



LÍNEAS DE ESTRATEGIA PARA EL IMPULSO DE LA CAFETICULTURA MEXICANA

----DOCUMENTO EJECUTIVO---

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO
DIRECCIÓN DE CENTROS REGIONALES UNIVERSITARIOS
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO ORIENTE
CENIDERCAFÉ/DGIP, CENACAFÉ/SAGARPA**

HUATUSCO, VER.

OCTUBRE, 2015.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
PROPÓSITO GENERAL POR LÍNEA ESTRATÉGICA	4
1. PADRÓN NACIONAL CAFETALERO Y ESTIMACIÓN DE COSECHA	6
2. FONDO DE REGULACIÓN DE PRECIOS Y COBERTURAS EN EL MERCADO DE FUTUROS.	6
3. MEJORAMIENTO INTEGRAL DE CAFETALES	8
4. INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA	9
5. PROMOCIÓN DEL CAFÉ MEXICANO Y EL CONSUMO NACIONAL (CALIDAD DIFERENCIADA Y DIFUSIÓN).	10
6. PROYECTOS DE ORGANIZACIONES ECONÓMICAS	11

PRESENTACIÓN

Las Políticas Públicas son el espacio institucionalizado de interacción entre los ciudadanos y autoridades, mediante el establecimiento de estrategias priorizadas de acción, encaminadas a resolver problemas públicos, a partir del interés y opinión de los grupos sociales afectados; que incluyen el seguimiento y la evaluación de resultados. Un problema importante se convierte en problema público y éste se incorpora a la construcción de la agenda; la cual, proporciona sentido de gobierno.

En México, la cafecultura se considera como una actividad estratégica fundamental, debido a que permite la integración de cadenas productivas, la generación de divisas y empleos, el modo de subsistencia de muchos pequeños productores y alrededor de 30 grupos indígenas y, en forma reciente, de enorme relevancia ecológica, pues más del 90% de la superficie cultivada con café se encuentra bajo sombra diversificada, que contribuye a conservar biodiversidad y como proveedor de vitales servicios ambientales a la sociedad. No obstante su relevancia, el sector cafetalero ha estado inmerso en las recurrentes crisis por la caída de los precios en el mercado internacional.

Una estrategia de mejoramiento debe partir de reconocer que las regiones cafetaleras están íntimamente ligadas con el patrimonio bio-cultural del país, su ubicación en regiones montañosas, cafetales dispersos, con difícil acceso a las comunidades, que se caracterizan por los altos niveles de marginación y pobreza. Un recuento de las acciones y programas de política pública, en el periodo reciente comprende:

Periodo 2001-2012. Padrón Nacional Cafetalero y Sistema Informático de la Cafecultura Nacional, Fondo de Estabilización de Precios, Fortalecimiento y Reordenamiento de la Cafecultura, Fomento Productivo y Mejoramiento de la Calidad del Café de México, Fondos Concursables para Proyectos de Desarrollo Rural, Retiro de Café de Calidades Inferiores, Promoción del Consumo del Café de México, Estrategia de Capacitación al Sector Cafetalero, Combate a la Broca del Café, Programa de Fomento Agrícola y Estrategia de Innovación en la Cadena Productiva del Café.

Periodo 2013-2015. Padrón Cafetalero, Impulso Productivo, Compra de Planta, Viveros Tecnificados y Asistencia Técnica PROCAFÉ.

Los programas oficiales en México, aunque han buscado paliar los efectos de las crisis de precios, disminuyendo el descuido y abandono de cafetales; dada su

aplicación desarticulada, no han revertido la tendencia de deterioro de las plantaciones, ni logrado un mejor posicionamiento del café mexicano en los mercados. El severo ataque de la enfermedad de la roya del café (*Hemileia vastatrix*) y el repunte de otros problemas fitosanitarios; han provocado la pérdida de cosecha en importantes regiones y agudizado los bajos rendimientos nacionales, de alrededor de 7 Qq/ha¹.

Convertir esta coyuntura de crisis de la cadena productiva del café, en una oportunidad para el diseño y aplicación de una política pública integral hacia este sector, acorde con su importancia multidimensional: ambiental, económica, social y cultural; es el propósito general de las siguientes líneas de estrategia para el impulso de la cafecultura mexicana. Los recursos necesarios son muy amplios para un programa integral como el planteado y se deben planear en el mediano (3 a 5 años) y el largo plazo; lo relevante es que los recursos disponibles se apliquen con esta visión integral.

