido todos los integrantes de la familia se ocupan de esta actividad desde el

⁴⁰ Me refiero a los ingresos obtenidos como empleados en otras Ciudades del país.

trasplante, limpieza de los cafetales, fertilización, control de plagas, cosecha y acarreo.

Cuadro No. 12. Participación de los integrantes de la familia en la producción de café.

Actividad	Integrantes que se ocupan
Trasplante	Padre e hijos de mayor edad
Limpieza	Padre e hijos de mayor edad
Abonado	Padre, madre e hijos de mayor edad
Poda	Padre e hijos mayores
Cosecha	Toda la familia excepto niños muy pequeños.
Acarreo	Padre, madre e hijos mayores
Venta	Padre

Fuente. Construcción propia con datos obtenidos de las encuestas realizadas en febrero del 2012.

Bajo esta lógica campesina, se garantiza la reproducción social mediante la participación de todos los integrantes de la familia en el cuidado del cultivo de café.

Toda la familia hemos trabajado en el cultivo de café, yo recuerdo que mis abuelos lo cultivaban, después mi papá, nosotros y ahora nuestros hijos, aunque a veces no es bien pagado pero son buenas tierras para este cultivo, solo esperamos que nos paguen bien, pero no pensamos cambiarlo por otro. Nicolás Hernández Pérez, ejido Achaleljá.

Posteriormente se observan los demás ingresos como son; la producción de maíz y frijol con un 6%, la remesa interna con un 4%, que consiste en la ocupación como jornaleros con los demás productores que se localizan dentro

del mismo ejido en diferentes actividades, esta pueden ser, por limpieza de los cafetales, cosecha, poda, y agobio, entre otras actividades, que se realizan con otros productores de café de la comunidad o comunidades cercanas. El PROCAMPO, con un 2%, la aportación de PROCAMPO debe ser entendida en el posicionamiento del ejido con respecto al Programa de Certificación de Derechos Agrarios (PROCEDE), El ejido San Sebastián decidió no incorporarse al programa de entrega de certificado de derechos individuales emitido por el programa PROCEDE. El rechazo al programa se ve reflejado en el posicionamiento del Estado negando el apoyo de los fondos del programa PROCAMPO. En la práctica los ejidatarios del ejido San Sebastián Bachajon, conocen y reconocen unos entre otros el usufructo de cada una de sus parcelas e igualmente mantienen vivas las estructuras ejidales de toma de decisión en que la máxima autoridad es la asamblea ejidal. He aquí un ejemplo de la aplicación de una política pública neoliberal y la posición claramente contestataria de los cafetaleros de la organización Sax Yaxté. Quedando todavía para muchas localidades que conforman el municipio tierras de uso común⁴¹, por tal razón muy pocos reciben éste tipo de apoyo. En cuanto a la fuente de ingresos por ganadería con el 1%, consiste en la venta de ganado bovino, seguido de aves, cerdos. En el rubro de otros con un 3%, se observa que muchos productores dentro del ejido tienen pequeños negocios como son la venta de abarrotes, venta de pollos destazados, taquerías, frutas y hortalizas, venta de leña, recolección de plantas medicinales y para consumo en estado fresco, insectos y gusanos (satz).

⁴¹ Chilón es considerado como uno de los municipios con más tierras de usos común, según datos de existían en el año 2000, 77,222, hectáreas. Censo Ejidal 2000.

Las agrupaciones religiosas son las católica, presbiteriana, cristiana, séptimo día, pentecostés. (Diagnósticos municipal 2008). La religión católica es la que tiene mayor presencia en más de un 50%, de la población total del municipio, a través del trabajo de esta religión han logrado consolidar grupos de trabajo colectivo, en el que su principal actividad ha sido, el establecer huertos familiares que consiste; en distribuir semillas a las familias, éstas son cultivadas en traspatio y utilizadas para autoconsumo, se observa que han aprendido a hacer compostas, a utilizar plantas repelentes contra plagas y a cultivar de manera correcta sus cultivos, que son utilizados para autoconsumo.

Para lograr estar dentro del mercado de café orgánico, los PPC se propusieron realizar muchas actividades y compromisos como socios de la organización dentro de los cuales se mencionan.

- ✓ Producir café bajo el sistema de producción orgánica.
- ✓ Acopiar café cereza de los socios en la bodega de Nahilte.
- ✓ Capacitar a los socios de las nuevas prácticas de mejoramiento de los cafetales, adoptando nuevas tecnologías.
- ✓ Procesar café mediante el beneficio húmedo.
- ✓ Comercializar café molido en diferentes presentaciones.

