

# **PROGRAMA INSTITUCIONAL DE LA COMISIÓN PARA EL DESARROLLO Y FOMENTO DEL CAFÉ DE CHIAPAS 2007-2012**

## **PRESENTACIÓN**

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.

La creciente complejidad del mercado, las tendencias hacia cafés no convencionales, la baja de los precios internacionales, la diferenciación de la calidad, la inocuidad alimentaria, la sustentabilidad, la preservación ambiental, la búsqueda de estándares de responsabilidad social y el control cada vez más amplio de la cadena productiva por parte de las empresas transnacionales, sitúan al café chiapaneco en una compleja problemática de atención, aunado a factores de marginación y pobreza provocado principalmente por la pulverización en la tenencia de la tierra.

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 en la atención de los principales problemas y necesidades de los cafeticultores.

El programa Institucional de la Comisión para el Desarrollo y Fomento de la Cafecultura en Chiapas, responde al marco de la Ley de Planeación para el Estado de Chiapas y se deriva del Plan de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012 para atender el eje rector 3.- Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades con 2 políticas públicas: 3.4.12.- Café y 3.4.7.- Sustentabilidad.

En este sentido, la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas elabora el Programa Institucional que tiene como eje la planeación estratégica, y como componente fundamental, la participación de los productores de café y de los diversos sectores que integran la cadena productiva siendo el propósito, establecer las líneas básicas de desarrollo, las acciones y proyectos que coadyuven al desarrollo integral de la cafecultura en el Estado.

## INTRODUCCIÓN

El programa institucional: “Desarrollo Integral de la Cafeticultura Chiapaneca 2007-2012”, tiene su fundamento en el Plan de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012. En él se establece que el café es un proyecto estratégico de esta administración; lo considera como base económica de nuestro estado, como una actividad agrícola estratégica que se ha consolidado a lo largo de 157 años y ha posicionado a Chiapas como el primer productor de café orgánico a nivel internacional.

Este documento responde a esa estrategia integral que se requiere aplicar para fortalecer la actividad cafetalera, complementado con el Plan Rector Estatal del Sistema Producto Café y el Plan estatal de manejo agroecológico del café, cuyas investigaciones permiten identificar la problemática de la cafeticultura y propone las acciones tendientes a su fortalecimiento.

El programa institucional: “Desarrollo Integral de la Cafeticultura Chiapaneca 2007-2012”, se establece en base a 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. Orienta sus objetivos, proyectos y acciones a identificar nuevos mercados; implementa una campaña de apoyo al consumo estatal y nacional del café chiapaneco, integra la cadena productiva del café chiapaneco, con la participación del productor, el proveedor de insumos y servicios, los industriales, comercializadores, proveedores de infraestructura económica, hasta el consumidor; propicia las alianzas estratégicas entre productores e industriales y entre productores y comercializadores; implementa la campaña de posicionamiento de la marca café Chiapas en los mercados, la siembra de nuevas plantas de café y la capacitación a productores en el manejo eficiente del cultivo.

El programa institucional explica la razón de ser de la institución a través de la Misión, define su alcance en el largo plazo en la Visión, reconoce y sistematiza la problemática que afecta la cafeticultura con el estado en el diagnóstico, alinea el programa institucional al Plan de Desarrollo Chiapas Solidario, define los proyectos institucionales, y finalmente establece la matriz del mismo.

## **I.- MISIÓN**

La Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas, es un organismo descentralizado de la Administración Pública Estatal, con personalidad jurídica y patrimonio propio; su máxima autoridad es la Junta de Gobierno, integrada por Instituciones Federales, Estatales y representantes de toda la cadena del sistema producto café. Su misión se fundamenta en:

“La participación y concertación plural, democrática y representativa de los diversos sectores que conforman la cafecultura en el Estado de Chiapas, coadyuvando a su desarrollo integral y equitativo mediante la planeación, diseño y ejecución de planes, programas y proyectos de origen gubernamental, social y privado, generando las condiciones y/o factores necesarios para su fortalecimiento, promoción, competitividad y posicionamiento en los diversos mercados regionales, nacionales e internacionales.”

## **II.- VISIÓN**

Ser un organismo autónomo, plural y democrático que contribuya a fortalecer, consolidar, defender y promocionar la cafecultura chiapaneca, impulsora del desarrollo integral de los sectores que conforman la actividad productiva, haciéndola altamente interactiva, competitiva, rentable y posicionarla en los diversos mercados regionales, nacionales e internacionales, mediante un proceso de calidad total con reconocimiento mundial.

## **III.- DIAGNÓSTICO**

La importancia del café en el mercado internacional, hace de este cultivo en la entidad una actividad estratégica; se estima que alrededor de 20 millones de personas en el mundo tienen una ocupación que depende directa o indirectamente de las diversas labores de cultivo, transformación, procesamiento y comercialización. Más de 80 países de África, Asia y América dependen del cultivo del café siendo de gran importancia para su economía.

México se ubica en el sexto lugar a nivel internacional por su producción promedio anual de 4.5 millones de sacos de café convencional, después de Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia e India lo que significa el cuatro por ciento de la producción mundial, de los que exporta el 85 por ciento, ocupando el séptimo lugar como país exportador.

Nuestro país es líder mundial en la producción de café orgánico certificado, seguido por Perú asimismo, México y Perú se encuentran a la cabeza de la producción de café para el Comercio Justo, con más del 70 por ciento certificado también para café orgánico. La actividad genera tres millones de empleos y de ella dependen 486 mil cafecultores de 12 estados cafetaleros de la República Mexicana.

En Chiapas, la cafecultura se ha consolidado a lo largo de 157 años como una de las actividades agrícolas más importantes; se destinan a este cultivo el 3.3 por ciento de la superficie total de la entidad y el 19.3 por ciento de su superficie cultivable generando más de 180 millones de dólares en divisas para el país y 29 millones de jornales anuales en la fase de producción.

De acuerdo con el Censo Cafetalero (Datos COMCAFE), Chiapas es el Estado más importante de la República Mexicana como productor de café, con una superficie de 243 mil 667.7 hectáreas, representa aproximadamente el 35 por ciento nacional. Actualmente, el café es cultivado por 175 mil 757 productores de cuatro mil 621 núcleos poblacionales en 88 municipios.

## **Problemática**

Un alto porcentaje de las regiones cafetaleras del estado de Chiapas presentan elevados índices de marginación y pobreza, provocados en gran medida por la pulverización en la tenencia de la superficie cultivada y por el escaso nivel organizativo con que se cuenta para la producción y transformación del café.

Por otra parte, debido a la reciente crisis que atravesó el sector cafetalero, a los fenómenos climatológicos que se han presentado en el estado, y al escaso control fitosanitario, los productores de café de Chiapas se encuentran descapitalizados, situación que ha provocado un deficiente manejo en los cafetales y que ha repercutido de manera importante en los rendimientos de producción por unidad de superficie, en la calidad del café que se produce y en una baja rentabilidad.

Asimismo, es importante destacar que la infraestructura y equipo con que cuentan los cafecultores para realizar el proceso de beneficiado húmedo es insuficiente y una parte importante de la maquinaria se encuentra obsoleta; la que se utiliza para el beneficiado seco y torrefacción se encuentra subutilizada y en algunos casos, su ubicación es inadecuada. Se observan aisladas experiencias exitosas en las que se procesan productos terminados con valor agregado, ya que la mayor parte del café que se produce en el estado, el productor lo comercializa en pergamino seco.

Los procesos de transformación de café cereza a pergamino seco y a oro (beneficiado húmedo y seco), generan residuos que si no se les proporciona un tratamiento adecuado, repercuten en la contaminación de los cuerpos de agua de las regiones cafetaleras y en el medio ambiente en general.

En los procesos de comercialización del café se observa un alto intermediarismo y carencia de alianzas estratégicas entre productores e industriales, y entre productores y comercializadores, que se refleja en una importante reducción de los ingresos que deberían obtener de manera directa los cafeticultores como productores de la materia prima que alimenta a la industria del café, que representa una de las actividades económicas que genera mayores ingresos al país.

Los cafeticultores de Chiapas se han limitado en su mayoría a los mercados naturales, como es el caso de Estados Unidos y Europa, y es reducida la identificación de nuevos nichos y mercados estratégicos que se puedan aprovechar; tampoco existe suficiente infraestructura, bienes y servicios en el Estado para realizar una comercialización más competitiva y para consolidar e impulsar las exportaciones.

En contraparte, a pesar de ser el estado de Chiapas el primer productor de café en México, los índices de consumo interno estatal y nacional son bajos comparados con otros estados y países productores; de igual forma, el café chiapaneco carece de un posicionamiento y reconocimiento en los mercados internacionales.

Finalmente, se observa que es insuficiente la generación, validación y transferencia de tecnologías para llevar a cabo eficientemente los procesos de la producción e industrialización del café, de acuerdo a las necesidades específicas de cada región cafetalera del estado, tampoco el aprovechamiento de los subproductos del beneficiado del café (alcoholes, aceites, abonos, etc.) a través de métodos de capacitación y asistencia técnica que incidan directamente en cada uno de los integrantes de la cadena productiva para alcanzar el desarrollo de una cafecultura altamente competitiva y rentable.

## **Análisis Internacional**

### **Producción**

Después del petróleo, el café es el segundo producto comercial más importante del mundo, estando presente en 70 países, en su mayoría situados principalmente en las regiones comprendidas en el Ecuador, con condiciones agro climatológicas favorables para su desarrollo; de estos 70 países solo el 10 por ciento aporta la mitad de la producción mundial que, en promedio, fluctúa en más de 100 millones de sacos de 60 kilogramos, con un valor estimado en más de 10 mil millones de dólares.

La producción a nivel internacional en los últimos 9 años no ha tenido variaciones drásticas, se ha mantenido hasta cierto punto estable, teniendo su peor indicador 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. **(Figura 01)** Por ello, los países productores hacen esfuerzos notables por mantener este nivel de producción, ya que los constantes cambios económicos y climáticos a los cuales se han enfrentado dificultan el logro de este objetivo.