El café es todavía en muchas regiones y comunidades, la principal fuente de ingreso económico obtenido de productos de la agricultura y cualquier estrategia de impulso debe considerar esta relevancia. El café no debe ser atendido con criterios asistencialistas, mucho menos como cultivo anual. Las principales zonas arboladas de Mesoamérica, son las regiones cafetaleras, por su cultivo bajo sombra; esto es muy relevante ante el cambio climático.

PROPÓSITO GENERAL POR LÍNEA ESTRATÉGICA

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVO GENERAL
1.PADRÓN NACIONAL CAFETALERO Y ESTIMACIÓN DE COSECHA	Disponer de un registro actualizado y confiable de productores y predios digitalizados, para que los programas y apoyos sean dirigidos a quienes mantengan sus plantaciones de café, como la base para devolver a esta cadena productiva, su viabilidad económica y sus aportes invaluable en lo ambiental, social y cultural; que junto con el pronóstico de producción anual (estimación de cosecha), permitan la toma de decisiones de política pública, con oportunidad en cada ciclo cafetalero.

¹ Un Quintal de café= 250 kg de café cereza=57.5 kg de café pergamino=46 kg de café oro

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVO GENERAL
2.FONDO DE REGULACIÓN DE PRECIOS Y COBERTURAS EN EL MERCADO DE FUTUROS	Articular un esquema financiero para el manejo de precios del café en el mercado internacional y la bolsa del café de Nueva York, que permita al productor recuperar los costos de producción y hacer frente a las caídas de precios; al mismo tiempo que se fortalece la producción de cafés diferenciados y especiales.
3.MEJORAMIENTO INTEGRAL DE CAFETALES	Enfrentar el reto de duplicar los bajos rendimientos nacionales de café, por el envejecimiento y descuido de las plantaciones; al mismo tiempo que, mediante técnicas de manejo integral, se reducen los impactos de la roya del cafeto y otros problemas fitosanitarios que se han incrementado por el cambio climático.
4.INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA	Impulsar y coordinar la vinculación interinstitucional, generando un programa nacional de investigación e innovación en la cadena productiva del café; creando redes de empresas de tipo cooperativo y de investigadores y técnicos, a través del Centro Nacional de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del Café (CENACAFÉ).
5. PROMOCIÓN DEL CAFÉ MEXICANO Y EL CONSUMO NACIONAL (CALIDAD DIFERENCIADA Y DIFUSIÓN)	Realizar una campaña permanente de consumo nacional de café de calidad y de posicionamiento internacional del café mexicano, bajo el eslogan de <i>“El café de México, conserva el ambiente”</i> , por su producción bajo sombra diversificada y, apoyar la certificación y comercialización de cafés diferenciados y de especialidad, en el mercado exterior y para ampliar la demanda interna del aromático; contribuyendo a unir áreas de producción y de mercado.
6.PROYECTOS DE ORGANIZACIONES ECONÓMICAS	Focalizar recursos de apoyo y financiamiento para el diseño y operación de proyectos de desarrollo sustentable en las comunidades, municipios y regiones cafetaleras; que tengan como base la organización económica de los productores, para la mejora integral del proceso de producción de café, en sus diferentes dimensiones: técnica, económica, social y ambiental.

1. PADRÓN NACIONAL CAFETALERO Y ESTIMACIÓN DE COSECHA

El avance de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) permiten realizar actividades de registro y mapeo digital de predios productivos (georreferenciación), sobre todo con cultivos perennes, como lo es el café. Esta información es estratégica para la toma de decisiones y es fundamental que el sector cafetalero en México, mantenga un padrón nacional cafetalero actualizado y confiable; como base para las demás líneas de impulso de esta cadena productiva.

De acuerdo al Servicio de Información Agropecuaria y Pesquera (SIAP-SAGARPA), el Padrón Cafetalero tiene como objetivo contribuir al diseño de políticas que impulsen la productividad y competitividad de la actividad cafetalera a través de la actualización de expedientes, el levantamiento de predios que no están georreferenciados y la verificación de predios registrados.