5.3 Desafíos ambientales.

La mayoría de las comunidades que conforman la organización cafetalera Sax Yaxté, poseen una larga tradición de autoconsumo, se ubican en zonas marginadas y poseen una alta biodiversidad que lo distinguen como una zona productora de café de calidad. Esta calidad se logra debido al conjunto de factores climáticos (viento lluvias) edáficos (suelos), que dan como resultado una abundante ecosistema en diversas partes del su territorio en el que se distinguen una gran población de bosques y selva. Sin embargo existen no todo los factores están equilibrados, por ejemplo existen suelos altamente erosionados, producto de la gran cantidad de lluvia que se presente durante el ciclo agrícola de temporal. También se observa zonas desforestadas fenómeno que se da principalmente por apertura de terrenos a la agricultura o cambios de uso de suelo, otros factores son los incendios forestales no controlados y la tala clandestina. También se dan en forma temporal contaminaciones del aire por emanaciones derivadas del procesamiento del café. Contaminación de ríos por descargas residuales y desecho sólidos y contaminación por basura y animales muertos.

Dentro de sus principales desafíos se distinguen que deben apropiarse de tecnologías sustentables; por mencionar algunas señalamos la conservación de suelos mediante la construcción de terrazas individuales, para evitar la erosión y conservar la fertilidad de los suelos. Aprovechar los subproductos del beneficio de café, mediante el uso de la pulpa de café para hacer compostas, ampliar la renovación de cafetales en zonas descubiertas, con la finalidad de aprovechar la superficie y aumentar la población de cafetos. Los retos son retomar el rumbo mediante la aplicación del método para el control de plagas y enfermedades usando extractos de plantas, e insectos benéficos. Si estos conocimientos se logran integrar se evitarían problemas de contaminación y conservar el medio ecológico que tanto sirve para el sistema de producción de café orgánico. Unos de los problemas que más afectan las lluvias prolongadas

es que durante la cosecha no se logra secar de manera adecuado el café, para esta actividad se requieren entre 5 a 8 días, y si a esto le agregamos que no todos tienen patios de secado, aumenta los costos para lograr una humedad óptima del 12%. Si las lluvias se combinan con nubosidad el café presenta problemas de manchas, y fermento lo que disminuye la calidad del grano.

Las nuevas políticas del gobierno es promover el desarrollo de las comunidades mediante turismo rural, por lo que debe existir un plan de manejo de los cafetales junto con la vegetación con que convive, una proyección sobre el aprovechamiento de las especies vegetales y animales que den pauta para promover el desarrollo turístico en la zona de estudio. Por ejemplo la organización está gestionando desde el 2010 un parador turístico sobre la carretera que comunica de Ocosingo a la zona turística de las Cascadas de Agua Azul, esto traerá como consecuencia la entrada de recursos económicos y aprovechar a promocionar la venta de su producto a turistas nacionales y extranjeros, dentro y fuera del centro turístico Agua Azul. Sin embargo no se logra concretar por la falta de continuidad, debido a la escasez de fondos para la gestión. Se requiere de mayor integración entre los socios de la organización, para promover el aprovechamiento de sus recursos naturales. A pesar de que el agua es abundante durante el temporal, este vital líquido es escaso durante 4 y 5 meses del año, por lo que los habitantes de estas comunidades tienen que acarrear el agua para tomar desde los arroyos que se ubican entre los 2 y 4 kilómetros de distancia. Por lo que deben gestionar ante el gobierno municipal la ampliación de la red de agua potable para tener mejores condiciones de vida.

Por poseer una gran diversidad de especies vegetales, están promoviendo el pago por servicios ambientales, retomando las ideas de otras organizaciones que en la actualidad los están haciendo.

En síntesis los pequeños productores de café, han tenido grandes desafíos ambientales, que si logran una integración y mayor participación de los socios en los procesos de gestión, serán promotores de su propio desarrollo de lo contrario vivirán en la esperanza de tener un mejor nivel de vida.

CONCLUSIONES

En su dinámica territorial esta organización ha entrado de manera tardía al proceso de producción orgánica, a 12 años de que se diera apertura a este programa a partir de las políticas públicas y programas de gobierno no se ve reflejado los beneficios, porque los recursos ya están agotados. No ha tenido presencia fuerte para la gestión territorial y se observan débiles para apropiarse de nuevas tecnologías, así como en sus relaciones con los actores externos.