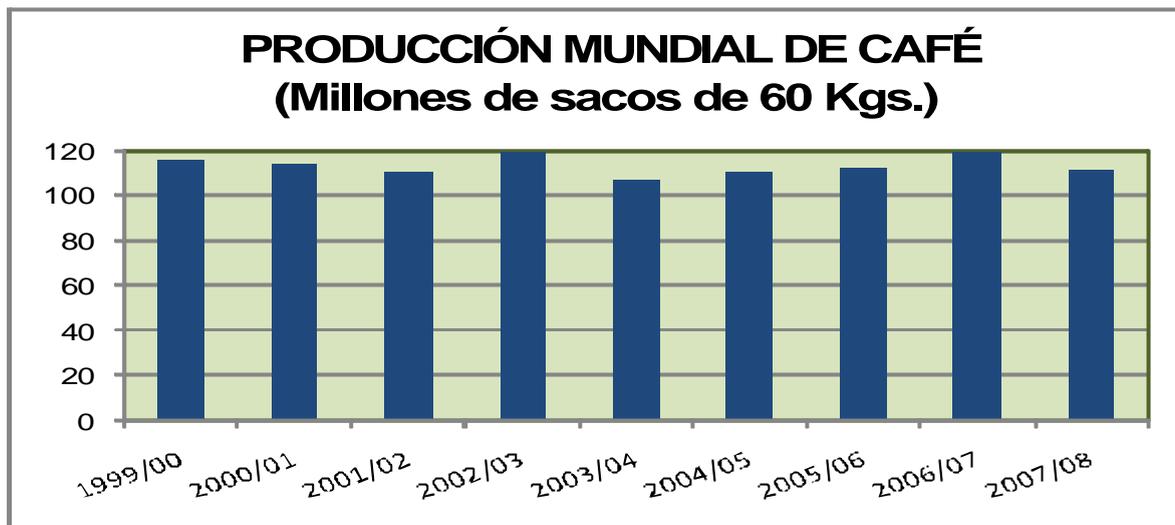


Figura 01.- Fuente OIC/USDA.

### Clasificación del café

A la familia *Rubiácea*, pertenece el género *Coffea*, del se consideran 40 especies, de las cuales cuatro son ampliamente cultivadas: *Coffea arábica*, *C. Canephora*, *C. Liberica* y *C. excelsa* (la *C. Robusta* se puede considerar como una variedad o forma de *C. Canephora*).

En cuanto a su importancia comercial, las dos variedades de café más comercializadas son: Arábica y Robusta. Por su parte Robusta se cultiva principalmente en África, mientras que la especie arábica es la que presenta mayor diversidad a causa de las mutaciones y la adaptación a tierras y climas distintos. La calidad de estas variedades fluctúa según la altura en que se cultiva y de los procesos que se utilicen. (Villaseñor Luque)

### Commodities

En términos económicos se hacen dos grandes clasificaciones: por un lado los bienes commodities y por otra los bienes con valor agregado. Los commodities son bienes denominados "genéricos", bienes que no se pueden diferenciar entre sí, generalmente materias primas o bienes primarios, por ejemplo: el café cereza cosechado en México es similar al sembrado en Brasil, o por lo menos así lo aprecia el mercado. Los bienes con valores agregados son todos aquellos productos derivados de los productos genéricos, por ejemplo: El café verde procesado para obtener café descafeinado, soluble, liofilizado, extractos, etc.

Cabe señalar que, el hecho de no darle valor agregado a un producto, para propiciar una diferenciación en el mercado, provoca que su precio de mercado sea más bajo que el de aquellos que si lo hacen. De ahí que muchos productores estén optando por la producción de café de calidad y de especialidad.

## **Café de Especialidad**

El café de especialidad, es aquel que conserva la consistencia de sus características físicas (forma, tamaño, humedad, apariencia y defectos), sensoriales (olfativas, visuales y gustativas), prácticas culturales (recolección, lavado, secado) y de sus procesos finales (tueste, molienda y preparación), que los distinguen del común de los cafés y por lo que los consumidores están dispuestos a pagar un precio superior. Los cafés especiales, se sustentan en los argumentos anteriores, dan un sabor en taza diferente que brinda al consumidor una experiencia muy especial para su paladar (Café gourmet.com, s.f.)

Los “cafés especiales” surgieron, con el propósito de encontrar cafés con calidades de taza únicas, y se aplicó inicialmente a los que son cultivados en lugares “especiales”; entre los más conocidos están: Blue Mountain de Jamaica, Moka de Yemen, cafés de Java, de Sumatra y Célebes, Antigua de Guatemala, Tres Ríos de Costa Rica, grados AA de Kenya, Etiopes, Supremos de Colombia.

## **Cafés de calidad**

Además de los cafés de especialidad están los cafés de calidad; éstos dependen básicamente de cuatro factores que inciden en la calidad del café: especie y variedad del cafeto, condiciones agro ecológicas, actividades culturales y de recolección.

Estos cafés son bien aceptados en segmentos de mercados que aprecian los cafés de calidad y obtienen un sobre precio, comparados con los commodities.

## **Exportaciones e Importaciones**

### **Países con Mayor Consumo per cápita**

Las exportaciones mundiales las realizan los países que tienen excedentes de producción, esto marca la teoría económica, claro está que la producción o mejor dicho las exportaciones deben satisfacer las necesidades del mercado. **La Figura 02** muestra a los países con mayor consumo per cápita.

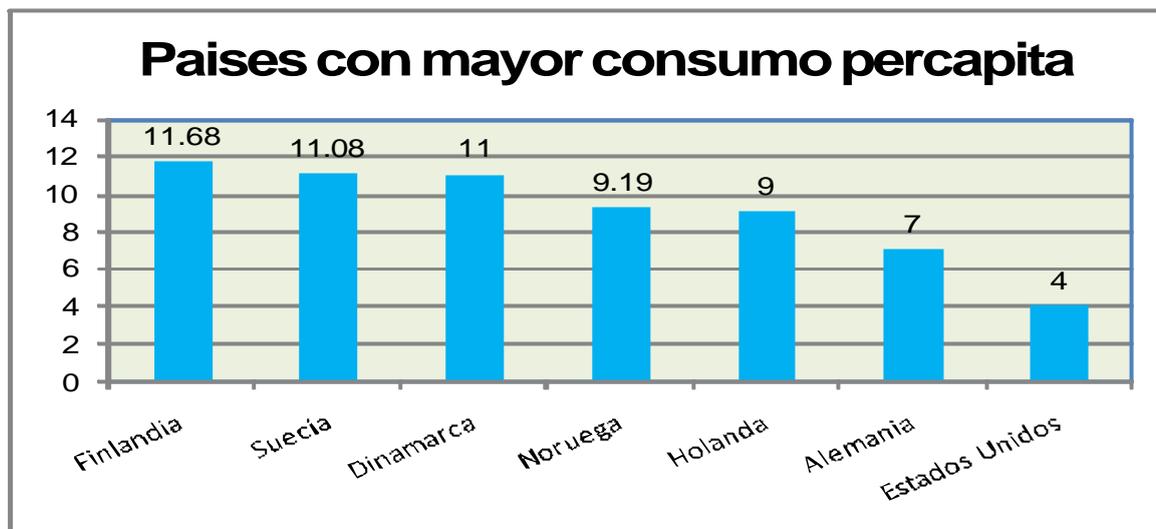


Figura 02.- Fuente.- Aserca con datos del USDA.

La gráfica muestra que el país con mayor consumo percapita de café es Finlandia, seguido por Suecia, Dinamarca y Holanda; de hecho, el 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.

Dentro de los países consumidores, existe una categoría llamada productores-consumidores encabezado por Brasil. El consumo *per capita* en este país es de 4.84 Kg., esto representa aproximadamente el 28 por ciento de la producción nacional. Este consumo se debe a dos factores principales: el crecimiento de la población y a las campañas publicitarias, decisivos para el aumento del consumo.

### Exportaciones

El Departamento de Agricultura de Estados Unidos estima las exportaciones mundiales en casi 96 millones de sacos de café, considera un incremento anual de nueve por ciento, es decir más de ocho millones de sacos. Cabe destacar que Vietnam que consume cantidades mínimas de café, sus exportaciones representan casi el 50 por ciento de las ventas mundiales de café robusta. El país asiático podría exportar a la fecha, más de 15.4 millones de sacos, contra 13 millones del año anterior; en producción creció 16 por ciento, ubicándose en 16.5 millones. Por su parte, Brasil es el componente esencial del mercado internacional del café, por ser el principal productor, consumidor y exportador e incrementará sus ventas a casi 27 millones de sacos, siete por ciento más que en 2005/06 cuando ofreció casi 25 millones. **Figura 03**

Como se observa, las exportaciones de café resultan influenciadas directamente por los hábitos de consumo de los países, los cuales afectan recíprocamente a sus importaciones. Es por esto que los principales países importadores de café son Finlandia, Suecia, Dinamarca y Holanda, debido obviamente a su consumo per cápita.