La información del censo debe estar disponible y permear oportunamente a todas las instituciones y programas relacionados con el café en México. Actualmente no se tienen disponibles las actualizaciones del censo cafetalero y éstas son parciales.

Apoyar sólo a los productores que mantengan sus plantaciones de café, es una decisión importante de política pública, pero es la base para devolver a esta cadena productiva, su viabilidad económica y sus aportes invaluable en lo ambiental, social y cultural.

A la par del Censo o Padrón Cafetalero actualizado, se debe mantener la estimación y seguimiento anual a la cosecha de café; ya que el indicador base para la aplicación de los demás instrumentos económicos de esta política, será el volumen producido y comercializado por cada productor. La estimación de cosecha o pronóstico de producción, obtenido en los meses de agosto a octubre de cada año, permitirá tomar decisiones con oportunidad en cada ciclo o año cafetalero, que va del mes de octubre a septiembre.

2. FONDO DE REGULACIÓN DE PRECIOS Y COBERTURAS EN EL MERCADO DE FUTUROS.

La idea de los fondos de regulación de precios es muy acertada, debido a que en años buenos se puede capitalizar y en los años con más bajos precios, puede permitir mantener un ingreso al productor que permita recuperar los costos de

producción. Los primeros fondos que opero México a través de la Organización Internacional del Café (OIC), en la década de los sesentas del siglo pasado, sirvieron para promover la diversificación de cultivos, y en el caso mexicano se promovieron cítricos, aguacate Hass, hule y otras especies en zonas marginales.

A principios de la década de los ochentas del siglo pasado, en México se había establecido el Fondo Regulador para compensar la diferencia de precio entre el mercado de cuota de los países de la OIC y el de fuera de cuota, por cada saco vendido a un país miembro del Acuerdo, el exportador debía depositar un porcentaje en el fondo; cada saco vendido a un país no miembro recibía una compensación monetaria. Este mecanismo favoreció a algunos grandes exportadores que no esperaban a que se les asignara una cuota y vendían la totalidad de su café, en una sola operación, al mercado fuera de cuota. El fondo fue suprimido en 1985-1986, a raíz de las reclamaciones desde la OIC.

En México después de la ruptura de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café (CIC), se generó un Fideicomiso Regulador de Precios del Café (FIRCAFÉ) en el año 2002². Operó varios años con resultados parciales y a la fecha se tienen aproximadamente 700 millones de pesos, en este Fideicomiso; pero ya no opera para la regulación de precios; sino como un fondo de financiamiento a las actividades primarias.

La Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA-SAGARPA), mantiene un esquema de coberturas de precios a varios productos, entre ellos el café. Uno de los problemas es el manejo de estos recursos, entre productores y organizaciones exportadoras y empresas comercializadoras.

Es un problema complejo y el reto es cómo lograr que esta articulación de recursos, para manejo de fluctuaciones de precios, cumplan el propósito principal de que los productores logren un nivel de ingreso que les permita recuperar los costos de producción del café y no descuiden sus plantaciones, como ha ocurrido hasta ahora.

² El planteamiento central es que se define un costo de producción promedio, por ejemplo 110 dólares el quintal de café oro, por debajo del cual el productor recibe una compensación hasta 20 dólares por quintal de disminución del precio; luego una banda de precio que puede ser de 110 a 120 dólares, donde el productor no recibe ni aporta al Fondo, pero a partir de los 120 dólares el productor aporta al fondo, hasta 20 dólares de aumento de precios.

3. MEJORAMIENTO INTEGRAL DE CAFETALES

El descuido de cafetales proviene desde 1989, con la eliminación de las Cláusulas Económicas del CIC y el posterior retiro del INMECAFÉ en 1993. Los diferentes programas desde entonces, en el mejor de los casos, sólo han atenuado las caídas de precios y disminuido el abandono de cafetales.

El sector cafetalero “toca fondo” con la severa afectación atípica de la roya del café en México, en las últimas tres cosechas, 2012-2015, que representa un problema multicausal: cambio climático, adaptación y mayor virulencia del hongo, descuido y falta de manejo de las plantaciones, descapitalización crónica de los productores, entre otros.

La crisis de la roya del café sufrido en México se considera como una prueba de cara a los próximos desafíos del sector. La fragilidad socioeconómica del sector del café también se ha puesto de relieve. Por tanto, las crisis de roya del café actúan como una advertencia para el país, y, al mismo tiempo, proporciona una oportunidad para corregir estas debilidades.

