

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA RURAL**



**Comercio Justo del Sistema Producto Café Orgánico de la Organización el
Buen Samaritano SC de RL de CV. en Siltepec, Chiapas.**

POR:

EDY SELMAN RODRÍGUEZ ROBLERO

Tesis

Presentada como Requisito Parcial para Obtener el Título de:

INGENIERO AGRÓNOMO EN DESARROLLO RURAL

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México

Octubre, 2015

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA RURAL**



**Comercio Justo del Sistema Producto Café Orgánico de la Organización el
Buen Samaritano SC de RL de CV. en Siltepec, Chiapas.**

POR:

EDY SELMAN RODRÍGUEZ ROBLERO

Tesis

Presentada como Requisito Parcial para Obtener el Título de:

INGENIERO AGRÓNOMO EN DESARROLLO RURAL

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México

Octubre, 2015

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS

Comercio Justo del sistema producto café orgánico de la Organización el Buen
Samaritano SC de RL de CV. en Siltepec Chiapas.

POR:
EDY SELMAN RODRÍGUEZ ROBLERO

Tesis
Que somete a la consideración del H. Jurado Examinador como requisito
para obtener el título de:

INGENIERO AGRÓNOMO EN DESARROLLO RURAL

Aprobada por:



Dr. Lorenzo Alejandro López Barbosa
Asesor Principal



Dr. Susana Cepeda Islas
Coasesor



M.C Tomas Everardo Alvarado Martínez
Coasesor



M.C Tomas Everardo Alvarado Martínez
Coordinador de la División de Ciencias Socioeconómicas

Universidad Autónoma Agraria
"ANTONIO NARRO"



Buenavista, Saltillo, Coahuila, México. Octubre 2015

Div. CS. SOCIOECONOMICAS
COORDINACION

AGRADECIMIENTOS

A dios

Por darnos la vida, las bendiciones y la vocación al estudio.

A mis padres

A Simón Rodríguez Guzmán y a Vedad Carolina Roblero Pojoy, por darme la vida y ser el pilar de mi formación personal y académica. Por confiar en mi vocación, por dedicarme su apoyo moral, económico y sentimental en todos los momentos importantes de mi formación académica, gracias papa que dios te tenga en su santa gloria Q.D.E.P. Siempre tendré presente tus consejos, este logro en mi vida profesional lo comparto con ustedes, porque sé que donde quiera que este estas orgulloso por este logro.

A mi hermana

Gracias hermana Edith Rosario Rodríguez Roblero por todo el apoyo moral, económico.

A mi Alma Terra Mater

Las gracias a la "Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro" por cobijarme por más de 4 años dentro de sus aulas y demás infraestructuras, por ser parte de mi vida profesional y cumplir mi sueños de ser un profesionista del sector agronómico y poder contribuir a mi sociedad con un granito de arena.

A los profesores

*Le doy las gracias los profesores que contribuyeron en formación académica por mi paso en las UAAAN, en especial a los profesores del **Departamento de Sociología Rural**, por los conocimiento adquiridos y las amistad creada con ellos, gracias.*

A compañeros

*A los compañero y amigos de la Generación CXVIII de la Carrera de **Ing. Agrónomo en Desarrollo Rural** por formar parte de mi vida durante mi estancia en la universidad. Por todos recuerdos, anécdotas y demás experiencias vividas durante este tiempo, gracias.*

Al jurado examinador

*Al mi asesor principal el **Dr. Lorenzo Alejandro López Barboza**, por todo el apoyo en la presente tesis, por su amistad y consejos gracias. A mis coasesores la **Dr. Susana Cepeda Islas** y al **M.C Tomas Everardo Alvarado Martínez**, por todo su apoyo para hacer posible la presente tesis.*

*A la Organización el **Buen Samaritano**, por ser arte del sujeto de estudio de la presente tesis, a todos y cada uno los miembros del comité ejecutivo y de más socios de la misma, por todo el apoyo y colaboración brindada en el tiempo que se trabajó recabando información, la amistad que se formó durante este tiempo.*

Y a los productores convencionales de café del municipio de Siltepec, Chiapas gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Problemática	3
1.2 Antecedentes	4
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivo general	6
1.5 Objetivos específicos	6
1.6 Supuestos del trabajo	7
1.7 Método	8
II. ANTECEDENTES DEL CAFÉ	10
2.1.1 Origen e historia del café.....	10
2.1.2 Variedades cultivadas en México.....	15
2.2 La cafecultura internacional	16
2.2.1 Países productores de café en el mundo	17
2.3 EL MERCADO DE CAFÉ EN MÉXICO.....	20
2.3.1 Principales estados productores de café en México e ingresos por venta	21
2.3.2 Exportaciones de café en México y los principales Mercados internacionales.....	25
2.4 LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN EL ESTADO DE CHIAPAS	28
2.4.1 Principales municipios del estado de Chiapas productores de Café	29
2.4.2 EL Café en Siltepec Chiapas.....	34
III. MARCO TEÓRICO	38
3.1 ¿Qué es el Comercio Justo?	38
3.2 Antecedentes del modelo de Comercio Justo.....	39
3.3 Comercio Justo y café en México	41
3.4 Introducción del Sistema de comercio justo a través del café en Chiapas.....	43
3.5 Los principios del Comercio justo	44
3.6 Actores del comercio justo	45
IV. CONTEXTO.....	48
4.1 Marco regional	48
4.2 Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH)	51
4.3 Organización el buen samaritano	58

