

## *El Café Mexicano Producción Consumo Y Exportaciones*

### **Antecedentes**

La historia de México, registra la introducción de la planta de café en 1796, con las primeras siembras en la región de Córdoba, Estado de Veracruz y en 1802 se registra en las aduanas la primera exportación de 272 sacos de café, operación que pone de manifiesto que desde el principio éste sería un producto de exportación.

En más de 200 años de cultivar café en regiones montañosas de climas tropicales semicálidos y húmedos, se ha fortalecido una cultura arraigada a la tierra que se ha extendido a todo el sureste del país, con diversos sistemas de producción predominando las pequeñas unidades familiares de tecnología tradicional que contrastan y compiten también, con grandes fincas de alta tecnología y eficiente organización empresarial.

En la actualidad el café representa la principal fuente de ingresos para más de 700 mil familias de las que dependen alrededor de 3 millones de personas, lo que hace que el café sea un cultivo estratégico en las políticas gubernamentales de empleo, ingreso y desarrollo rural.

El café mexicano es conocido en el mundo por su alta calidad como suave de altura y en el campo cafetalero tiene una significativa participación la población indígena entre quienes predomina el cultivo de la tierra con prácticas altamente protectoras de los recursos naturales, los cafetales en México se distribuyen geográficamente en las vertientes del Golfo de México y del Pacífico, encontrándose en los estados de Colima, Chiapas, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí Tabasco y Veracruz, siendo de estos los estados de Chiapas, Oaxaca , Puebla y Veracruz, los principales productores del aromático en el país.

Actualmente el Gobierno de la República ha puesto en marcha un Programa Café 1995-2000 en el que participan activamente todos los agentes de la cadena que involucro a productores, beneficiadores, comercializadores y a la gran industria torrefactora y solubilizadora, para continuar destacando la presencia del café mexicano en el mercado globalizado y competitivo, Programa que tiene como objetivo fundamental mejorar los niveles de bienestar de la población que está arraigada en las zonas de producción, hacer sostenible el aprovechamiento de sus recursos naturales y mantener y mejorar el medio ambiente.

## **Producción**

En los últimos 6 años se ha logrado un incremento en la producción de café debido al estímulo que la actividad ha recibido por parte de los apoyos a la cafecultura otorgados por el Programa Café 1995-2000, así como el incentivo que el precio internacional del café significó en los últimos años, que ha dado como resultado un aumento sustancial de la producción de café al pasar de 4.2 millones de sacos de 60 Kg., en el ciclo 1994; a 6.1 en el presente ciclo.

### **Sistemas de producción (cultivo)**

Los sistemas de producción en México están relacionados con las condiciones geográficas, económicas y sociales, determinadas por la existencia de variantes tales como: tamaño del predio, tipo de productores, tecnología y costos de producción; siendo de relevante importancia el precio del producto final y los mecanismos de comercialización. Los sistemas de producción se tipifican de la siguiente forma

**Productores tradicionales convencionales**, que cultivan el café entre la vegetación natural o asociado a un conjunto de especies útiles, cuya superficie dedicada a café no es mayor a 5 hectáreas, la regulación de sombra no es realizada continuamente y es manejada con especies naturales de la región. Las variedades de café que se manejan son Typica, Mundo Novo y Bourbon, de porte alto, con una densidad de población entre los 900 y 1,300 plantas/hectárea, no realizan aplicación de insumos.

**Productores orgánicos**, cultivan el café en armonía con la naturaleza, conservando el equilibrio entre el medio ambiente y la actividad productiva, realizando trabajos manuales en sus cafetales, como son limpiezas, podas, labores de conservación del suelo (terrazas), elaboración y aplicación de fertilizantes orgánicos y control biológico de plagas y enfermedades; eliminando el uso de agroquímicos. Estos productores, generalmente están asociados en unidades de producción que son certificadas por organismos y agencias internacionales. .

**Productores con tecnología media o intensiva**, que utilizan sombra especializada o bien su cafetal es un policultivo comercial, las variedades de café establecidas en este rango son Garnica, Catuai y Catimor, además de las señaladas en el anterior inciso, la superficie con café está en el rango de 10 a 20 has, las densidades establecidas entran en el rango de 1,600 a 2,500

plantas/hectárea, la regulación de, la sombra es manejada con arboles para dicho propósito tales como Inga, Grevilleae y Cedro Rosado.

**Productores de tecnología intensiva**, con fincas en óptimo desarrollo, cuya edad fluctúa entre los 7 y 15 años, regulación apropiada de sombra con arboles específicos, tamaño de los predios es mayor a las 20 hectáreas, realizan labores culturales apropiadas y fertilización sistemática; las variedades manejadas son las de porte bajo tales como Catuaí, Caturra, Garnica y Catimores, en densidades de población de 2,000 a 3,300 plantas/hectárea.