Aunque la roya es la principal preocupación por el momento, el café no sólo se expone a la roya del café, sino también otras plagas y enfermedades convencionales (broca, ojo de gallo, nematodos, araña roja, barrenador del tallo, entre otras) y hay problemas emergentes (bacterias, fitoplasmosis, pudriciones de raíces, entre otras), lo que podría convertirse en una seria amenaza en el futuro, sobre todo con la progresión del cambio climático.

Es el momento de articular una política cafetalera nacional, donde a la vez que se impulsa el cultivo, se establecen mecanismos de comercialización, organización y valoración de cafés diferenciados y de especialidad, con base a su calidad y mejor posicionamiento en los mercados nacionales e internacional.

Esta Estrategia de Impulso a la Cafecultura debe considerar todos los eslabones de la cadena, es decir producción, transformación, comercialización, organización y calidad, mediante variedades, nutrición, innovaciones técnicas, manejo integrado de plagas y enfermedades (énfasis en roya en las regiones de mayor impacto), cosecha y calidad del café, beneficio húmedo de bajo impacto ambiental y el plan financiero para el manejo de precios, entre otros aspectos.

Lo anterior hace necesario, conjuntar esfuerzos de los diferentes actores en la cadena productiva (productores, organizaciones, empresas, instituciones de

fomento e investigación, universidades y los tres niveles de gobierno), para hacer frente a este problema, mediante la presente estrategia de impulso.

4. INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

A diferencia de otros países cafetaleros, en México se ha desatendido áreas estratégicas como la investigación, la innovación tecnológica y la transferencia de tecnología. En cuanto al café, en el periodo 1958-1993, el Instituto Mexicano del Café (INMECAFÉ) destinó importantes recursos para la investigación y transferencia de tecnología.

Ante el retiro del estado del fomento a la investigación y la divulgación, en el periodo 1993-2014 quedó un vacío en investigación que fue retomado por las Universidades y los Institutos de Investigación, como la Universidad Autónoma de Chapingo (UACH) a través del Centro Regional Universitario Oriente (CRUO) ubicado en Huatusco, el INIFAP con sus campos experimentales, El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), el Instituto de Ecología A.C. (INECOL), la Universidad Veracruzana, el Colegio de Postgraduados (Campus Veracruz y Córdoba) y la Universidad Veracruzana, entre otras instituciones. Esta presencia de instancias de investigación, que con recursos limitados han logrado generar conocimiento científico y tecnológico, es una fortaleza de la cafecultura en México.

En 2015 se crea el Centro Nacional de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del Café (CENACAFÉ) que responde a la apremiante necesidad del sector cafetalero de contar con un organismo público de investigación y transferencia de tecnología, que genere, ejecute, promueva, coordine y evalúe la investigación científica y tecnológica, que aplique las innovaciones pertinentes para el desarrollo integral, dinámico y sustentable del sector cafetalero en México, y que contribuya a la formación de capital humano para el sector, considerando a todos los actores, y muy en especial a los pequeños productores del aromático.

El CENACAFE es un componente fundamental en la generación de conocimientos que aporten soluciones a los múltiples problemas y demandas del sector cafetalero nacional. Así mismo, su contribución estratégica en la toma de decisiones para la formulación, aplicación y evaluación de políticas públicas que promuevan el desarrollo sustentable de las regiones cafetaleras del país.

Sin embargo, acorde a lo propuesto en el Plan de Desarrollo Nacional (2013-2018) que plantea el impulso a la investigación científica y tecnológica en México y el incremento en la proporción del PIB destinada a esta función; se deben buscar los mecanismos que la articulación interinstitucional a través del CENACAFÉ, se generen los resultados pertinentes de investigación y mediante el incremento gradual de los recursos económicos, materiales y humanos, se logre la transferencia de la tecnología e innovaciones en las comunidades, organizaciones y regiones cafetaleras.

El procedimiento de redes de innovación es un planteamiento posible de aplicar, para el mayor impacto de la asistencia técnica y la adaptación de mejoras a la producción, rendimientos y cuidado de la calidad en toda la cadena productiva.