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	71
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA.....	80
ANEXOS.....	82

Índice de graficas

Gráfica. 1 Producción de café (Ton) ciclo 2013	22
Gráfica. 2 Países compradores de café en el mundo.....	26
Gráfica. 3. Producción de café distrito Sierra Chiapas.....	36
Gráfica. 4 Producción de café distrito Sierra Chiapas.....	36

Índice de Tablas

Tabla 1. Producción de efectiva y prevista de café (FAO, 2015)	18
Tabla 2. Producción de café en México	22
Tabla 3. Producción de café en el Estado de Chiapas	30
Tabla 4. Cultivos producidos en Siltepec Chiapa	35
Tabla 5. Uso potencial de la tierra	50
Tabla 6. Siembra nueva convencional	65
Tabla 7 organico siembra nueva	66
Tabla 8. Plantación establecida	67
Tabla 9 ingresos	68
Tabla 10. Amortización del Crédito	69

Índice de Imágenes

Imagen 1. Distribución de la producción de café convencional por estado	24
Imagen 2. GCMA. Precio libre a bordo a pie de bodega.....	25
Imagen 3. Exportaciones Mexicanas de café 2013-2014	26
Imagen 4 organizaciones productoras de café incritas al CJ	42
Imagen 5. Siltepec, INEGI, 2008.....	49
Imagen 6. Estructura Organizativa de la FIECH.....	53
Imagen 7. Influencia de la FIECH en -Chiapas.....	56

INTRODUCCIÓN

En la presente tesis describiremos las características del programa de la cafecultura en México, también analizaremos la situación de la comercialización del café e identificando los factores de éxito, retos y oportunidades de los productores de Siltepec, Chiapas que operan bajo el sistema del Comercio Justo; especialmente de los integrantes de la organización El Buen Samaritano con el supuesto que ellos obtienen mayores beneficios financieros, de capacitación y mejor precio en la venta de su café, que a aquellos que trabajan fuera de una organización que no está operando bajo dicho sistema.

En el capítulo dos de la presente tesis mencionaremos la historia del origen del café, sus características organolépticas, su morfología, su clasificación taxonómica, las principales variedades más comunes que existen de café en el mundo y en los estados de México, también mencionaremos la producción del estado de Chiapas y de Siltepec como lugar donde se realizó la presente tesis, esto con la intención de relacionar la importancia de este producto con el Comercio Justo.

En el capítulo tres nombrado como marco teórico hablaremos de los conceptos del comercio justo, sus antecedentes de este nuevo esquema de comercio, la introducción de la misma a México y a las principales organizaciones productoras de café del estado de Chiapas como el caso de la Organización el Buen Samaritano, también se mencionan los principales actores de este nuevo esquema de comercio, su función y los beneficios que obtienen los pequeños productores organizados.

En el cuarto apartado hablaremos un poco de las organizaciones que han adoptado este nuevo esquema de comercio justo en el estado Chiapas como es el caso de la Federación Indígena Ecológica de Chiapas, hablaremos de sus principales logros, retos y oportunidades por operar bajo esta nueva alternativa de comercio, también haremos mención de su creación, misión, visión y sus tantos

logros obtenidos por operar bajo el esquema de comercio justo de la Organización estudio de caso el Buen Samaritano del municipio de Siltepec Chiapas.

En el penúltimo apartado encontraremos los resultados que se obtuvieron al realizar las entrevistas en campo a productores de café miembros de la organización el Buen Samaritano y de los productores convencionales del municipio de Siltepec, también se mencionara la discusión de la relación del comercio justo, de los beneficios, de sus actores y limitaciones con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas en campo.

En su último apartado encontraremos las conclusiones de la presente tesis y las recomendaciones que se plantearon al término la investigación.

Palabras claves: café, orgánico, comercio justo, actores del comercio justo, beneficios y Chiapas.

I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problemática

El comercio justo es un sistema que busca una relación comercial, solidaria y más directa entre pequeños productores y los consumidores, porque este esquema de comercio le brinda más ventajas en la venta de sus productos como son los premios de desarrollo por producir productos orgánicos. Es también una alternativa para aminorar los efectos de la globalización de los mercados, ya que se puede mencionar que las empresas trasnacionales controlan el 70% (Fair Trade Advocac y Newsletter, 2005, p. 30), así las trasnacionales obtienen más beneficios que los pequeños productores. En los países en vías de desarrollo, la apertura comercial ha traído como consecuencias más empobrecimiento de los pequeños productores porque las empresas intermediarias están acaparando el mercado y remunerando al productor con el pago mínimo de su producto, pago que no es suficiente para cubrir sus necesidades de sus familias.