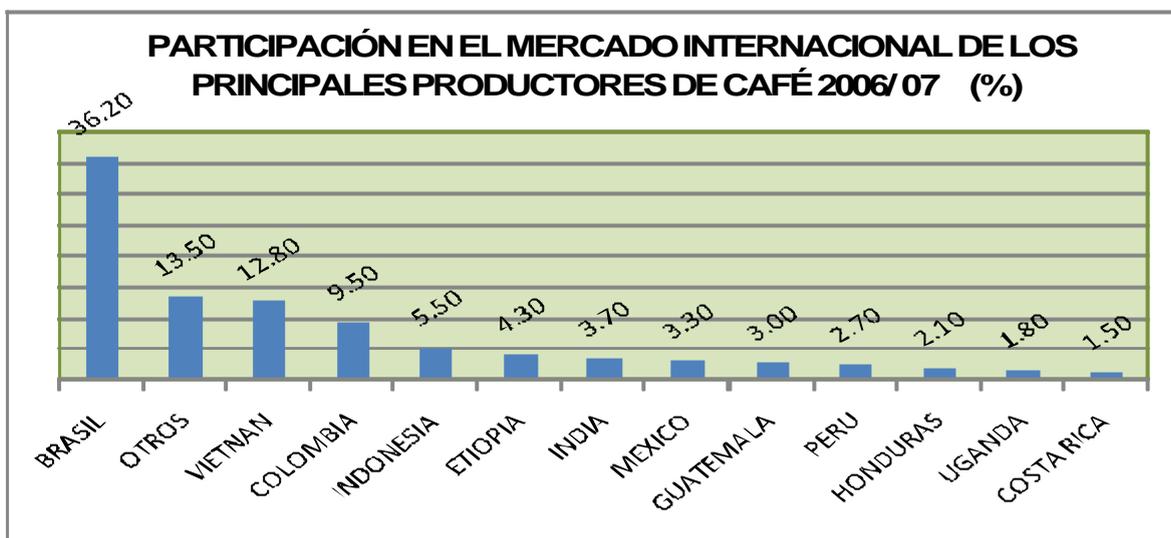


Figura 03.- Fuente.- Aserca con datos USDA.

## Importaciones

De acuerdo a las estimaciones de la Organización Internacional del Café, el consumo mundial ascendió a 115 millones de sacos en 2006, un millón más que en 2005. Del total, los países exportadores absorbieron 31 millones de sacos y los países importadores 85 millones. La organización calcula que el consumo mundial podría alcanzar de 118 a 120 millones de sacos en el año 2007, mientras que la producción Brasileña tiende a ser sumamente inferior por el ciclo bianual; es probable que la oferta se contraiga este año. **Figura 04**

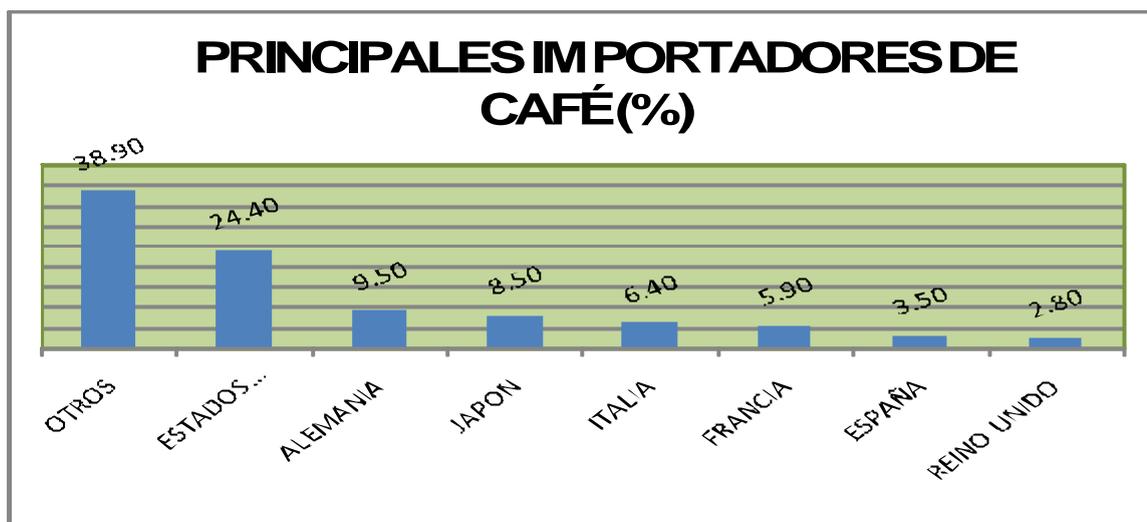


Figura 04.- Fuente.- Aserca con datos USDA.

## Comercialización y mercado

### Demanda

La Organización Internacional del Café pronostica que la demanda mundial se eleve a una tasa de 1.2 por ciento anual. Los mercados con el mayor potencial de crecimiento serán Asia (especialmente Japón, Corea y China) y Europa del Este (particularmente Rusia). Aunque el nivel de compras de la Unión Europea y los Estados Unidos registran cambios significativos, es importante mencionar la especialización del mercado con preferencia a consumir un café fino de especialidad (tipo gourmet).

### Factores que influyen sobre la demanda

La demanda de café en los mercados internacionales parece no tener límite. Cada día son más los consumidores que se incorporan como demandantes de este producto, sin embargo, lo que si ha cambiado es el tipo de producto que el consumidor desea, es decir, los mercados se vuelven más exigentes.

### Precio

Los precios internacionales son altamente volátiles y están determinados por la cosecha en Brasil, Colombia y Vietnam; por la calidad, la demanda mundial y el nivel de los inventarios globales. Los precios internacionales del café disminuyeron significativamente a partir de 1997 y tocaron fondo en el 2001. En el año 2002 inicia una ligera recuperación que se ha mantenido y continuará en los próximos años.

El precio es un factor importante puesto que éste determina el nivel de utilidades que podrá o no recibir el productor, comercializador y demás miembros de la cadena productiva. El precio es decidido o influenciado directamente por la bolsa de valores de Nueva York, por ello los productores no pueden ni tienen ingerencia para poder negociar o mejorar este ingreso.

Cabe mencionar que los cafés de calidad y los denominados cafés de especialidad, reciben un estímulo del mercado, una remuneración más alta o sobreprecio; además permite independizarse de los altibajos de la bolsa, con importantes beneficios para los productores, que en los últimos quince años han estado inmersos en una prolongada crisis.

Para los cafés de alta calidad el diferencial promedio es de 20 a 60 dólares por quintal, arriba de la cotización de los “otros suaves” en la bolsa de Nueva York. El precio pagado puede alcanzar grandes alturas para unos cafés de excepción, como el Blue Mountain de Jamaica que se vende en Estados Unidos alrededor de 45 dólares la libra o más; incluso los japoneses, recientes consumidores de café, se han entusiasmado con este café de origen que adquieren cerca del 90 por ciento de la producción del grano, del que una taza llega a costar el equivalente de 20 dólares en un café de Tokio.

### **Oferta**

La producción mundial del grano ha tenido una constante tendencia creciente, no exenta de altibajos provocados tanto por la acción conjunta de diversos factores internacionales como por la misma naturaleza del cafeto (alternancia).

Esta situación sólo cambió con la aparición de la OIC y sus cláusulas económicas, que limitaron parcialmente de manera efectiva el crecimiento de la producción exportable del grano por medio de regulaciones internacionales.

Muchos países continúan aumentando su producción debido a que su productividad es mas elevada, mientras otros optan por retirarse o promover estrategias como la calidad de sus productos, los nichos de mercado, los cafés de especialidad, mercado justo y café orgánico, a manera de apropiarse de nuevos mercados.

Para el caso específico de México, su participación en la producción mundial ha ido en descenso, teniendo su producción mas baja en los últimos cinco años.

### **Mercado**

Se ha observado que el comportamiento del mercado mundial en el largo plazo, está influido por la relación entre la renta de los países desarrollados y el consumo de café, a mayor renta mayor consumo y viceversa. Pero en el corto plazo la demanda es inelástica, por ser un producto de consumo personal que después de un cierto límite no puede aumentar. Las estadísticas a este respecto revelan que los mayores mercados de consumidores, sobre todo europeos, están próximos a la saturación, por lo que, del lado de la demanda las perspectivas para los países exportadores deben verse con moderado optimismo; los mercados de mayor importancia son el Estadounidense, Asiático, Europeo y el Canadiense.

## **Nichos de mercado**

Las condiciones de libre mercado de café imperantes, han puesto de relieve la importancia de buscar alternativas de producción y comercialización con el objeto de atender nuevos segmentos de mercado que han surgido en los últimos años, entre los que destacan los cafés gourmet's y los llamados de especialidades, que son los orgánicos, de sombra o de comercio justo.

No obstante, el consumo de café en los principales países importadores, y también en los exportadores, se aprecia una creciente preferencia por las variedades de cafés suaves de altura en novedosas mezclas, preparaciones y presentaciones.

## **Análisis Nacional**

### **Historia del café en México**

El impulso de la cafecultura se inició dentro de un contexto de apoyo a la concentración de tierras en manos privadas, sufriendo pocas modificaciones hasta la época Cardenista, en que los grandes latifundios de la zona central del país fueron repartidos a los campesinos. La productividad creció a un ritmo de 2.4 por ciento anual y se fue tejiendo la armazón social dentro de la cual se realizaría la gran expansión agrícola entre 1940 y 1965. En 1949 fue creada la Comisión Nacional del Café, a través de la cual el gobierno interviene en el 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, estaba directamente relacionado con la cafecultura nacional. Dicha instancia llevo acabo las acciones y programas que el gobierno implementó. A la fecha el órgano representativo de la cafecultura nacional es el Sistema Producto Café A.C.

## **La cadena productiva**

Está conformada, en primer lugar, por los productores, industriales (industria intermedia y final), comercializadores y proveedores de insumos y servicios.

Los productores son todos aquellos que se dedican a la actividad primaria, y el eslabón más importante para toda la cadena productiva. Estos dependen íntimamente de los proveedores de insumos, quienes los abastecen de agroquímicos, maquinaria y equipo agrícola. Además, requieren de los proveedores de servicios: asesorías, cursos, asistencia técnica, transporte, certificaciones y servicios contables. También están íntimamente vinculados con los comercializadores, quienes se encargan de “mover” el grano a la industria intermedia e incluso a la final. Las principales actividades en este eslabón son: semilleros, viveros, plantaciones, café cereza.

La Industria intermedia es el eslabón de la industria que transforma el café cereza en café pergamino y oro. Esta se abastece directamente de los productores o de los comercializadores. Los procesos que se siguen dentro de este eslabón permiten obtener cafés “naturales” y “lavados”, mediante los siguientes procedimientos:

Vía seca: Es el más antiguo y simple, consta de la cosecha de cerezas, el secado comúnmente al sol, el morteo, la clasificación y el envasado. Estos "cafés naturales", se caracterizan por un sabor más astringente, debido al tipo de fermentación. En México, por la vía seca se procesa entre el 10 y 15 por ciento de la producción nacional (Díaz, 1993).