5. PROMOCIÓN DEL CAFÉ MEXICANO Y EL CONSUMO NACIONAL (CALIDAD DIFERENCIADA Y DIFUSIÓN).

El mercado del café es impredecible y complejo, en donde interactúan condiciones climatológicas (sequías), problemas fitosanitarios y difíciles condiciones macroeconómicas. No hay certeza hacia dónde se dirige la producción para responder a la demanda en el futuro.

Sin embargo, desde el año 2012 se observa que el mercado del café está cambiando, el grano está dejando de ser un “commodity”, la diferenciación y el valor agregado van en aumento. Así mismo, existe un claro déficit de producción de cafés de calidad.

Las ventas de café de especialidad se incrementan en 20 % por año y representan 8 % del consumo en USA. La denominada “tercera generación”, con el incremento de baristas y pequeños tostadores que buscan cualidades específicas, constituye un mercado en crecimiento que busca los microlotes, y no necesariamente los grandes lotes o contenedores, asociados a las grandes empresas y organizaciones. También el consumo en los países emergentes y productores es muy dinámico y se debe atender el mercado nacional.

Se requiere establecer un esquema de determinación y certificación de calidad, para garantizar los tipos de cafés de especialidad, comenzando con los grados de café gourmet convencional y con otros certificados. La publicidad y campañas de promoción del consumo de café de calidad del país, es una premisa fundamental.

Las crisis de precios del café son del café oro, pergamino y cereza; entonces, la integración a las etapas finales de la cadena productiva, sigue siendo una perspectiva de desarrollo para el sector productor. Unir áreas de producción y de mercado, es un concepto que se deberá impulsar. El aumento del consumo nacional de café de calidad es indispensable en una estrategia y política integral para la cafeticultura mexicana.

Las grandes empresas ya realizan sus propios esquemas de publicidad. Es necesario posicionar al café mexicano, dada su producción bajo sombra y las contribuciones ambientales. Las empresas nacionales de tipo cooperativo, deben ser apoyadas en su promoción, para que logren su integración y escalamiento.

6. PROYECTOS DE ORGANIZACIONES ECONÓMICAS

En la estructura de la cafeticultura mexicana predominan los pequeños productores de café, campesinos e indígenas, con predios pequeños, hasta 2 hectáreas, es por ello que debe buscarse la incorporación de estos actores sociales en la construcción de propuestas de desarrollo en las regiones cafetaleras que conduzcan a una mejora integral del proceso de producción de café, en sus diferentes dimensiones: técnico, económico, social y ambiental. Los proyectos de organizaciones económicas a diferentes niveles: local, regional y nacional, deben ser la base para la canalización de recursos y fondos específicos para el impulso de estas propuestas de integración.

Es importante estructurar procesos, que en la perspectiva del desarrollo rural sustentable, permitan: i) la participación y autogestión de productores y organizaciones; b) articulación de políticas públicas, mediante proyectos de propósitos múltiples (producción mejorada de cafés diferenciados y de especialidad, integración vertical en la cadena productiva, manejo sustentable de la producción y transformación); c) mecanismos de manejo de precios en los mercados internacionales y nacional y; d) promoción efectiva y sostenida del café mexicano, que permita por un lado el aumento del consumo interno y, por otro, el mejor posicionamiento del café de México, como un producto amigable con el ambiente.

Los casos de éxito de organizaciones cafetaleras de Chiapas, Oaxaca, Puebla y Veracruz y otros estados, debe ser un referente importante, debido a que durante veinticinco años han sobrevivido a los embates de las crisis, con poco apoyo gubernamental. Reconocer el trabajo de las organizaciones que han diferenciado y especializado su producción, en especial las que tienen certificación de café orgánico y comercio justo, es impostergable.

El café orgánico y de comercio justo son alternativas para poder seguir aprovechando el café como eje de desarrollo comunitario y regional. Por las características socioeconómicas y culturales de los caficultores mexicanos, al igual que por las características físicas de los cafetales, sus mejores oportunidades para desarrollar ventajas competitivas radican en la producción de estos cafés diferenciados. Así mismo, esta producción tendrá un mayor potencial en la medida que desencadene o se inscriba en procesos más amplios de desarrollo rural.

Se requiere un tratamiento diferencial, como por ejemplo apoyar con los pagos de las certificaciones anuales, los servicios ambientales, entre otros. A partir de estas experiencias se pueden diseñar esquemas regionales de organización cafetalera.