Con respecto a los productores de café de Siltepec, Chiapas y de México el principal problema es la comercialización del café y otros productos, porque nos son remunerados como deberían ser, ya que las familias en su mayoría indígenas no pueden cubrir con sus ingresos de la venta de sus productos los servicios básicos y tener una vida digna.

Para esto se pretende buscar un modelo diferente de desarrollo, impulsando un mercado basado en la justicia, solidaridad y sustentabilidad, con el fin de identificar las áreas de oportunidad y de beneficio para el pequeño productores organizados como es el caso de los productores de café en Siltepec Chiapas, porque el problema no solo es el mercado sino también en los últimos años, las enfermedades del café como es la roya (*hemileia vastatrix*) que afecta la producción teniendo pérdidas de hasta un 50% en la producción.

Ver también si este nuevo modelo de comercio justo, es la alternativa para favorecer el ingreso de las familias cafetaleras y conocer cuáles son algunas limitaciones para adoptar este nuevo esquema de comercio.

1.2 Antecedentes

Debido a que en México el comercio convencional no está beneficiando a las personas más importantes de este eslabón, a los productores. Que son la base más importante para que funcione este esquema. Como es el caso de estudio del municipio de Siltepec, ubicado en la región Sierra del estado de Chiapas, donde los productores en su mayoría se dedican a la producción y comercialización del café, no se beneficia ni él lo mínimo por la venta de sus productos.

Para ellos buscamos como mejor alternativa a optar por este nuevo esquema conocido como el Comercio Justo, que es una alternativa comercial basada en una relación equitativa, transparente, duradera a largo plazo entre grupos de pequeños productores organizados y el comprador, en la cual se paga a los pequeños productores para eliminar en lo posible el intermediarismo existente en el sistema de comercialización convencional para tener mayores beneficios.

Este nuevo esquema de comercio que se pretende adoptar, surge en 1989 cuando un grupo de pequeños productores indígenas se organizaron después que desaparece el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE) ya que se quedan sin los subsidios por parte del gobierno, por lo cual se vieron en la necesidad de apropiarse del proceso productivo para volver a participar en el mercado pero esta vez con cierta autonomía en su proceso ya que ellos tenían que organizarse y ver por sí mismo nuevas alternativas para poder subsistir como cafecultores, con los recursos propio y poder conseguirle un mercado remunerador.

Los beneficios de este nuevo esquema de comercio empieza al año siguiente a su adopción, favoreciendo a diferentes cooperativas de pequeños productores indígenas de Chiapas y Oaxaca, así con forme el tiempo a la fecha, varias

organizaciones de diferentes partes de la república están trabajando con este sistema, ejemplo de ello es Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH) que nace en el año de 1993 por la reflexión, experiencia y el análisis de un grupo de productores.

Consolidándose esta organización legalmente en el año 1996, e incorporándose a su esquema de comercio justo 18 organizaciones regionales, con 3,500 pequeños productores de café certificados en café, miel, artesanía y ecoturismo de las etnias Tzotzil, Tzeltal, Mam, Chuj y Zoques, ubicados en cinco regiones económicas del estado de Chiapas, distribuidos en 26 municipios y 156 comunidades (FIECH, 2005).

Dentro de estas organizaciones incorporadas a la FIECH, se encuentra la Organización estudio de caso de la presente tesis que es la Unión de comunidades Buen Samaritano del municipio de Siltepec Chiapas, quienes trabajan con café orgánico siendo ellos los únicos productores de la región que trabajan con el sistema del Comercio Justo.

1.3 Justificación

Lo que se pretende obtener al final de este trabajo de tesis es conocer los beneficios que han obtenido los productores cafetaleros de la organización el Buen Samaritano por trabajar con el esquema del Comercio Justo, comparar como operan los productores convencionales con el comercio tradicional.

Los principales beneficiados de la organización el Buen Samaritano, por mencionar algunos de ellos; los premios de desarrollo, capacitación técnica, entrega de plantas resistentes a la roya de café, cursos de elaboración de abonos orgánicos (composta y bocachi), gestión y adquisición de créditos para la renovación de cafetales, entre otros beneficios.

Lo que se prevé cambiar con la presente tesis es que los productores convencionales y que operan con en comercio tradicional, opten como mejor alternativa trabajar con el esquema del Comercio Justo, en este caso el incorporarse a la Organización el Buen Samaritano que opera con este nuevo esquema de comercio, por todos los benéficos que pueden obtener al permanecer dentro de ella.