Sax Yaxté se caracteriza como una organización joven compuesta por 213 productores indígenas tzeltales. Las familias están compuestas entre los 4 a 6 elementos, en su mayoría se involucran en las labores agrícolas, y en los cuidados de los cafetales. Están organizados bajo la figura jurídica Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada, (SPRL). En su dinámica interna se identifican tres tipos de pequeños productores como son: Los pequeños productores, los medianos productores y los grandes productores, tomando en cuenta la superficie, volumen de producción, edad, nivel de educación, así como su nivel de participación en la toma de decisiones al interior de la organización. Su apropiación territorial se distingue por su integración al padrón nacional de productores orgánicos, la obtención de dos sellos de certificación orgánica, pero que no han dado los beneficios esperados. Mientras ésta organización permanezca separada de las unión de ejidos y comunidades y de las demás organizaciones, siempre van a permanecer excluidas de las políticas públicas y de los mercados. Esto da pie a pensar que el fenómeno de la

globalización ha dado margen al libre mercado, teniendo como resultado el debilitamiento de los más pobres ante la competencia por la falta de tecnología, falta de apoyo a la producción, la comercialización generando la exclusión de los PPC, quedando al margen del sector privado, o de los grupos más organizados.

Ante la falta de apoyo por parte del estado y de las instituciones enfocadas al sector cafetero los pequeños productores han empleado la como estrategia él es establecer relación sociales de producción y comercialización con actores externo como son las empresa transnacionales, los intermediarios (coyotes) que son la primera opción de venta de café para cubrir sus necesidades más urgentes. Las certificadoras juegan un papel importante para entrar al mercado de café de calidad, lo que hacen que el productor entre en un dinámica de producir café, cumpliendo normas y estándares, pagando la inspección en cada año, y como resultado obtenga ganancias mínimas.

Deben existir mecanismos que fortalezcan los activos de los PP como son; la apertura al mercado, al créditos, servicios de capacitación, seguimiento y evaluación de proyectos encaminados a la producción y comercialización de café. Su dimensión territorial debe ser promovida mediante su desarrollo desde adentro, mediante la transferencia de recursos, y la incorporación social de los productores indígenas por medio de su representación política.

Como cualquier otra organización tiene problemas internos y externos, Los problemas más comunes que enfrenta la organización se resume en tres aspectos; una coordinación deficiente, una administración poco clara y la falta

de repartir funciones y roles para operar diferentes funciones dentro de la organización. La percepción de los socios como imaginario colectivo es que su café sea reconocido como café orgánico, sin embargo debido a estos problemas como son la corrupción, la falta de comunicación de los representantes, la falta de coordinación, así como abuso de confianza, hacen que este imaginario colectivo se diluya afectando la posibilidad de obtener créditos, y otros beneficios que puedan incentivar la producción de café. Para la mayoría de los socios la producción de café orgánico sigue siendo la esperanza de una liberación económica y que mantiene el espíritu de promover su desarrollo desde lo local mediante la producción y comercialización de café. Dentro de sus perspectivas que mantiene es que siga la organización pero que se designen nuevos roles, una mayor participación de los socios en la toma de decisiones, un mejor manejo administrativo, mayor gestión para promover la venta de sus café, que se nos reconozca los sellos de café orgánico que hasta le fecha tiene y que se promueva la entrada al mercado justo.

El café orgánico es un cultivo en el que el productor tiene relación con su cosmovisión ya que expresa su identidad y su forma de vida a través de su cultura, su religión, su integración familiar y el esfuerzo por tener un sustento. A pesar de que existen otros cultivos, el café sigue siendo de importancia, y el término orgánico envuelve muchas relaciones de vida, con los mismos habitantes de las localidades. Sin embargo el acceso a mercados de café orgánico todavía depende en gran medida de los sobrepuestos y la exportación, de las reglas de mercado, de la poca disponibilidad de insumos para la

producción, debido a los costos muy elevados que hacen que los cultivos requieran de ser más rentables.

En cuanto a los desafíos podemos señalar que carecen de recursos para la producción, sobre todo para la adquisición de insumos, carecen de equipos para la aplicación de productos biológicos para controlar plagas y enfermedades. Carecen de patios de secado, de despulpadora por lo que tienen que ingeniársela para resolver sus problemas y realizar esta operación que les puede costar la pérdida de sus cosechas. Para ello construyen estructuras de madera, plásticos, y en ocasiones utilizan el techo de su vivienda para realizar el proceso de secado. No tienen recursos para realizar la cosecha, y para el traslado de su café a la bodega algunos tiene que cargar su producto en su espalda o utilizan animales para su traslado, porque no cuentan con vehículo, para ello tiene que asociarse para realizar la entregar a la bodega. Por otro lado algunos productores requieren de capacitación para conocer las medidas de higiene, humedad, impurezas, entre otros factores que afectan la calidad de tal manera que no les descuenten mucho a la hora de entregar su café a la bodega.