Vía húmeda: Es el procedimiento para la obtención de café “Lavado o Suave”, que es con el que México participa en el mercado internacional. Consta de dos etapas: el beneficiado húmedo, que va desde la recepción de cereza hasta la obtención de café pergamino y la fase conocida como beneficio seco, que se inicia con la limpieza del café pergamino y concluye con el café oro lavado, debidamente clasificado y envasado (Díaz, 1993).

Las actividades de este proceso son: despulpado del café cereza, fermentado y secado para obtener el café pergamino; descalcificado del pergamino, del cual se obtiene el café oro (80 por ciento se exporta y 20 por ciento se distribuye a torrefactoras nacionales).

Comercializadores; están íntimamente ligados a los servicios del transporte, a los productores y a la industria final de tostado y molido. Los comercializadores 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:

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.

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 cuentan con conocimiento de los mercados.

Industria final (Tueste y molienda); después de pasar por los procesos de beneficiado húmedo y seco, se obtiene el café “lavado” el cuál se utiliza para los procesos de este eslabón. Este eslabón está vinculado principalmente con los comercializadores de café verde, proveedores de maquinaria industrial, industria final de cafés solubles, descafeinados, liofilizados, extractos y en algunas ocasiones, directamente a los distribuidores. Las actividades que se realizan en este eslabón son: tostado, molido y embazado.

Industria final (Solubles, descafeinados, liofilizados y extractos); este eslabón esta vinculado principalmente con industria final de tueste y molienda, comercializadores y distribuidores. Se caracteriza por una alta especialización en sus procesos, que se describen a continuación:

Solubles: El proceso de fabricación consiste en el tueste del café, molienda, extracción de la parte soluble, secado o atomizado en torre y finalmente aglomerado (Coffee Consulting, 2005).

Descafeinados: El café descafeinado se obtiene extrayendo la cafeína del café verde hasta en 0,1 por ciento aproximadamente. Los métodos para extraer la cafeína son varios, tales como: Disolventes orgánicos, método del agua o natural, anhídrido carbónico (Coffee Consulting, 2005).

Liofilizados: Consiste en realizar la evaporación del agua del jugo concentrado de café, por sublimación al vacío y a temperatura menor al punto de ebullición. Se tiene referencia de dos empresas instaladas en México, pero una de ellas no se encuentra en operación (Plan Rector Nacional, 2005).

Extractos y concentrados: Es un proceso de impulso reciente que permite disponer de opciones de consumo, más útil en las ciudades y entre consumidores con poco tiempo disponible. Este tipo de productos está teniendo auge en la exportación y derivados del café (Plan Rector Nacional, 2005).

## **Producción**

Los 12 estados productores de café a nivel nacional en orden de importancia son: Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla, Guerrero, Hidalgo, Nayarit, San Luís Potosí, Jalisco, Colima, Querétaro y Tabasco.

La producción total nacional estimada en el último ciclo es de más de 4.20 millones de sacos de 60 Kg producidos en una superficie de 683 mil 449 hectáreas y por 490 mil 772 productores.

Entre los cuatro principales estados productores, Chiapas es el más importante productor de café a nivel nacional; produce en promedio 1.80 millones de sacos, producidos por 175 mil 757 productores en una superficie de 243 mil 667.7 hectáreas, que representan el 35 por ciento del total nacional. Le sigue Veracruz, con una producción de 1.18 millones de sacos, que representa el 26.82 por ciento del total nacional; participan en esta producción 86 mil 164 productores en una superficie de 138 mil 676.8 hectáreas; en tercer lugar tenemos a Oaxaca que produce 490 mil sacos, producidos por 101 mil 886 productores, en 130 mil 721.15 hectáreas. Finalmente Puebla que cuenta con una superficie de 67 mil 428.16 hectáreas en donde intervienen 46 mil 781 productores para una producción de 830 mil sacos (18.86 por ciento de la producción nacional).

### **Variedades cultivadas**

De las dos variedades más consumidas en el mundo, en México se cultivan el 92 por ciento de la variedad “suave” o arábica y cuatro por ciento de la variedad robusta. La variedad que exporta nuestro país es la “suave” e importa 300 mil sacos de 60kg. de la *Coffea Canephora* (Robusta).

### **Condiciones agroecológicas de las regiones de producción**

En México las unidades de producción generalmente se localizan entre los 600 y 1 mil 200 metros sobre el nivel medio del mar, es decir en zonas montañosas y con las condiciones necesarias para el buen desarrollo del café. Las regiones productoras son:

Vertiente del Golfo de México; comprende los estados de San Luis Potosí, Querétaro, Hidalgo, Puebla, Veracruz, Oriente de Oaxaca y Tabasco. El periodo intenso de lluvias inicia en junio y finaliza en octubre o noviembre, con precipitaciones que oscilan entre los 1 mil 300 y 3 mil mm. Las parcelas se localizan entre los 300 a 1 mil 400 m.s.n.m y se ve favorecida por los vientos “nortes”, que propician la presencia de humedad entre noviembre y marzo.

Vertiente del Océano Pacífico, en esta, se localizan los estados de Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit y Poniente de Oaxaca. Esta región se caracteriza por tener periodos largos de sequía, la cual comienza en noviembre y termina en mayo. El invierno es seco y caluroso lo que facilita la recolección del fruto, así como el proceso de secado en el beneficiado. Los cafetales en esta región se encuentran desde los 200 a 1 mil 400 m.s.n.m.

Región Soconusco; ocupa gran parte del sur oriente del estado de Chiapas. Aunque geográficamente está ubicada en la Vertiente del Pacífico, difiere en clima de los demás estados, ya que las precipitaciones son del orden de los 2 mil 500 hasta cinco mil mm anuales durante la mayor parte del año, sin períodos significativos de sequía. Los cafetales en esta región se encuentran desde los 200 hasta los 1 mil 800 m.s.n.m.

Región Centro Norte y Selva Lacandona Chiapas; esta región se caracteriza por tener periodos de sequía prolongados de noviembre a abril, aunque en la selva y zona norte hay influencia directa de vientos húmedos del Golfo de México. Los cafetales en esta región se ubican desde los 300 a los 1200 m.s.n.m.

En términos generales, las regiones se pueden dividir por su altitud en tres grupos: 1) zona baja, aquella cuya altura llega hasta los 600 m.s.n.m.; 2) zona media, se ubica entre 601 a 900 m.s.n.m., 3) zona alta, la que se encuentra por encima de 901 m.s.n.m.. El mayor porcentaje de cafetales en nuestro país se sitúa en la zona media y alta, de ahí que México tiene potencial para ser un importante oferente de café de excelente calidad.

Tipo de suelos; la mayoría de las regiones 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).

Altitud; el medio cafetalero mexicano cuenta con una diversidad de zonas, desde las que se ubican casi a nivel del mar, 11 m.s.n.m., como predios en Nayarit y San Luis Potosí, hasta aquellas que tienen una altitud que rebasan los 1900 metros sobre el nivel del mar, lo que permite ofrecer cafés de altura y estrictamente altura (Diagnósticos estatales, 2005).

Temperatura; en general las zonas cuentan con una temperatura media promedio que oscila entre los 17.5 a 25.3° C, la que es muy similar al requerimiento óptimo que se considera entre los 18 a 22° C.

Precipitación pluvial; los cafetales mexicanos cuentan con una media promedio de 2 mil 280 mm, cifra cercana a lo óptimo que oscila entre 1 mil 400 a 2 mil 300 m.s.n.m, distribuidas durante todo el año. Por otro lado, la insolación efectiva puede considerarse como baja, ya que se ubica entre 4.9 horas diarias para la región del Soconusco, Chiapas, y de 5.2 horas diarias para la región de Coatepec, Veracruz. Es precisamente esta baja insolación, junto con el manejo de sombra que se da a los cafetales, los factores que favorecen la fructificación, crecimiento y calidad del café mexicano (Santoyo, et al; 1994)

## **Exportaciones**

Una de las características de la producción del café mexicano, es su orientación hacia la exportación. Anteriormente sus volúmenes de exportación estaban regulados por las cuotas asignadas por el Convenio Internacional del Café (CIC), donde las fluctuaciones de la producción nacional no influían sobre las exportaciones, así mientras en unos ciclos las exportaciones representaban menos del 60 por ciento de la producción nacional, en otros, éstas participan con más del 70 por ciento.

Al establecerse el libre mercado, los inventarios pudieron ser comercializados, incrementándose considerablemente las exportaciones; en el ciclo 1989/90 se exportó hasta un 84 por ciento de la producción total, esto generó un déficit, en el consumo interno, principalmente en las empresas de la industria final, y para el ciclo 91/92, ocasionó que solo se comercializara en el exterior el 60 por ciento, del café producido y el resto se utilizara para cubrir el desabasto generado en los ciclos anteriores en el mercado interno.

Una vez que se permite a las torrefactoras la importación de cafés robustas y de baja calidad y menor precio, se comienza una estabilización en la participación de las exportaciones, pero un aumento en el nivel de importaciones.

Para este año las exportaciones nacionales promedian 83 por ciento de la producción nacional, de los cuales entre 90 y 95 por ciento serán de café oro y el resto como café tostado y descafeinado (verde o tostado). Las exportaciones de café descafeinado se destinan a los Estados Unidos y lo realizan tres empresas, localizadas en el estado de Veracruz.

El destino principal de las exportaciones de café oro sigue siendo los Estados Unidos, al cuál se exporta 78.2 por ciento de las exportaciones totales, seguido de Japón que representa 3.7 por ciento de las exportaciones y Alemania al cuál se exporta 2.9 por ciento. Además de estos países México exporta a Francia, Holanda, Noruega, España y Dinamarca, principalmente.

## **Comercialización y mercado**

A pesar de ser un país productor, en México se consumen anualmente 450 gr. *per*. Capita, debido 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 promovió oportunamente el consumo interno.

El 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, propician que la industria nacional ofrezca cafés de la más baja calidad.