Parte de los beneficios lo verán reflejados en las parcelas demostrativas establecidas en los diferentes barrios del municipio de Siltepec, todo esto con el interés de que los productores convencionales se den cuenta de sí mismos y optar como mejor alternativa por el comercio justo y percibir de los tantos beneficios que se merecen como productores.

Por qué “¡El Comercio Justo funciona! para hombres pobres; funciona para los consumidores. Funciona como modelo de negocio, funciona para un desarrollo sostenible; funciona para el medioambiente; ¡y funciona como idea!” (Fair Trade Advocac y Newsletter, 2005).

1.4 Objetivo general

Analizar las características de los cafeticultores de Siltepec, Chiapas que operan bajo el sistema del Comercio Justo; especialmente de los integrantes de la organización El Buen Samaritano.

1.5 Objetivos específicos

- Describir el panorama general de la cafecultura en México y de los esquemas de comercio justo.

- Analizar la situación de la comercialización de café en la región de Siltepec, Chiapas y comparar los beneficios en productores orgánicos y convencionales.
- Identificar los factores de éxito, retos y oportunidades que coadyuven a consolidar la estrategia de Comercio Justo en la organización El Buen Samaritano.
- Conocer las limitaciones de los productores convencionales para operar en este nuevo esquema de comercio.

1.6 Supuestos del trabajo

Los productores de Siltepec, Chiapas que forman parte y operan en la Organización El Buen Samaritano obtienen mayores beneficios financieros, de capacitación y mejor precio en la venta de su café, que a aquellos que trabajan fuera de una organización que no está opera bajo dicho sistema.

¿Es el comercio justo la mejor alternativa para favorecer el ingreso de las familias cafetaleras?

¿Qué favorece que los productores se incorporen a los esquemas de comercio justo?

¿Cuáles son las limitaciones de los productores convencionales para operar con el esquema del Comercio Justo?

1.7 Método

El método de investigación que emplearemos en la presente tesis, es el método cualitativo con la categoría de un análisis comparativo de los productores orgánicos y convencionales en Siltepec, Chiapas esto para permitir conocer ciertas características en ambos grupos de productores por mencionar los beneficios que obtienen al trabajar en diferentes esquemas de comercio. También se realizara un estudio documental bibliográfica del Comercio Justo seguido de un estudio exploratorio, utilizando como instrumento de campo las entrevistas para la interpretación de los datos.

He decidido utilizar este método comparativo para conocer los diferentes beneficios en ambos grupos de productores, además de ser el más ideal para la recolección de la información necesaria para hacer la comparación de ambos grupos de productores.

La población considerada para la aplicación de entrevistas fue estratégicamente en el Barrio Escobillas de Siltepec, Chiapas, por ser unos de los barrios donde menos presencia tiene la Organización el Buen Samaritano (Comercio Justo).

La muestra para la aplicación del instrumento de investigación fue en toda la comunidad del Barrio Escobilla.

El instrumento de investigación aplicado fue una entrevista, ya que de esta forma podemos obtener mayor información de la comercialización de su producto (café), también de los beneficios que obtienen al operar en los dos tipos de comercios existentes, conocer las limitaciones que tienen algunos productores para operar en el esquema de comercio justo y ver si el esquema de comercio que ellos tienen los beneficia o los afecta en los aspectos, económicos y organizativos.

Para desarrollar la metodología de la investigación se emplea un enfoque cualitativo, con el propósito de elaborar un estudio descriptivo. Lo anterior, a través de entrevistas a profundidad y encuestas realizadas a productores socios de la Organización El Buen Samaritano y a productores convencionales de café del barrio Escobillal de Siltepec, para diagnosticar el proceso de venta de su producto y los beneficios que le otorgan a los productores por la venta del café.

Investigación documental de la cafecultura en México, y del municipio de Siltepec Chiapas (Organización el Buen Samaritano), como fuente secundaria de dicha investigación.

II. ANTECEDENTES DEL CAFÉ

2.1.1 Origen e historia del café

“Desde el año 575 D.C. hasta nuestros días, la historia del café resulta apasionante. El café es originario de Etiopía, antiguamente Abisinia, y más concretamente de la región de Kaffa de ahí posiblemente tomo su nombre el café. Cuenta una leyenda que allá por el siglo VII, un pastor llamado Kaldi se dio cuenta del extraño comportamiento de cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban sus saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. Entonces Kaldi decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía. Ante esta reacción llevó algunos frutos y ramas de ese arbusto a un monasterio para cocinarlos; el resultado fue una bebida muy amarga que él tiró de inmediato al fuego. Su sorpresa fue cuando produjeron una deliciosa aroma que hiciera que pensara en hacer una bebida basada en el café tostado” (FERRE, 1999, p.65).

Allí, el pastor descubrió después de numerosas pruebas que con las semillas de estas plantas, una vez tostadas y trituradas, se obtenía una agradable bebida que le ayudaba en las largas noches de vigilia. La nueva bebida adquirió gran popularidad y se fue extendiendo por todos los monasterios. Más adelante, el CAFETO (que así se llama el árbol que produce el café) fue llevado a Arabia, convirtiéndose en una de las bebidas más populares entre los peregrinos que se dirigían a la Meca. Del continente africano el cafeto se extendió hacia América Central y del Sur (FERRE, 1999, p.66).