Los grandes desafíos que enfrentan los PPC, han sido la búsqueda de un mejor nivel de vida a través de incursionar en el mercado favorable y justo, pero esto no puede ser posible si los intermediarios se adelantan y compran el café a bajos precios con los más necesitados, afectando con esto, el desarrollo de las familias indígenas campesinas.

Dadas las condiciones de pobreza, la organización no es sujeta de crédito por diversas razones. Porque no logran cumplir la serie de requisitos que exigen las instituciones crediticias debido a la falta de garantía. Hasta la fecha siguen gestionando recursos para la comercialización, sin que hasta el momento exista una institución que intervenga, y por lo consiguiente no han formado parte de la red de comercialización segura, que entrelace el mercado local y global, a pesar de tener relaciones con empresas transnacionales, certificadoras y e instituciones de apoyo como COMCAFE, entre otras. Por tal razón seguirán enfrentado grandes desafíos sociales, económicos, en la búsqueda de alternativas de solución que promuevan el desarrollo local de las comunidades indígenas.

El fenómeno dela globalización ha dado margen al libre mercado, teniendo como resultado el debilitamiento de los más pobres ante la competencia por la falta de tecnología, falta de apoyo a la producción, la comercialización generando la exclusión de los PPC, quedando al margen del sector privado. Las alternativas de las familias campesinas que conforman la organización cafetalera sigue siendo la producción de café orgánico, por múltiples razones como son; poseen condiciones naturales para producir café de calidad, café de sombra, ecológico, que les permite tener otros posible beneficios como son servicios turísticos, el pago por servicios ambientales, pero para que esto suceda, tendrá que existir mecanismos que fortalezcan los activos de los PP, como son la apertura, incluyendo la dimensión territorial, que promuevan su desarrollo desde adentro, mediante la transferencia de recursos, y la

incorporación social de los productores indígenas por medio de su representación política.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar P., González A., 2009. Cafeticultura indígena en Yajalón: un escenario al margen del comercio Justo”. Consultado en Revista Pueblos y fronteras digital.

Aguilar Pinto, Emma; González, Alma Amalia, 2009. Cafeticultura Indígena En Yajalón: Un Escenario al Margen del Comercio Justo. Revista Pueblos y Fronteras Digital, Universidad Nacional Autónoma de México Vol. 4, Núm. 7, junio-noviembre, 2009, pp. 157-186.

Aguirre Francisco, 2005. Características políticas de la cafeticultura en México. Alberoni Francisco, 1997. Movimiento e Institución. Traducción de Marcila Suarez. Editorial Nacional Madrid España.

Aranda Josefina, 2004. El sistema campesino indígena en la producción de café. México.

Bada C. Lilia M. y Rivas T. Luis A., 2003. Competitividad de los productores de naranja de Álamo, Veracruz. Investigación administrativa No. 92. Enero-Julio. México D.F.

Barrera, J. F., M. Parra Vázquez, O. B. Herrera Hernández, R. Jarquín Gálvez & J. Pohlan. 2004. Plan Estatal de Manejo Agroecológico del Café en Chiapas: Guía hacia una cafeticultura sustentable. Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas y El Colegio de la Frontera Sur. Tapachula, Chiapas, México. 164 p.

Barrera, J.F y Parra, M., 2000. El café en Chiapas y la investigación en ECOSUR. Gaceta ECOSUR, Ecofronteras. No. 12 Octubre. Fray Bartolomé de las Casas AC. México.

Bartra Armado, Cobo Rosario, Meza Miguel, Paz Lorena. 2003. Sombra y Algo más. Hacia un Café Sustentable Mexicano. 1ª. Edición Instituto de Estudios para el Desarrollo Rural Maya, A.C. México, D.F.

Bartra Armando, 1994. Los nuevos sujetos del Desarrollo Rural. Volumen 2 de cuadernos de desarrollo de base. ADN editores, Ciudad de México.

Bartra Armando, 1998. El hombre de Hierro. Los límites sociales y naturales del capital. UAM. México, D.F.

Bartra Armando, 2003. Cosechas de ira. Economía Política de la Contrarreforma Agraria. Editorial Itaca. Mex. D.F. pp. 56- 67.

Bertagnini A., 1995. Las diagonales del cambio empresario. De la ruptura económica a la competitividad sustentable. Ediciones MACCHI. Argentina.

Boisier Sergio, 2001. Sociedad del Conocimiento, conocimiento social y gestión del territorio.

Boisier Sergio, 2005. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?. Revista Cepal. P.p. 47-62.