Hablando de la industria, ésta requiere de un promedio de 1.6 millones de sacos (de 60 Kg.) de café verde al año, del cual se destina aproximadamente el 45 por ciento al proceso de cafés solubles, 18.3 por ciento a la torrefacción y 37.6 por ciento a café tostado, molido y mezclado con azúcar.

### **Características centrales de la comercialización del café en México**

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.

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.

Los compradores de café cereza, mezclan mucho el café de diferentes alturas y grados de maduración en el Beneficiado Húmedo.

No existen restricciones a las exportaciones. El Gobierno Federal, se ha negado reiteradamente a cualquier medida mínima de intervención en el mercado, ya sea a partir de retenciones o formación de reservas.

Se puede importar café verde sin aranceles. Incluso se adelantaron los niveles de desgravación arancelaria pactados en el TLCAN.

Aunque México impulso la resolución 407, que establece estándares mínimos de calidad al café de exportación, al parecer el Gobierno Federal estaría dispuesto a aceptar las condiciones de EU para ingresar a la O.I.C., que son las de minimizar estas políticas, ya que serían una intervención en el mercado.

### **Los aspectos más significativos del consumo en México**

La mayor parte del consumo es de café soluble en alrededor del 65 por ciento. En países como Brasil, que consumen por persona cada año cuatro veces más que nosotros, el 95 por ciento del consumo es de café tostado y molido.

Un importante volumen de café que se consume en México es de cafés dañados, fermentados, pasados de secado, de cafés verdes, contaminados, etc. No se maneja un concepto adecuado 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.

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 más el café arábigo lavado con robusta, el cual, en parte es importado.

Para proteger a la NESTLE y otras empresas de las importaciones de cafés tostado y molido y solubles, vía reglas de origen en el TLCAN, se pactó que el 100 por ciento 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 viable llevar café mexicano a EU, para procesarlo y traerlo para su venta en México.

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.

No existen mecanismos de certificación sobre la calidad del café que se vende al consumidor, ni sobre su pureza. En el etiquetado no se señalan algunas características del café utilizado, como las variedades o la composición de las mezclas.

La promoción del consumo de café que se hace desde el Gobierno Federal y las grandes compañías, es muy genérica; no se orientan a los cafés arábigos lavados, al café tostado y molido, a que no se mezcle el café con azúcar y otras sustancias, a que no se utilicen los cafés dañados, a mencionar los cafés de mayor calidad, etc.

## **Análisis Estatal**

### **La importancia social y económica del café en Chiapas.**

La tradición cafetalera en el estado comienza en el año de 1846, cuando el café fue introducido a Chiapas por Geronimo Manchinelli, quién plantó en su finca la Chacara 1 mil 500 arbustos de las variedades Typica y Maragogype. La segunda etapa se inicia con la llegada de Carlos Gris al Soconusco, a su Finca el Majagual. En 1876 Matías Romero, ilustre político y diplomático mexicano, impulsó un proyecto de colonización. Hacia el año de 1892, existían 22 grandes Fincas.

### **Divisas, impacto económico y social**

En el Estado de Chiapas la Cafeticultura es una de las actividades económicas más importantes. En la fase de producción se involucran 175 mil 757 productores, de estos productores el 85 por ciento son indígenas. La superficie cultivada es de 243 mil 677 hectáreas distribuidas en 13 regiones cafetaleras identificadas en el Estado. La producción promedio se estima en 1.8 millones de quintales (Qq), según registros del último ciclo de producción, la cual representa 35 por ciento de la producción nacional. Además, es el principal productor a nivel nacional y 12º a nivel mundial y se considera que aproximadamente 85 por ciento de la producción de café en el Estado se exporta internacionalmente, mientras que solo el 10 por ciento se distribuye a nivel nacional y un aproximado del 5 por ciento de esta producción es consumida en el Estado. Aun cuando estas cifras no son exactas, si tomamos en cuenta el impacto económico que tiene la actividad cafetalera en la economía de las familias chiapanecas, tenemos sin lugar a duda un compromiso muy grande con la sociedad para desarrollar estrategias que nos permitan apoyar a los cafeticultores e impulsar su producción, consumo y calidad del Café.

## Producción

La producción total del Estado es de 1.8 millones de sacos y en ella participan 175 mil 757 productores en una superficie de 243 mil 667.7 hectáreas, distribuidas en 13 delegaciones, donde se produce el café, estas son: Copainala, Ocozocoautla, San Cristóbal, Comitán, Ángel Albino Corzo, Bochil, Pichucalco, Ocosingo, Palenque, Yajalon, Motozintla, Tapachula y Mapastepec; en estas delegaciones se cuenta un total de 88 municipios. **(Figura 05)**

<b>RESULTADOS OBTENIDOS DEL PADRON CAFETALERO DE CHIAPAS</b>				
<b>RANGO</b>	<b>PRODUCTORES</b>	<b>%</b>	<b>HECTAREAS</b>	<b>%</b>
0 A 0.50	56,174	31.98	20,534.03	8.43
0.51 A 1	53,736	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
mas de 100.01	122	0.07	22,347.86	9.17
<b>TOTAL</b>	<b>175,677</b>	<b>100</b>	<b>243,667.76</b>	<b>100</b>

Figura 05: Fuente COMCAFE.

Por otro lado, el valor de la producción es de mas de 180.4 millones de dólares y representa mas de 23 millones de jornales con una derrama económica muy importante en el Estado.

### Variedades en producción

En Chiapas la principal especie cultivada es la Arábica (85 por ciento), seguida por los naturales y robustas.

El café arábica es un cultivo de altura (de 650 a 2 800 m.) y de clima subtropical. Requiere de precipitaciones de 190 cm. al año, con un periodo seco y de temperaturas superiores a los 21° C. Es muy sensible a las heladas y a los vientos fríos y también, por su modo de reproducción, a saber la autofecundación de flores hermafroditas de una misma planta con su consecuente falta de diversidad en los contenidos genéticos, resulta muy frágil ante las plagas, especialmente la broca. El café arábica se distingue por tener un grano más grueso y alargado (de 8 a 12 mm.) que el robusta. Por la calidad de sus granos y un proceso de beneficiado más elaborado que el café robusta, es un café muy preciado en los mercados internacionales, por lo que su precio rebasa al del robusta. Contiene de 0.8 a 1.6 por ciento de cafeína.

Las siguientes variedades de la especie Arábica son las cultivadas en el estado: Typica, Bourbon, Caturra, Catuai, Catimor, Marago y Mundo Novo.

Variedad robusta (Especie Canephora); soporta alturas más bajas que los 650 m. pero no mayores de 1 mil 300 m. Requiere de precipitaciones entre los 100 y 180 cm. al año y de temperaturas mayores a los 24° C. Se reproduce por fecundación cruzada entre plantas diferentes, lo que le produce cafetos heterogéneos desde el punto de vista genético y una gran variabilidad entre sus descendientes, lo cual explica su mayor resistencia a las plagas. De granos más diminutos que el arábica (de 5 a 8 mm.), contiene de 1,4 a 2.5 por ciento de cafeína, por lo cual es utilizado para la elaboración de cafés solubles, ya que una parte del contenido de cafeína se pierde en el proceso de industrialización. De sabor menos fino que el arábica, obtiene menores precios en los mercados mundiales.

### **Características de la producción de café en Chiapas**

Las unidades de producción se encuentran ubicadas en tres niveles altitudinales, cuya relación directa con su calidad (buen lavado, prima lavado, café de altura y estrictamente altura) representa su aceptación en los mercados más exigentes, además de un elemento que incide notablemente en la calidad, que es la latitud.

Estas unidades de producción se caracterizan por contar con una superficie cultivada dispersa, bajos niveles de productividad y altos costos de producción. Además, cuentan con cafetales abandonados o parcialmente atendidos técnicamente, con alta presencia de plagas y enfermedades.

### **Potencial Productivo**

Chiapas cuenta con grandes superficies con potencial productivo; de acuerdo con la altitud, los productores y sus cafetales se distribuyen de la siguiente manera: 24 mil 132 productores y 34 mil 991.40 hectáreas a menos de 600 m; 21 mil 828 productores y 31 mil 901.49 hectáreas entre 601 y 800 m; y 128 mil 875 productores y 173 mil 622.07 hectáreas a más de 800 m. El 98 por ciento de los productores tiene hasta cinco hectáreas y juntos agrupan el 89 por ciento de la superficie estatal. (Datos COMCAFE)

### **Tecnología de cultivo**

Sistema rusticano o de montaña; fue el pionero de la producción de café en México y es el modelo más simple, muy similar a las condiciones donde se encuentra el café en su estado silvestre, predominan los elementos de diferentes tipos de vegetación natural, generalmente se aprovecha una gran diversidad de especies para sombra. 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 acahuals (Toledo y Moguel, 1999).

Es más frecuente su ubicación en las regiones cafetaleras ubicadas en la vertiente del Pacífico, debido al amplio periodo de sequía. En la vertiente del Golfo disminuye su importancia, debido a que la presencia de los frentes fríos o "nortes", durante octubre a febrero, generan mejores condiciones de humedad y reducen la época seca.

Sistema de policultivo tradicional; se trata de plantaciones de café bajo sombra en cuya composición existe una gran diversidad de especies vegetales que incluyen elementos, tanto de vegetación natural (primaria y secundaria) como cultivada (especies nativas e introducidas). Este sistema de cultivo es el de mayor distribución en las regiones cafetaleras de México, practicado por pequeños productores, y con alta participación indígena.

En este tipo de cafetales, la sombra se presenta como un mosaico sin un arreglo topológico determinado; más bien, su ordenamiento espacial responde a criterios de cada productor y están referidos a: "donde se da mejor", "donde no reseca la tierra", "donde no le afecta al café", "donde hace falta", "donde fue naciendo" y donde lo dejaron los antepasados".