FIERREA (1999, p.66) cita que principios del siglo XVIII Arabia suministraba a Europa todo el café que está consumía. Los europeos trataron de cultivarlo a partir de semillas secas, pero dado su fracaso, lo cultivaron en sus colonias. Sin duda la

"Tierra Prometida" del café estaba al otro lado del Atlántico. Hasta inicios del siglo XVII el café fue un artículo de importación en el nuevo mundo. Así surgieron plantaciones en países de clima propicio como Haití, Santo Domingo, Jamaica, Brasil, Colombia, Bolivia, Puerto Rico, Costa Rica, Venezuela, El Salvador y por supuesto México.

En México el café aparece hace dos siglos, hacia el año de 1870 y se incorpora poco a poco a las ya existentes bebidas calientes; el atole y el chocolate. Durante el Porfiriato creció la cafecultura inducida por grandes empresas transnacionales (Alemanas) en grandes fincas especializadas y a partir de 1940 pasó de ser una actividad de grandes plantaciones a pequeñas parcelas de campesinos e indígenas (Arellano, 2000, p 1).

Características organolépticas del café

“Son las cualidades de la bebida del café, son evaluadas por expertos llamados catadores que califican la bebida a través de los sentidos del gusto y del olfato, utilizando la evaluación sensorial, realiza empleando café tostado y molido buscando aroma, sabor y cuerpo” (Becker y Freytag, 1992, p. 12).

“Aroma: Es una propiedad organoléptica que describe la impresión olfativa general de las sustancias volátiles de un café. Esta cualidad se relaciona con la fragancia que desprende la bebida. Un aroma delicadamente fino, fragante y penetrante es la manifestación de un buen café.

Sabor: Es una propiedad organoléptica de la bebida, que describe la combinación compleja de los atributos gustativos y olfativos percibidos en la bebida. Es una sensación propia del café que se percibe en la boca. Cuando se cosechan los frutos en estado inmaduro o verde, se aprecia una distorsión del sabor característico. La sobre maduración de los frutos y los defectos en el proceso de secamiento y almacenamiento producen un sabor desagradable de la bebida.

Cuerpo: Es una propiedad organoléptica que está determinada por la naturaleza y el contenido de sólidos solubles de la infusión. La caracterización del cuerpo es el resultado de la combinación de varias percepciones captadas durante la evaluación sensorial, como la sensación de plenitud y consistencia” (Becker y Freytag, 1992, p.13).

Morfología del café

Becker y Freytag (1992) mencionan que la especie de café más extensamente cultivada en el mundo es el (*Coffea arábica L.*), aunque los cafetos de la especie arábica generalmente se clasifican como arbustos en otras especies éstos pueden denominarse árboles. Los arbustos y árboles de café son del tipo perenne, leñoso y de un tallo resistente cubierto de corcho.

“Tallo: El arbusto de café está compuesto generalmente de un solo tallo o eje central. El tallo exhibe dos tipos de crecimiento. Uno que hace crecer al arbusto verticalmente y otro en forma horizontal o lateral. El crecimiento vertical es originado por una zona de crecimiento activo o plúmula en el ápice de la planta que va alargando a ésta durante toda su vida, formando el tallo central, nudos y entrenudos. En los primeros 9 a 11 nudos de una planta joven sólo brotan hojas. De ahí en adelante ésta comienza a emitir ramas laterales” (Becker y Freytag, 1992, p.14)

“Ramas: Las ramas laterales primarias se originan de yemas en las axilas de las hojas en el tallo central. Estas ramas se alargan continuamente y son producidas a medida que el eje central se alarga y madura. El crecimiento de éstas y la emisión de nuevas laterales en forma opuesta y decusada van dando lugar a una planta de forma cónica” (Becker y Freytag, 1992, p.15)

“Raíces: Al igual que en el tallo en el sistema radical hay un eje central o raíz pivotante que crece y se desarrolla en forma cónica. Esta puede alcanzar hasta un metro de profundidad si las condiciones del suelo lo permiten. De la raíz pivotante salen dos tipos de raíces: unas fuertes y vigorosas que crecen en sentido lateral y

que ayudan en el anclaje del arbusto y otras que salen de éstas de carácter secundario y terciario. Normalmente éstas se conocen como raicillas o pelos absorbentes” (Becker y Freytag, 1992, p.16).

“Hojas: Las hojas aparecen en las ramas laterales en un mismo plano y en posición opuesta. Tiene un pecíolo corto, plano en la parte superior y convexo en la inferior. La lámina es de textura fina, fuerte y ondulada. Su forma varía de ovalada (elíptica) a lanceolada. El haz de la hoja es de color verde brillante y verde claro mate en el envés. En la parte superior de la hoja las venas son hundidas y prominentes en la cara inferior. Su tamaño puede variar de 3 a 6 pulgadas de largo” (Becker y Freytag, 1992, p.17).