Bonales V. J. y Sánchez S., M., 2003. Competitividad Internacional de las empresas exportadoras de aguacate. El aguacate michoacano en el mercado norteamericano. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE). México.

Breton Alain, 1984. Bachajón Organización Socioterritorial de una Comunidad Tzeltal. México, D.F.

Bruman Zygmunt, 2006. La globalización consecuencias humanas. CFE. 2da. Ed. 169 p.

Carranza, J. y C. Molina, 2003. Estimación de la tasa de transformación del hábitat en la Reserva de la Biosfera El Triunfo. CONANP/FMCN. México, D.F. 35 p.

Castell M, 2002. La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2002.

Castell Manuel, 2000. Globalización, sociedad y política en la era de la información- Bitácora- Urbano/Territorial- Revista del Departamento de Urbanismo, Facultad de Artes. Universidad Nacional de Colombia, primer semestre del 2000.

Castro Hernández Juan C., 2009. Criterios para la sustentabilidad de Paisajes Productivos en la Reserva de la Reserva El Triunfo, Chiapas. Ponencia presentada por Juan Carlos Castro H. en el VII Congreso Nacional de Áreas Naturales Protegidas. San Luis Potosí, SLP, México). Consultado en <http://es-la.facebook.com/notes/reserva-de-la-biosfera-el-trinifo/criterios-para-la-sustentabilidad-de-paisajes-productivos-en-la-reserva-de-la-biosfera-el-triunfo>.

CEIEG, 2011. Perfiles Municipales.

COMCAFE, 2005. Directorio de organizaciones económicas del Estado de Chiapas.

COMCAFE, 2005. Programa Estratégico Institucional-Programa de Desarrollo Integral de la cafecultura 2001-2006. Secretaría de Planeación y Finanzas de Chiapas. México.

Confederación Mexicana de Productores de Café, 1988. 100% café. Publicación de la Confederación Mexicana de Productores de Café.

Confederación Mexicana de Productores de Café. 1988. 100% café; Publicación de la Confederación Mexicana de Productores de Café. México.
Consejo Nacional de Población (CONAPO), 2006.

Delgadillo J., Torres F., 2009. La gestión territorial como instrumento para el desarrollo rural. México.

Delgado Eduardo, 1999. Cultura, territorio y globalización. P.p. 25-44.
Diccionario de Marketing, 1999. Edit. Cultural.

Dopler F. y González, A., (2007). El Comercio Justo: Entre la institucionalización y la confianza." Revista Problemas del Desarrollo, Vol. 38, No. 149, pag: 190-210.

Doppler Flurina, 2006. Los cafetaleros del rincón y su participación en los mercados alternativos, la configuración de un nuevo campo social. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social en Occidente. San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México 2006.

Eakin Hallie, Benessaiah Karina, Barrera Juan F., Cruz-Bello Gustavo M. y Helda Morales. Livelihoods and landscapes at the threshold of change: disaster and resilience in a Chiapas coffee community. Reg Environ Change (2012) 12:475–488. DOI 10.1007/s10113-011-0263-4

ECOSUR, 2004. Plan Rector para el Manejo del Café en Chiapas. Guía hacia una cafecultura sustentable. México.

Giménez Gilberto, 2007. Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época n. Vol. V. Núm. 9, Colima, junio 1999, pp. 25-57.

Giménez, Gilberto, 1999. La sociología de Pierre Bourdieu", en: Proyecto Antología de teoría sociológica contemporánea (eds.), Perspectivas teóricas contemporáneas de las ciencias sociales, UNAM. P.p.151-171.

GMCN., 2008. FIRCAFE S.A. DE C.V. Plan de Negocio Café en México. Grupo Mexicano de Consultoría de Negocios. México. En línea: http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc_sofom_plan_negocios

Gómez C., M. A.; Gómez T., L. y Schwentesius R., Rita., 2006. Agricultura orgánica de México. Situación- Retos - Tendencias .SAGARPA, CIESTAAM, UACH. México

González Alma Amalia, Thierry Linck y Reyna Moguel, 2003. El comercio de valores éticos: Las reglas del juego del café solidario. Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe 75, octubre de 2003. P.p.31-45.

González Cabañas, Alma Amalia. ECONOMÍA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO Revista Pueblos y Fronteras Digital [en línea] 2009, 4 (Junio- Noviembre): [fecha de consulta: 18 de octubre de 2012] Disponible en: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=90611559001>> ISSN 1870-4115

González M., P.I., 2005. Los dilemas de la producción agrícola en el mundo. ¿Es la producción orgánica un modelo viable? Tesis Departamento de Relaciones Internacionales e Historia. Universidad de las Américas, Puebla. México.