El manejo de una estructura tan diversa, es una estrategia de economía campesina que tiene como propósito fundamental el obtener varios productos por unidad de superficie. La estrategia se basa en el fomento y conjugación de la diversidad vegetal tanto de la sombra como del café. Se ha encontrado que del total de especies del cafetal, alrededor del 65 por ciento corresponden a vegetación natural, 15 por ciento son de vegetación secundaria y 20 por ciento son especies introducidas. Más del 90 por ciento de ellas son especies fomentadas con algunas labores como deshierbe, poda y fertilización de manera indirecta.

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. En la mayoría de las regiones cafetaleras, el sistema tradicional es parte de la economía campesina, que se complementa con milpa, jornales externos y la producción de traspatio.

Bajo este sistema se mantienen rendimientos promedio de café, menores a 12 quintales por hectárea, con presencia de productores que mediante un buen manejo de podas de los cafetos y la sombra, así como la reposición de plantaciones, logran rendimientos sostenidos cercanos a los 18 quintales por hectárea. Los sistemas de montaña y tradicional son los utilizados en la producción de café orgánico, de sombra o amigable con el ambiente y comercio justo.

Sistema especializado; es una modalidad de monocultivo, en el que sólo se produce café bajo sombra y se caracteriza por utilizar leguminosas en forma dominante y casi única para el sombreado, normalmente en un marco de plantación. Así mismo, puede emplearse sombra temporal y marginalmente algunos árboles de otras especies útiles. Se encuentra en todas las regiones cafetaleras y llegó a predominar como sistema de cultivo, en los lugares más comunicados, con presencia de medianos y grandes productores o cercanos a las delegaciones y centros de apoyo.

Sistema de policultivo comercial; el sistema de policultivo comercial se distingue por la producción de café con especies asociadas que están orientadas a la comercialización, como una estrategia de diversificación productiva. Son plantaciones de café en cuya estructura se reduce la diversidad vegetal a un número de dos a cuatro especies por cafetal, ordenadas espacialmente con el propósito de un aprovechamiento intensivo del espacio para la obtención de varios productos destinados principalmente al mercado. Las experiencias y los modelos de policultivo comercial son muy diversas, en función de las regiones cafetaleras. Se conocen experiencias importantes en Veracruz, Puebla, Chiapas y Oaxaca, y en forma más reciente en Jalisco, Nayarit, Hidalgo, San Luis Potosí, Tabasco y Guerrero.

### **Café sustentable**

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

Es importante señalar que Chiapas es pionero en el cultivo de café orgánico y es tercer productor a nivel mundial. Chiapas destina un total de 45 mil 763 hectáreas para el café orgánico, donde se producen 274 mil 600 sacos de café, de los cuales 180 mil son exportados. Estas son producidas por 25 mil productores representados agrupados en 123 organizaciones.

### **Comercialización y mercado**

El café chiapaneco tiene actualmente 17 destinos a nivel internacional, entre los cuales destacan Estados Unidos, Alemania, Holanda, Francia, Japón y Bélgica. Estos mercados importan el 85 por ciento de la producción Estatal.

Las características de un buen producto para su comercialización son:

- Aroma u olor agradable, característico del café que prepara psicológicamente al individuo para disfrutar el café.
- Acidez (o la sensación de irritabilidad agradable) que provoca salivación al momento de degustar la bebida.
- El cuerpo (o viscosidad de la bebida). Ligero en el café americano y espeso en un café tipo expreso.
- Sabor, que es el atributo determinante que abarca los tres elementos anteriores.
- 100 por ciento puro.

- Color apropiado, asociado a la variedad del café y el tipo o nivel de tostado.

Para fines de comercialización el café verde se divide en los siguientes tipos:

Los cafés lavados son producto de un proceso de beneficiado húmedo, este tipo de café es de mejor calidad y se aplica principalmente a los cafés Arábicas, cuenta con tres categorías de café verde:

- **Café de altura.** Es un café de las variedades Typica, Maragogipe y Bourbon que se cultivan desde los 900 metros de altura, requieren de un proceso de beneficiado impecable, debe 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.
- **Café prima lavado.** Es un café producido entre los 650 y 900 metros de altura, con buena presentación y agradable en taza, tanto en lo que se refiere a aroma como a cuerpo y que no tenga más de 10 defectos por 454 gramos, de acuerdo a las normas establecidas por la Bolsa del Café en Nueva York.
- **Café buen lavado.** Producido a 650 mts o menos y se le considera un café de poca altura, sin méritos especiales tanto en la taza como en su presentación; los requisitos estrictos son café sano y bien desmanchado.

## Organización

En el estado existen mas 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 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 y consolidación, tomando en cuenta su nivel de competitividad gracias a la innovación.

- Organizaciones emergentes (Grupos de trabajo y productores libres).
- Organizaciones en consolidación.
- Organizaciones consolidadas.

En esta clasificación se considera al sector social y al sector privado, entendiéndose como sector social: ejidatarios, productores libres, etc. y sector privado: finqueros y empresas agrícolas.

### **Organizaciones emergentes:**

Se caracterizan por su habilidad para sobrevivir por medio de la improvisación en la operación. Son asociaciones no oficiales, manipuladas, que se rigen por personas externas, de grupos pequeños de campesinos, formadas localmente con el objetivo de cooperar económicamente para mejorar las condiciones económicas y sociales de sus afiliados. Con un alcance geográfico que varía desde una aldea a un grupo de aldeas vecinas o caseríos.

### **Organizaciones en consolidación**

Se caracterizan por haber alcanzado un nivel de calidad en las áreas principales de la organización u empresa. Son organizaciones en proceso para contar con una forma jurídica de organización campesina legalmente establecida. Tienen una visión mucho más amplia que las anteriores.

### **Organizaciones consolidadas**

Se caracterizan por tener áreas y personal especializado en el desarrollo de nuevos productos, procesos y servicios. Son organizaciones reconocidas oficialmente bajo alguna forma jurídica legalmente establecida. Tienen bastante tiempo de trabajo desarrollado que ha permanecido a pesar de las limitantes que se han encontrado en su trayectoria organizacional. Aquí se ubican muchas organizaciones de finqueros y las empresas agrícolas.

### **Alternativas de solución**

Identificar y valorar las debilidades, fortalezas y oportunidades de la cafecultura Chiapaneca con la finalidad de proponer las estrategias y acciones que permita al sector cafetalero tener la capacidad de respuesta ante las condiciones actuales; acceso a mercado y mejores precios, organización de productores, infraestructura para la industrialización, gestión de recursos, producción de café agro ecológico, capacitación y asistencia técnica, entre otros.

### **Algunas conclusiones del diagnóstico**

Los cafecultores de Chiapas necesitan identificar nuevos mercados, y no limitarse a los mercados naturales como los de Estados Unidos y Europa. Existen mercados como el caso de Japón y China, que pueden ser más atractivos. Sin embargo debemos de recalcar, que se requiere de un estudio de mercado.

El 85 por ciento de la producción chiapaneca de café se destina a la exportación, y tan solo el 15 por ciento se destina para consumo interno o nacional. Esto provoca que los productores sean susceptibles a los cambios de precios internacionales. Es por esta razón que se debe implantar una campaña del consumo Estatal y Nacional del Café Chiapaneco, siguiendo el modelo utilizado por Brasil, los principales productores/consumidores de café en el mundo.

El sector cafetalero chiapaneco esta altamente atomizado, muestra de ello es que 84 por ciento de los productores tiene menos de dos hectáreas sembradas y no permite un impacto significativo de los apoyos otorgados por el gobierno.

Del punto anterior se deriva la falta de volúmenes que puedan competir con los países como Brasil y Colombia. Para esto se necesita integrar la cadena productiva de café chiapaneco, en donde participen desde el productor, proveedor de insumos y servicios, industriales, comercializador, proveedores de infraestructura económica y hasta el consumidor, iniciando por integrar a los productores, comercializadores e industriales.

Por otro lado, se deben propiciar las alianzas estratégicas entre productores e industriales, y entre productores y comercializadores, a fin de que los productores aumentan sus ingresos directos.

El café chiapaneco es muy apreciado en el extranjero, sin embargo en comparación con el café Colombiano, no esta posicionado en ningún mercado. Esto ocasiona que los productores dependan de los precios internacionales del café y de las grandes industrias. Para mantenerse en los mercados se debe implementar una campaña de posicionamiento de la marca Café Chiapas, en los mercados, y particularmente en los posibles consumidores, quienes son al final de cuentas, los que deciden que comprar.

Uno de los problemas más importantes en la cafecultura en Chiapas, es la baja productividad en el campo, debido a diversas causas como por ejemplo la edad y manejo del cultivo. Una solución sería la siembra de nuevas plantas de café, suministradas por un vivero común de los productores, además de capacitar a los productores en el manejo eficiente del cultivo.

## **IV.- ALINEACION DEL PROGRAMA AL PLAN DE DESARROLLO**

### **OBJETIVOS ESTATAL**

- Modernizar la administración pública estatal, promoviendo una cultura del servicio, Profesionalización del servidor público y el uso eficiente de las tecnologías de la información y comunicación.
- Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, a partir de la igualdad de oportunidades en los ámbitos de la vida económica, social y política del estado.

- Disminuir la presión sobre los recursos naturales y la degradación ambiental, aprovechando sustentablemente los recursos naturales y la biodiversidad, a partir del desarrollo micro regional.

## **PRIORIDADES**

### **Desarrollo socioeconómico**

La cafecultura en Chiapas destaca por su relevancia social, económica, cultural y ecológica; representa actualmente una importante alternativa de desarrollo para grupos indígenas y rurales, una fuente de divisas para los productores y el estado. El sector no sólo ha experimentado la constante dinámica en los precios del grano, como efecto del volumen ofertado, el creciente avance del proceso de globalización y la constante lucha por nuevos mercados, sino también los efectos del hombre sobre el medio ambiente, en términos de sequías o excesos de lluvias, tales como el huracán *Stan*, que afectó a más de 40 mil productores en el estado de Chiapas. Esto hace inminente la necesidad del incremento en la competitividad del sector, elevando la calidad en el origen del producto y en el aprovechamiento y desarrollo de nuevos nichos de mercado; en ese sentido, el Gobierno del Estado de Chiapas implementa la actual política cafetalera basada en la participación organizada de los participantes 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.