“Inflorescencia: Las flores son pequeñas, de color blanco y de olor fragante. Los cinco pétalos de la corola se unen formando un tubo. El número de pétalos puede variar de 4 a 9 dependiendo de la especie y la variedad. El cáliz está dividido en 4 a 5 sépalos. Las yemas florales aparecen generalmente a los dos o tres años dependiendo de la variedad. Nacen en las axilas de las hojas en las ramas laterales. Estas yemas tienen la capacidad de evolucionar en ramificaciones. La florecida no alcanza su plenitud hasta el cuarto o quinto año” (Becker y Freytag, 1992, p.18).

“Fruto: Es una drupa. Es de forma ovalada o elipsoidal ligeramente aplanada. Contiene normalmente dos semillas plano convexas separadas por el tabique (surco) interno del ovario. Pueden presentarse tres semillas o más en casos de ovarios pluricelulares. A causa del aborto de un óvulo se puede originar un fruto de una sola semilla (caracolillo). El fruto es de color verde al principio, luego se torna amarillo y finalmente rojo aunque algunas variedades maduran color amarillo.

El tiempo que transcurre desde la floración hasta la maduración del grano varía según la especie.

Las partes de la fruta desde el exterior al interior son:

- **Epicarpio** (cutícula, cáscara, pulpa): De color rojo o amarillo en su madurez, jugoso y envuelve todas las demás partes del fruto.
- **Mesocarpio** (mucílago, baba): De consistencia gelatinosa y color cremoso.
- **Endocarpio** (pergamino, cascarilla): Cubierta corácea de color crema a marrón que envuelve la semilla.
- **Espermoderma** (película plateada): Envuelve la semilla (integumento seminal).
- **Endospermo**: La semilla propiamente constituida Embrión - localizado en la superficie convexa de la semilla y representado por un hipócotilo y dos cotiledones” (Becker y Freytag, 1992, p.20-21).

Clasificación taxonómica

“El café pertenece a la familia de las Rubiaces y al Coffe. Existen numerosas especies de café y diferentes variedades de cada especie, las especies más importantes comercialmente pertenecen al género Coffe, son conocidos como Coffea Arábica Lineo (arábica) y conephora PierreEx Froehner (Robusta)” (ARÉVALO, 2000, p.5).

“Reino----- Plantea

Tipo----- Espermatofitas

Sub-tipo----- Angiospermas

Clase----- Dicotiledóneas

Sub-clase----- Gamopétalas inferiorvariadas

Orden----- Rubiales

Familia----- Rubiáceas

Género----- Coffea

Sub-género----- Eucoffea

Especies ----- arábica, canephora, liberica

Nombre Común: Café, cafeto.

Nombre Científico: *Coffea arábica*” (ARÉVALO, 2000, p.6-7).

2.1.2 Variedades cultivadas en México

“En México se cultiva principalmente el café de la especie Arábica, y en menor medida la Robusta, que va dirigido casi exclusivamente al sector de los cafés solubles” (AMECAFE, 2012, p.2).

Actualmente se contabilizan cerca de 120 variedades del café Arábica, pero podemos destacar las siguientes como las más importantes:

“Criollo: También conocida como Typica. Descendiente de la variedad original de África, es la que mejor se adaptó al terreno mexicano, y por fortuna, pues es una de las mejores variedades. Cafeto de porte alto que otorga en la taza un sabor excelente. De producción baja, no muy resistente a los vientos fuertes, siendo su mejor entorno el cosecharlo bajo sombra.

Bourbón: Cafeto de porte alto, proveniente de la isla Reunión, antes llamada Bourbón. Variedad muy apreciada por ser más resistente a los vientos, adaptable a cualquier altura, y mayor producción que la Criolla. Su producción más fuerte proviene de Chiapas, quienes la trajeron de Guatemala.

Caturra: Cafeto de porte bajo, originario del Brasil, obtenido probablemente por la mutación ocurrida en plantas de Bourbón. Ofrece buen rendimiento bajo manejo y en

condiciones agroecológicas adecuadas. Sabor agradable, de una calidad ligeramente inferior a la Criolla.

Catimor: Cruce de Caturra con el híbrido de Timor, de porte bajo y resistente a la roya del cafeto. Mayor rendimiento y más productivo.

Maragogipe: Cafeto de porte alto con granos grandes. Mutación del grano Typica o Criolla. De poca producción e irregular, muy sensible a las sequías.

Mundo Novo: Árbol de porte alto, muy vigoroso y productivo, originario del Brasil. Resulta de un cruce natural entre Bourbon y la Typica Sumatra.

Robusta: Cafeto de Coffea Canéphora que produce un café de sabor fuerte por su mayor contenido de cafeína” (Anzueto, ANACAFE, 2013, p.4-5).