González O., 1984. Economía de la comunidad campesina. Instituto de Estudios Superiores. Ed. Peruana. Perú. 1984. P.p. 160 -182.

González, A. y Nigh, R., 2005 ¿Quién dice que es orgánico? La certificación y la participación de los pequeños propietarios en el mercado global (México). Instituto Nacional de Ecología-SEMARNAT. México.

González, A., 2005, "El mercado solidario: reglas de juego y certificación de valores simbólicos". En Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México (2 vols.). Barragán López, Esteban (ed.). Colegio de Michoacán, ISBN: Consultado en http://www.pueblosyfronteras.unam.mx/a09n7/_art06.html, en julio del 2012.

Guevara D, C.; Zepeda V. E., 2008. Análisis de la competitividad de México 1997-2007. Tesis profesional. Universidad Autónoma Chapingo. México.

Guía Técnica Conceptual y Metodológica de Planeación para el Desarrollo Municipal: Secretaria de Hacienda, Gobierno del Estado de Chiapas, México 2008

Guimarães, Roberto P. 1998. Aterrizando una cometa: indicadores territoriales de sustentabilidad. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. 54 p.

<http://www.sagarpa.gob.mx/desarrollorural/publicaciones/estrategia/chiapas.pdf>.

Hurtado, H. F., 2006. Competitividad de los productores de maíz en el estado de México. Tesis Doctorado Universidad Autónoma Chapingo, México.

Ibáñez, C. y Caro T., J., 2001. Algunas teorías e instrumentos para el análisis de la competitividad. Competitividad de la Agricultura, Cadenas Agroalimentarias y el Impacto del Factor Localización Espacial, Cuaderno Técnico núm. 16, IICA, Costa Rica.

IMCO., 2007. Competitividad Urbana. IMCO México, 41 P.

INEGI 2005, II Censo de Población y Vivienda, México 2005.

INEGI. 2005, Prontuario Estadístico de Chiapas; SEIEG, Secretaría de Hacienda; Gobierno del Estado de Chiapas.

Iturralde Diego, 2001. Tierras y Territorios Indígenas.

Jaller Sergio, 2010. "Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales" (Resumen ejecutivo). FAO. Bogotá, junio de 2010. P.p. 5-25.

Kay Cristóbal, 2007. Enfoques sobre el desarrollo rural en América Latina y Europa desde mediados del Siglo XX. En Edelmira Pérez C. (Compiladora) "La enseñanza del desarrollo rural enfoques y perspectivas". Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Colombia. P.p. 49-111.

Long Norman, 2007. La sociología en el desarrollo: Una perspectiva centrada en el actor. Presentación de Guillermo de la Peña. Centro de Investigaciones y Estudios en Antropología Social. México D.F.

Luna Magdalena., 2000. Las organizaciones campesinas en México. Editores e impresores FOC, S.A de C.V. Fundación Rafael Preciado. México D.F.

Mandujano G. B., 2006. Características de rentabilidad y riesgo del café orgánico en la organización ISMAM, en la región del soconusco, Chiapas. Tesis. Universidad Autónoma de Chiapas. México.

Martínez Aurora, 1966. El proceso cafetalero mexicano; México, IIE-UNAM; 1996.

Marx, Carlos, "El Capital", Tomo III, Editorial Ciencias Sociales, La Habana, 1980. p. 357.

Mazurek Hubert, 2006. Espacio y territorio: Instrumentos metodológicos de investigación social. IRED-Universidad para la investigación estratégica en Bolivia (U-PIEB) La Paz. ISBN: 99954-700-0-4. P. 203.

Megchun, G. R. 1999. Efecto de la tecnificación cafetalera sobre la diversidad de aves, en la Reserva de la Biosfera El Triunfo, Chiapas. Tesis de

Licenciatura. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. 112 pp.

Melucci A., 1999. Acción Colectica, vida cotidiana y democrática. El Colegio de México. Capítulo 1. Teoría de la acción colectiva. P.p. 25-54.

Moguel Reyna, y Soto-Pinto Lorena, 2008. Tome café, tome conciencia: concepto, principios y ética de la cafecultura sustentable. Ecofronteras.

Monsiváis C. Alejandro, 2005. Rendición de cuentas: un campo contencioso (A manera de introducción). Políticas de transparencia: ciudadanía y rendición de cuentas. En Alejandro Monsiváis C. (compilador). Instituto Federal de Acceso a la Información Pública. Centro Mexicano para la Filantropía. P.p. 7-17.