### **Medio ambiente**

Chiapas, con sus 243 mil hectáreas con café, representa más del 34 por ciento de la superficie total cultivada con café en México; alrededor de 99 por ciento se realiza bajo sombra diversificada. Estas condiciones le confieren al cultivo de café una gran importancia ambiental, porque ayudan a conservar la biodiversidad y ofrecen diversos servicios ambientales al planeta, entre los que destacan la captura de carbono, conservación y recarga de mantos freáticos, conservación de biodiversidad y del paisaje natural.

De acuerdo con la Organización Internacional de Café, las casi 700 mil hectáreas sembradas de café en México tienen capacidad de capturar 5.6 millones de toneladas de carbono al año, que representan alrededor de 21.5 veces la emisión total anual de carbono de la Zona Metropolitana del Valle de México.

Chiapas es el primer productor de café orgánico, la producción de este tipo de café se ha venido impulsando desde 1986. Este sistema, con el cual se obtienen en promedio 15 Q/ha, representa un rescate de varios elementos de la tecnología agrícola tradicional que permite que con los insumos disponibles en la parcela y prácticas de conservación, se lleve a cabo el cultivo sin usar agroquímicos, conservando la biodiversidad y los recursos naturales.

## **Grupos sociales vulnerables**

La cafeticultura chiapaneca es una actividad económica detonante y a la vez compleja, ya que un alto porcentaje de la producción del aromático se realiza en zonas habitadas por población indígena y en zonas que sufren una alta marginación y marginalidad, además el café constituye un ingreso importante en la economía familiar, toda vez que los cultivos básicos y la ganadería de traspatio tienen una función de autoconsumo, siendo el café el producto que les genera ingresos para resolver algunas de sus necesidades básicas.

Dada la forma de producción, en estas regiones y en estos grupos, el café es un cultivo con participación amplia de la familia, en la cual la mujer y los niños juegan un destacado papel como un elemento primordial de aportación de mano de obra, participando en todas las fases del proceso productivo. Los procesos de migración, aunado a condiciones particulares, propician el incremento paulatino de las mujeres en su cultivo, ya no subordinadas a los hombres, sino como parte activa en la propiedad y decisión de los cafetales.

## **VALORES**

Más del 85 por ciento de los productores actualmente poseen superficies con café menor a 2 hectáreas. Esta pulverización de la tierra acarrea una compleja problemática social, ya que además el café se encuentra en las zonas más alejadas y con mayor grado de marginación y pobreza. Esta situación repercute en la eficiencia de la atención que requiere este sector, ya que de no estar organizados se minimiza cualquier esfuerzo que se realice para mejorar las condiciones actuales.

En ese sentido la actual política se basa en los valores de la Solidaridad, Unidad, Honestidad, Responsabilidad, Respeto, Tolerancia, Transparencia y Sustentabilidad, principios que esta administración implementa en todo el quehacer público buscando ofrecer mejores servicios y el beneficio de los cafeticultores.

### **Solidaridad**

Los temas de importancia en el sector cafetalero, se establecerán con la participación de los actores principales de la cadena productiva, propiciando que las líneas de atención satisfagan las necesidades del sector.

### **Unidad**

Con la sincronización de las áreas de la COMCAFE y demás dependencias del sector Agropecuario, propiciar una mejor calidad de vida de los productores, enfocando la atención hacia un mismo fin, mediante la previsión, planeación, organización de la cadena productiva de manera sostenible, sustentable y participativa con el fin de hacerla equitativa, competitiva y rentable, como garantía para mejorar el nivel de vida de los cafeticultores.

**Honestidad**

Establecer y aplicar la política cafetalera en base a la coordinación institucional y concertación social, con una conducta de absoluta rectitud, probidad e integridad, con estricto apego a las leyes y reglamentos correspondientes.

**Responsabilidad**

Crear mecanismo de atención y servicio que proporcionen a los cafecultores una respuesta de calidad y calidez, buscando la eficacia y eficiencia en la solución de los problemas.

**Respeto**

Brindar la atención a los usuarios del organismo, mediante el conocimiento de la problemática, buscando estrategias de solución que no violenten las características culturales de cada región cafetalera, propiciando un mismo plano de atención, en igualdad de importancia.

**Tolerancia**

Respetar las costumbres de los actores de la cadena productiva, siempre y cuando estas no violenten la legislación o normatividad vigente, buscando coincidir en el beneficio del sector.

**Transparencia**

Basar las acciones en apego a la normatividad y legislación aplicable, buscando el beneficio colectivo.

**Sustentabilidad**

Las buenas practicas productivas en la cafecultura como son: la producción orgánica, la contribución en la conservación de áreas naturales y protegidas, servicios ambientales, tales como: control de erosión de suelos, captación de agua, mantenimiento de la biodiversidad y captura de carbono, entre otros, proporcionan un desarrollo sustentable principio rector de esta administración; con el propósito de establecer un sistema dinámico y participativo en la previsión, planeación y evaluación de las acciones enfocadas al desarrollo sustentable y sostenible de la cafecultura en Chiapas.

## V.- PROGRAMAS Y PROYECTOS INSTITUCIONALES

Considerando el Café como un proyecto estratégico que esta administración promoverá, se plantea en el Plan de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012 acciones a corto y mediano plazo, que permitan consolidar a la cafecultura chiapaneca.

Por lo tanto, el Gobierno del Estado de Chiapas implementa la actual política cafetalera basada en la participación organizada de los participantes 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.

Atendiendo y considerando la creciente complejidad del mercado, tendencias hacia cafés no convencionales, baja de los precios internacionales, diferenciación de la calidad, la inocuidad alimentaria, la sustentabilidad, la preservación ambiental, las relaciones sociales y el control cada vez más amplio de la cadena productiva por parte de las empresas transnacionales, se plantean los siguientes programas, proyectos y metas sexenales que se atenderán por esta institución:

**Eje Rector:** 3.- Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades.

**Subtema:** 3.4.- Campo.

POLÍTICA PÚBLICA	OBJETIVO	PROYECTO INSTITUCIONAL	METAS 2007-2012
3.4.12 Café	Lograr procesos de producción eficientes, acordes a las características del productor y de la región.	Fomento a la producción del cultivo del café.	Producción de 30 millones de plantas de café. Control fitosanitario de 132,000 hectáreas con café. Manejo del cultivo en 76,780 hectáreas bajo principios agroecológicos. Diversificación productiva en 7,200 hectáreas. Establecimiento de 167 parcelas demostrativas y/o módulos de referencia. Establecimiento de un banco de variedades. Actualizar los datos de 30,676 productores en el padrón cafetalero. Fotocredencializar a 175,677 productores de café. Realizar la estimación y pronóstico de cosecha de café.

**Eje Rector: 3.- Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades.**  
**Subtema: 3.4.- Campo.**

POLÍTICA PÚBLICA	OBJETIVO	PROYECTO INSTITUCIONAL	METAS 2007-2012
3.4.12	Desarrollar la producción cafetalera con infraestructura y equipo moderno acorde para el beneficiado húmedo.	Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café chiapaneco.	Rehabilitar y establecer 9 Beneficios húmedos colectivos. Otorgar 20,259 despulpadoras. Construcción y rehabilitación de 21,000 obras de patios de secado y tanques de fermentación. Establecimiento de 5,000 secadores ecológicos. Integrar un diagnóstico de la infraestructura. Integrar un Plan de ordenamiento de la infraestructura. Elaborar un estudio de la caracterización del desarrollo de las organizaciones para su fortalecimiento. Construcción y/o rehabilitación de 150 obras de almacenamiento, beneficio seco, y torrefacción.
	Desarrollar la producción cafetalera con Infraestructura y equipo moderno para el beneficiado seco y torrefacción.		Fomento la producción del cultivo del café. Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café chiapaneco. Capacitación y asistencia técnica al sector cafetalero.
3.4.07 Sustentabilidad	Fortalecer e impulsar acciones que permitan la reducción de la contaminación proveniente de la transformación de la materia prima.		
3.4.12 Café	Fomentar el desarrollo y consolidación de figuras asociativas que generen esquemas eficientes y equitativos de comercialización.		

**Eje Rector: 3.- Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades.**

**Subtema: 3.4.- Campo.**

POLÍTICA PÚBLICA	OBJETIVO	PROYECTO INSTITUCIONAL	METAS 2007-2012
3.4.12 Café	Propiciar el incremento en el consumo del café chiapaneco.	Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café chiapaneco.	Participar en 59 Ferias y exposiciones. Establecer 6 locales de promoción "Boutique del Café". Otorgar 270 cursos de Capacitación sobre preparación de bebidas de café. Crear la unidad móvil de promoción del café. Promoción en medios impresos (47 Revistas) Realizar 1,798 promocionales en televisión y radio Renta de 46 espectaculares. Certificar 900 Establecimientos. Realizar 5 concursos "café de calidad". Realizar una Campaña de ecoturismo en zonas cafetaleras. Establecer una red de cafeterías. (100 Establecimientos). Promover la marca Chiapas en café tostado y molido.
	Identificar oportunidades del café chiapaneco en los nichos que demanda el mercado internacional.		Realizar 5 Estudios de mercado. Implementar una campaña de información de mercados para incrementar la venta de café. Establecer una campaña para fomentar la aplicación de la Norma Oficial Mexicana Café Chiapas. Realizar 15 Asesorías sobre certificación de procesos ISO 9000. Participación en 15 eventos de mercados de especialidad. Establecer convenios con 3 agencias gubernamentales de desarrollo comercial. Promover la diferenciación de dos regiones respaldado en la norma mexicana.
3.4.12 Café	Fomentar el desarrollo de esquemas de financiamiento adecuados a la cafecultura.	Impulso al fortalecimiento de la cafecultura en Chiapas.	Otorgar 1,935 Créditos. Otorgar 210 fondos de garantías. Promover la conformación de 2 cajas de ahorro y financiamiento rural. Creación y operación del Fideicomiso de apoyo a las necesidades de los cafecultores del estado de Chiapas. Creación y operación de una SOFOL y/o SOFOM Creación y operación del Banco del Café de Chiapas. (FANCAFE) Impulsar la continuidad del fondo estabilizador del precio del café. Promover la continuidad del programa fomento productivo y mejoramiento de la calidad del café de México Propiciar 2 convenios con organismos internacionales para obtener financiamiento.
3.4.07 Sustentabilidad	Impulsar la creación de polos de desarrollo para la producción sustentable.		Promover la creación de modelos de desarrollo. Apoyo a 410 proyectos productivos de mujeres cafetaleras.