### **Comercialización**

*De enero de 1995 mayo del 2000, se han exportado 32.96 millones de sacos de 60kg. con un valor de \$3,632.1 millones de US (dólares). En el período 1995 a 2000, se han asignado y ejercido recursos fiscales del Gobierno Federal para el Programa Café, por \$1,560.18 millones de pesos, que en un tipo de cambio de \$8.19 pesos por \$1 US dólar (Valor promedio del dólar en el período de enero del 95 a junio del 00) equivale a \$190.49 millones de US (dólares) que representan el 5.24% de las divisas captadas.*

- **Exportaciones**

México es considerado como uno de los principales exportadores mundiales de café después de Brasil, Colombia e Indonesia. El grano producido en México se ubica dentro del grupo “ otros suave”. Atendiendo a la clasificación de las exportaciones por tipo de café, el café verde u oro es el principal producto de exportación al representar en promedio el 93.2% del total de las transacciones y es además el productor que mayor dinamismo ha mostrado. Por su parte, las ventas externas de café soluble a excepción del ciclo 1993/1994, se han mantenido prácticamente estables girando en torno a 200 mil sacos de 60 kg en su equivalente a café verde.

En cuanto a los principales mercados del café mexicano, destacan en primer término Estados Unidos y tres países de la Unión Europea, Alemania, Francia y Noruega, además Japón y Corea en la cuenca del pacífico. Estos cinco países absorben más del 90% de las exportaciones mexicanas.

- Consumo interno

México consume alrededor del 20% de la producción nacional de café verde u oro, de la cual el 73.3% se destina a la industria solubilizadora para obtener el café instantáneo o soluble y la diferencia se destina a satisfacer las necesidades de las empresas que se dedican a tostar y moler café. En algunos ciclos, los volúmenes destinados al mercado interno disminuyeron sensiblemente debido al buen nivel de precios internacionales que prevalecieron, lo cual propició que se enviaran mayor número de sacos al mercado externo.

En cuanto al consumo per-cápita, de acuerdo con las estimaciones elaboradas en el Consejo Mexicano de Café con base en Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) y Banco de México, indican que éste es bajo, toda vez que no rebasa el 0.8 Kg per-cápita, comparativamente con otros países productores de café donde la cifra alcanza 2 kilogramos per-cápita o más, tales como Brasil Colombia, Costa Rica entre otros.

### **Estrategias**

Como se observa en los párrafos anteriores, una de las principales causas por las que se padece en lo que a comercialización del café respecta es el bajo consumo interno, lo que obliga a depender íntegramente de la exportación para la comercialización del café mexicano, más sin embargo existen alternativas que permiten elevar dicho consumo mediante agresivas campañas de publicidad y educación que permitan mejorar las expectativas que de este producto tiene el mercado nacional.

Por esta causa cabe destacar la experiencia brasileña la que puede catalogarse como la más exitosa del mundo pues revirtió la tendencia decreciente del consumo interno de su café, que en 1988 lo tenía como el cuarto consumidor del mundo. Se lo propuso y cambió completamente la opinión negativa que tenían los ciudadanos acerca de la limpieza de la bebida y sus efectos sobre la salud.

Se convirtió en el segundo consumidor al pasar de 2,6 kilos por persona y por año, a consumir 4,5 kilos por cabeza, y la meta hoy es superar el consumo per cápita de Estados Unidos. De paso, los brasileños cambiaron la percepción de su café, hoy la identifican como bebida limpia y saludable. Todo esto es resultado del esfuerzo conjunto de los productores y la industria con la mínima interferencia del gobierno.

*El consumo interno de café es muy importante para la industria cafetalera brasileña como un todo; es el que más ha crecido en el mundo durante los últimos diez años, a partir de 1988, cuando se encontró en el punto más bajo: 2,6 kilos por cabeza y por año, algo así como 5,9 millones de sacos de 60 kilos. En aquel momento Brasil ocupaba el tercer lugar como país consumidor, pero estaba a punto de ser el cuarto.*

La situación hoy es bien diferente: el consumo es de 4,5 kilos por persona año, para un total de 12,2 millones de sacos y sigue subiendo; Brasil es el segundo consumidor de café en el mundo, después de Estados Unidos.

Las cartas están en la mesa y si podemos aprender de las experiencias exitosas de nuestros vecinos del sur podemos adecuar su modelo a las necesidades e idiosincrasia nacional, por esta causa lo primero que debe hacerse es planear un trabajo conjunto entre los sectores involucrados en la industria cafetalera mexicana junto con el gobierno. Unir recursos, ideas e inquietudes alrededor de cuál es el problema con el consumo interno. Y generar las alternativas necesarias para resolver el problema. Establecido como está el consumo interno de Brasil como el segundo del mundo y con tendencia a crecer, se cree que los productores tendrán en este mercado una seguridad para el consumo de su producción, con todas las ventajas de estabilidad y seguridad en el ingreso.

Como reflexión final se puede afirmar que todos los países, independientemente de su ingreso, tienen espacio para incrementar el consumo interno de la bebida más popular del mundo y que la experiencia acumulada por los brasileños, muestra que esa meta se puede lograr con un esfuerzo concertado y persistente y que la inversión se multiplica con creces a favor de la industria en su totalidad.