Nigh, R., 2002, Acción colectiva, capital social y recursos naturales: las organizaciones agroecológicas de Chiapas. En Gabriela Vargas Cetina (coord.) De lo Privado a lo público, organizaciones en Chiapas. P.p. 102-120. CIESAS, Porrúa, México.

Nolasco Margarita, 1985. Café y Sociedad en México; México; Centro de Eco-desarrollo.

ONU, 2012. http://www.cinu.org.mx/temas/p_ind.htm

Oscar R, y Fernando P., 1999. Desarrollo Local y Comunitario. Una propuesta estratégica para Barcelona. Consultado en; http://www.alicante.es/documento/coordinación_barcelona.pdf. Julio del 2012.

Oswald Ursula. Desarrollo Rural- Regional. Territorio, Globalización y Cambios Climáticos. Editorial CRIM-UNAM, 11Ec, .UNAM, Colegio de Tlaxcala, A.C.

Pérez A., P., 2009. Los espacios de producción de café sustentable en México en los inicios del siglo XXI. Revista Pueblos y Fronteras Digital, Vol. 4 Núm. 7, junio-noviembre 2009, pp.116-156. UNAM. México. En internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=9061155900>

Pérez Akakí, 2010. Los pequeños productores de café de la región Otomí-Tepehua. Sus problemas y sus alternativas.

Pérez-Grovas Víctor, 1998. Evaluación de la sustentabilidad del sistema de producción de café orgánico en la unión de ejidos Majomut, en la región de los Altos de Chiapas. Tesis de MCDRR. Universidad Autónoma Chapingo. Dirección de Centros Regionales Universitarios. México.

Perfiles Municipales Secretaría de Planeación, Gobierno del Estado de Chiapas, 2005. Perfiles Municipales.

Plan de Innovación de la cafecultura de México. 2011. Consultado en las <http://amecafé.org.mx/downloads/PLAN>. En julio del 2012.

Plan Estatal de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012.

Procuraduría Agraria, 2010. Logros 2006-2010.

PRODESIS, Secretaría de Desarrollo Social; Gobierno del Estado de Chiapas, México, 2007.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, 2004. Índice de desarrollo humano Municipal de México. México PNUD.

Programa Especial Concurrente 2007-2012. Para el desarrollo rural sustentable. México.

Programa Institucional de la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café. Del Chiapas. 2007-2012.

Ramírez Blanca, 2003. "La vieja agricultura y la nueva ruralidad: enfoques y categorías desde el urbanismo y la sociología rural", en Sociológica, núm. 51 año 18, Nuevos Enfoques de la relación campo-ciudad, México, UAM-Azcapotzalco, P.p. 49-72.

Ramírez Miranda César, 1997. La diversidad Campesina y una matriz vigente. México.

Rebolledo O, Pindado F., 1999. Desarrollo Local y Comunitario. Una propuesta estratégica para Barcelona. Barcelona España.

Renard María, 1993. La comercialización internacional del café; México; Universidad Autónoma de Chapingo, 1993.

Revista Vinculando, 2012. Revista de divulgación sobre Desarrollo Sustentable. México.

SAGARPA, 2007. Sistema Agropecuario de Consulta. Cultivos perennes 2007-chiapas-café cereza/orgánico 2007. En <http://www.siap.sagarpa.gob.mx>.

Sánchez Jeannette, 2006. Los retos de lo local en lo global. Aportes analíticos y normativos. ÍCONOS 25, 2006. P.p. 77-88

Santacruz E., Pérez, M., 2010. Competitividad de la Organizaciones de productores de café orgánico del Soconusco, Chiapas; Un análisis a través de las actitudes de sus dirigentes. Revista OIDLES. Vol. 4, No. 9. 2010. México.

Scheitman, 1982. Economía campesina la agricultura empresarial. Ed. Siglo XXI, México. 1982.

Schejtman Alexander y Berdegú Julio A., 2004. Desarrollo territorial rural, Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Santiago de Chile.

Silva R., E., 2006. Efectos locales de la producción de café alternativo y sustentabilidad en Chiapas, México. Revista Iberoamericana de Economía Ecológica Vol. 3: 49.

Soto Gabriela, 2001. Manual de productores. Certificación Orgánica Paso a Paso. Publicado por CATIE. Turrialba, Costa Rica.

Soto Pinto Lorena, 2000. Manejo de especies arbóreas para sistemas agroforestales en la región maya tzotzil-tzeltal del norte de Chiapas.

Toledo Víctor, 2000. La paz en Chiapas. Editorial Quinto Sol. UNAM, México. P.p. 17-32.