2.2 La cafecultura internacional

Antecedentes de la cafecultura a nivel internacional

“Según los historiadores, el café se descubrió en el año 575 D.C. en la provincia de Kaffa en Abisinia hoy Etiopía situada al Este de África. Los primeros registros de compra y venta de café proceden de Venecia en 1645, es a partir de entonces que el café se convierte en una bebida muy importante en la vida diaria de los pueblos de occidente. Hacia 1714, se introdujeron las primeras semillas a América en el lugar que hoy se llama Surinam, posteriormente en 1723, se introdujo en Brasil de donde en el siglo XVIII se extendió al resto del continente” (Monroy, 2004, p.11).

“Actualmente es un grano agrícola que se comercializa mundialmente con un valor importante. Es necesario mencionar que la cafecultura se caracteriza por ser una actividad de grandes variaciones, ya que en el precio se muestran altibajos en su

comercialización convencional, dejando a los productores con bajos y en ocasiones con ningún ingreso” (Monroy, 2004, p.13).

“Estudios realizados mencionan que el café es uno de los principales productos genéricos que se comercializan en el mercado mundial, cuya producción se realiza por lo regular en las zonas tropicales. Actualmente más de 80 países lo cultivan en sus diferentes tipos, de los cuales poco más de 50 países lo exportan. Por el valor que representa, el café es uno de los principales productos agrícolas, con un peso importante en el comercio mundial, llegando a generar ingresos anuales superiores a los 15 mil millones de dólares para los países exportadores y dando ocupación directa e indirecta a poco más de 20 millones de personas dedicadas al cultivo, transformación, procesamiento y comercialización del producto en todo el mundo” (CEFP de la H. Cámara de Diputados, 2001, p.7).

2.2.1 Países productores de café en el mundo

“Con toda probabilidad, América Latina y el Caribe seguiría siendo la principal región productora de café en el mundo, aunque la tasa de crecimiento anual de la región pasará, según las proyecciones, del 1,7 por ciento del decenio anterior al 0,4 por ciento anual durante el período de la proyección. Su producción debería ser de 4 millones de toneladas (67 millones de sacos) en 2016, frente a 4,2 millones de toneladas (70 millones de sacos) en 1998-2000” (FAO, 2015, p.2).

“En América Central, se prevé que en 2016 la producción de México alcanzará las 100 000 toneladas (3 millones de sacos), más o menos como en el período base. En Guatemala, con una tasa anual de crecimiento prevista en 1,7 por ciento, en 2016 la producción sería de 348 000 toneladas (6 millones de sacos). En lo que se refiere a El Salvador, la tasa de crecimiento anual de 3,9 por ciento se traducirá con toda probabilidad en una producción de 165 000 toneladas (3 millones de sacos) en 2015, mientras que Costa Rica debería experimentar un aumento del 4,2 por ciento, que llevaría su producción a 194 000 toneladas (3 millones de sacos)” (FAO, 2015, p.3).

A continuación se MENCIONAN los países productores de café según la FAO (2015):

Tabla 1. Producción de efectiva y prevista de café (FAO, 2015)

	EFECTIVA		PREVISTA	TASAS DE CRECIMIENTO	
	Promedio	Promedio	2016	1988-90/ 1998-2016	1998-2016/ 2016
	1988-1990	1998-2016		1998-2016	2016
	<i>miles de toneladas</i>			<i>por ciento anual</i>	
MUNDO	5 559	6 688	7 033	1,9	0,5
EN DESARROLLO	5 559	6 688	7 033	1,9	0,5
ÁFRICA	1 139	961	1 114	-1,7	1,5
Camerún	112	99	124	-1,2	2,2
Côte d'Ivoire	232	149	217	-4,3	3,8
Etiopía	181	177	207	-0,2	1,6
Kenya	89	79	88	-1,2	1,1
Uganda	143	207	222	3,8	0,7
Otros	383	251	257	-4,1	0,2
ASIA	778	1 413	1 732	6,1	2,1
India	153	300	409	7,0	3,1

Indonesia	422	554	654	2,8	1,7
Filipinas	70	43	48	-4,9	1,3
Tailandia	60	55	59	-0,9	0,7
Viet Nam	69	459	561	20,9	2,0
Otros	5	2	1	-8,3	-5,9
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	3 577	4 215	4 037	1,7	-0,4
Brasil	1 496	2 103	1 339	3,5	-4,4
Colombia	754	699	747	-0,8	0,7
Costa Rica	145	128	194	-1,2	4,2
El Salvador	135	112	165	-1,9	3,9
Guatemala	195	293	348	4,2	1,7
México	315	276	273	-1,3	-0,1
Otros	538	604	970	1,2	4,8
OCEANÍA	65	100	150	4,4	4,2
Papua Nueva Guinea	65	100	150	4,4	4,2

Fuente: FAO, 2015. Perspectivas a plazo medio de los productos básicos agrícolas (café)

2.3 EL MERCADO DE CAFÉ EN MÉXICO

Características generales de la cafeticultura mexicana

Para México, el café representa una actividad estratégica; “emplea a más de 500 mil productores, en cerca de 690 mil hectáreas de 14 entidades federativas y 391 municipios; involucra exportaciones por 897 millones de dólares/año y es el principal productor de café orgánico del mundo, destinando a esta el 10% de la superficie; además, vincula directa e indirectamente a cerca de 3 millones de personas y genera un valor en el mercado de alrededor de 20 mil millones de pesos por año” (SAGARPA, 2012, p.1).