**Eje Rector: 3.- Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades.**  
**Subtema: 3.4.- Campo.**

POLÍTICA PÚBLICA	OBJETIVO	PROYECTO INSTITUCIONAL	METAS 2007-2012
3.4.12 Café	Impulsar la generación, adopción y transferencia de tecnología en el cultivo del café en Chiapas.	Capacitación y asistencia técnica al sector cafetalero.	Realizar 6 convenios con centros de investigación e instituciones educativas.
	Procurar el desarrollo de la capacidad productiva de los integrantes del sector en los diversos procesos		Realizar 2 eventos científicos y tecnológicos. Establecer un proyecto sobre el aprovechamiento de subproductos del café. Acreditación de 150 prestadores de servicios profesionales especializados en café. Certificar 100 técnicos en competencias laborales. Fortalecimiento empresarial de 200 organizaciones de productores de café. Capacitar a 33,200 productores en los diversos procesos del sistema producto. Realizar 78 giras de intercambio tecnológico. Realizar 4 encuentros de productores para realizar intercambio de experiencias exitosas. Implementar un programa de capacitación a distancia. Asistencia técnica a 6,000 productores de café.

## VI.- MATRIZ DEL PROGRAMA INSTITUCIONAL

**EJE RECTOR: 3.- Chiapas competitivo y generador de oportunidades.**

**SUBTEMA: 3.4.- Campo.**

**POLITICA PÚBLICA: 3.4.12.- Café**

Nombre del Proyecto Institucional	Metas						
	2007 - 2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Fomento a la producción del cultivo del café.	Producción de 30 millones de plantas de café.	300,000	6,350,000	6,350,000	6,350,000	6,350,000	4,300,000
	Control fitosanitario de 132,000 hectáreas con café.	38,604	20,000	20,000	20,000	20,000	13,396
	Manejo del cultivo en 76,780 hectáreas bajo principios agroecológicos.	26,847	9,356	10,356	10,356	9,356	10,509
	Diversificación productiva en 7,200 hectáreas.	0	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440
	Establecimiento de 167 parcelas demostrativas y/o módulos de referencia.	17	30	30	30	30	30
	Establecimiento de un banco de variedades.	0	1	1	1	1	1
	Actualizar los datos de 30,676 productores en el padrón cafetalero.	0	6,135	6,135	6,135	6,135	6,136
	Fotocredencializar a 175,677 productores de café.	0	43,920	43,919	43,919	43,919	0
	Realizar la estimación y pronóstico de cosecha de café.	0	1	1	1	1	1
	Impulsar la producción agroecológica en 76,780 hectáreas.	26,847	9,356	10,356	10,356	9,356	10,509
Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café chiapaneco.	Rehabilitar y establecer 9 Beneficios húmedos colectivos.	1	2	1	2	2	1
	Otorgar 20,259 despulpadoras.	2,000	3,259	4,000	4,000	3,000	4,000
	Construcción y rehabilitación de 21,000 obras de patios de secado y tanques de fermentación.	2,500	3,500	3,500	4,000	3,500	4,000
	Establecimiento de 5,000 secadores ecológicos.	500	500	1,000	1,000	1,000	1000
	Integrar un diagnóstico de la infraestructura.	0	1	1	1	1	1
	Integrar un Plan de ordenamiento de la infraestructura.	0	1	1	1	1	1

**EJE RECTOR: 3.- Chiapas competitivo y generador de oportunidades.**

**SUBTEMA: 3.4.- Campo.**

**POLITICA PÚBLICA: 3.4.12.- Café**

Nombre del Proyecto Institucional	Metas						
	2007 - 2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café chiapaneco.	Elaborar un estudio de la caracterización del desarrollo de las organizaciones para su fortalecimiento.	0	1	1	1	1	1
	Construcción y/o rehabilitación de 150 obras de almacenamiento, beneficio seco, y torrefacción.	50	20	20	20	20	20
	Procesar 85 mil toneladas de pulpa de café en abono orgánico.	0	20,000	20,000	20,000	20,000	5,000
	Integrar un diagnostico de la contaminación generada por los subproductos del café.	0	1	1	1	1	1
	Establecer 10 módulos de tratamiento de contaminantes.	0	2	2	2	2	2
	Establecer 3 convenios con instituciones públicas o privadas de carácter nacional.	0	1	1	1	0	0
	Promover 4 proyectos de investigación y/o generación de tecnología para el tratamiento de los subproductos del café.	0	1	1	1	1	0
	Participación en 59 Ferias y exposiciones.	5	10	12	12	10	10
	Establecer 6 locales de promoción "Boutique del Café".	1	2	1	1	1	0
	Otorgar 270 cursos de Capacitación sobre preparación de bebidas de café.	0	54	54	54	54	54
	Crear la unidad móvil de promoción del café.	0	1	0	0	0	0
	Promoción en medios impresos (47 Revistas)	2	9	9	9	9	9
	Realizar 1,798 promocionales en televisión y radio	98	300	400	400	300	300
	Renta de 46 espectaculares.	6	8	8	8	8	8
	Certificar 900 Establecimientos.	0	100	200	200	200	200
Realizar 5 concursos "café de calidad".	0	0	1	1	1	2	

**EJE RECTOR: 3.- Chiapas competitivo y generador de oportunidades.**

**SUBTEMA: 3.4.- Campo.**

**POLITICA PÚBLICA: 3.4.12.- Café**

Nombre del Proyecto Institucional	Metas						
	2007 - 2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Fomento, promoción y fortalecimiento a la calidad del café chiapaneco.	Realizar una Campaña de ecoturismo en zonas cafetaleras.	0	1	1	1	1	1
	Establecer una red de cafeterías. (100 Establecimientos).	0	20	20	20	20	20
	Promover la marca Chiapas en café tostado y molido.	0	1	1	1	1	1
	Realizar 5 Estudios de mercado.	0	1	1	1	1	1
	Implementar una campaña de información de mercados para incrementar la venta de café.	0	1	1	1	1	1
	Establecer una campaña para fomentar la aplicación de la Norma Oficial Mexicana Café Chiapas.	0	1	1	1	1	1
	Realizar 15 Asesorías sobre certificación de procesos ISO 9000.	2	4	4	3	1	1
	Participación en 15 eventos de mercados de especialidad.	0	2	3	3	3	4
	Establecer convenios con 3 agencias gubernamentales de desarrollo comercial.	0	1	1	1	0	0
	Promover la diferenciación de dos regiones respaldado en la norma mexicana.	0	1	1	0	0	0

**EJE RECTOR: 3.- Chiapas competitivo y generador de oportunidades.**

**SUBTEMA: 3.4.- Campo.**

**POLITICA PÚBLICA: 3.4.12.- Café**

Nombre del Proyecto Institucional	Metas						
	2007 - 2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Impulso al fortalecimiento de la cafecultura en Chiapas	Otorgar 1,935 Créditos.	45	180	360	450	450	450
	Otorgar 210 fondos de garantías.	0	20	40	50	50	50
	Promover la conformación de 2 cajas de ahorro y financiamiento rural.	0	1	1	0	0	0
	Creación y operación del Fideicomiso de apoyo a las necesidades de los cafecultores del estado de Chiapas.	1	0	0	0	0	0
	Creación y operación de una SOFOL y/o SOFOM	0	1	0	0	0	0
	Creación y operación del Banco del Café de Chiapas. (FANCAFE)	0	0	1	0	0	0
	Impulsar la continuidad del fondo estabilizador del precio del café.	1	1	1	1	1	1
	Promover la continuidad del programa fomento productivo y mejoramiento de la calidad del café de México	1	1	1	1	1	1
	Propiciar 2 convenios con organismos internacionales para obtener financiamiento.	0	1	1	0	0	0
	Promover la creación de modelos de desarrollo.	0	1	1	1	1	1
	Apoyo a 410 proyectos productivos de mujeres cafetaleras.	25	56	67	76	86	100

**EJE RECTOR: 3.- Chiapas competitivo y generador de oportunidades.**

**SUBTEMA: 3.4.- Campo.**

**POLITICA PÚBLICA: 3.4.12.- Café**

Nombre del Proyecto Institucional	Metas						
	2007 - 2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Capacitación y asistencia técnica al sector cafetalero	Realizar 6 convenios con centros de investigación e instituciones educativas.	4	2	0	0	0	0
	Realizar 2 eventos científicos y tecnológicos.	0	0	0	1	1	0
	Establecer un proyecto sobre el aprovechamiento de subproductos del café.	0	0	1	1	1	1
	Acreditación de 150 prestadores de servicios profesionales especializados en café.	20	20	30	30	30	20
	Certificación de 100 técnicos en competencias laborales.	0	30	20	20	20	10
	Fortalecimiento empresarial de 200 organizaciones de productores de café.	30	80	30	30	30	0
	Capacitar a 33,200 productores en los diversos procesos del sistema producto.	6,000	7,200	5,000	5,000	5,000	5,000
	Realizar 78 giras de intercambio tecnológico.	13	26	13	13	13	0
	Realizar 4 encuentros de productores para realizar intercambio de experiencias exitosas.	0	0	1	1	1	1
	Implementar un programa de capacitación a distancia.	0	1	1	1	1	1
	Asistencia técnica en 6,000 productores de café.	0	0	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
	Identificación e incorporación de 20 mil productores en figuras de primero y segundo nivel.	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	4,000
	Integrar un padrón de organizaciones cafetaleras.	1	1	1	1	1	1
	Constituir 3 empresas de tercer nivel para facilitar los procesos de comercialización.	0	0	1	1	1	0