Torres Felipe y Delgadillo Javier, 2009. "Hacia una política territorial del desarrollo rural de México", en Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, año 16, núm. 50, mayo-agosto, México.

Trápaga, Y.; Torres, F. (coordinadores), 1994. El mercado internacional de la agricultura orgánica. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Autónoma de México. México.

Villafuerte S. 2001. Integraciones Comerciales en la Frontera Sur. Programa de Investigaciones Multidisciplinarias Sobre Mesoamérica y el Sureste. México, D.F.

Valdés H. y Amador M., 2003. Tendencias del mercado orgánico mundial, con énfasis en café orgánico. Consultado en mayo de 2009 en: http://www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_1032.pdf.

Vinculando, 2005. Agricultores orgánicos en Chiapas. Revista electrónica Latinoamericana en Desarrollo Sustentable.

www.procafe.com.sv/menu/.../HojaTecnicaPodaDeCafetos.pdf consultado el día 16 de octubre, 2012.

Zapata Sergio, 2003. Los indígenas Tzeltales de la Región de Guaquitepec; sus estrategias de Reproducción y Perspectivas de Desarrollo. TESIS. UAM, México D.F.

Zibechi Raúl, 2003. Los nuevos rostros de los de abajo. Movimientos sociales latinoamericanos; tendencias y desafíos. La jornada No. 302. Consultado en Marzo del 2011. MCDRR.

ANEXOS

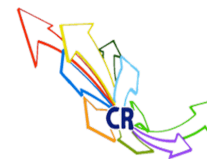
1.- Encuesta aplicada a productores socios de la organización Sax Yaxté.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

MCDRR

ENTREVISTA A PRODUCTORES



I.- Datos del productor.

Nombre del productor: _____ . Edad. ____ años.

Nombre del Encuestador: _____

Fecha: _____.

Localidad: _____.

Pertenece a alguna organización? . Si ____ No ____ . Esta registrado en el padrón nacional de productores de café. Si ____ . No. ____.

II.- Antecedentes.

Desde cuando siembra y comercializa café. _____. En los años que lleva como productor cuales han sido los problemas mas frecuentes? _____

Como ha solucionado sus problemas? _____

III.- Producción.

Cuantas hectáreas tiene de café. _____. En cuantas parcelas siembra café? _____ superficie propia. _____. Superficie rentada. _____. Cuantos años tiene su cafetal? _____. Que variedad de café cultiva?. Borbon. _____. Arabiga. _____. Caturra. _____. Catuaí. _____. Mondo novo. _____. Realiza renovación de su cafetal?.

Si _____. No. _____. Cuantos quintales de café obtiene por hectárea? _____. El sistema de producción de café es ?. Orgánico _____. Convencional. _____. Que actividades realiza en su cafetal y en qué mes la realiza?. Poda o agobio? _____. Control de maleza? _____. Abonado. _____. Fertilización? _____. Control de plagas y enfermedades? _____. Recibes capacitación para la producción de café. Si _____. Menciona quien apoya. _____.

No. _____.

IV.- Cosecha.

En qué mes realiza la cosecha? _____. Contrata mano de obra?. Si _____. No. _____.

Cuantos jornales emplea por hectárea? _____. Cuánto paga por jornal. _____. Cuál es el costo aproximado por la cosecha de su cafetal? _____. Mencione por lo menos de dos a tres problemas que se le presente durante la cosecha.

_____. Cuenta con maquinaria o equipo para: Despulpas _____. Lavar. _____. Secar. _____. Cuantos jornales emplea en todas estas actividades? _____.

V.- Comercialización.

7.- A quien le vendes tu café?

8.- En qué presentación vendes tu café: Pergamino: _____. Café oro: _____. Molido _____. Otro. _____.

A quien le vendes tu café? _____. A precio te pagan por tu café? _____. De qué forma vendes tu café: Directamente _____. Convenio: _____. Trueque: _____. El precio que te pagan por kilogramo o por quintal es bueno? _____. Conoces otros compradores de café?. Si _____. Menciona algunos. _____. Que problemas tienes a la hora de vender tu café? _____.

Cuentas con vehículo para ir a vender tu café?. Si _____. No: _____. Recibes capacitación para la comercialización de tu café?. Si _____. Menciona las fuentes de apoyo. _____ No ____.

Sabes el precio internacional del café? _____. El ingreso que obtienes por la venta de tu café son suficientes para satisfacer tus necesidades?. Si _____. Por que _____. No. _____. Por qué. _____.

En el momento de vender tu café te pagan en: Efectivo?. _____cheque?_____.
VI.- Necesidades.

Menciona algunas necesidades que tienes como productor de café?.

.