La cafeticultura en México se considera una “actividad estratégica fundamental en el sector agrícola que permite la integración de cadenas productivas, la generación de divisas y empleos, la subsistencia de muchos pequeños productores y alrededor de 30 grupos indígenas y recientemente es de enorme relevancia ecológica, ya que más del 90% de la superficie cultivada con café se encuentra bajo el sistema de sombra diversificada, que contribuye a la conservación de la biodiversidad y, al mismo tiempo, provee de servicios ambientales a la sociedad” (García, 2008, p.93).

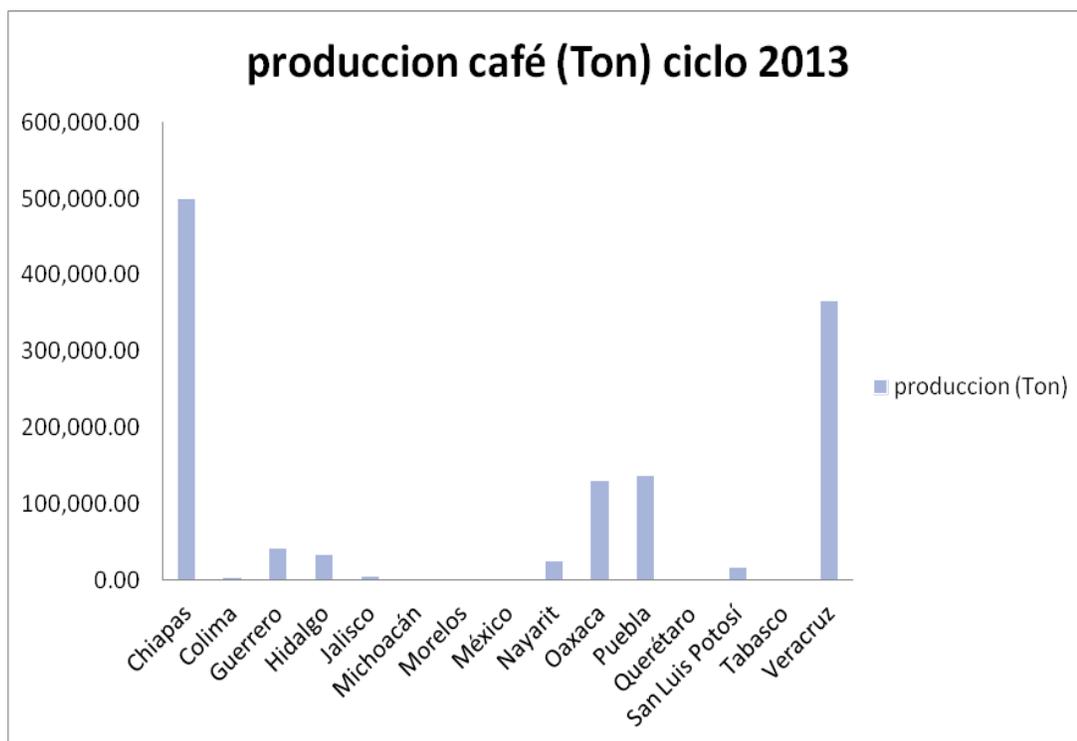
Podemos decir que también es una actividad de “gran relevancia la población indígena y campesina que habita en las áreas montañosas del centro y sureste de México debido a que la producción y venta de este grano ha permitido obtener históricamente ingresos económicos para la subsistencia de este segmento de la sociedad. Además por las características del manejo de los cafetales en nuestro país, el café ha sido también un cultivo que ofrece una gama importante de servicios ambientales como son: la captura de agua, la conservación del suelo, la captura de carbono, así como la conservación y protección de diversos grupos de plantas y aves principalmente” (García, 2008, p. 94).

“En México se han identificado a nivel nacional cuatro vertientes geográficas donde se cultiva el café, las cuales son: Vertiente del Golfo, Vertiente del Océano Pacífico, Región Centro-Norte de Chiapas y Región Soconusco, tales se ubican a una altitud que va de 300 a 1 800 msnm” (Moguel y Toledo, 1999). La superficie dedicada al café en el país 750 mil hectáreas que lo cultivas 479,116 productores de este grano, la mayor parte de la producción se concentra en el estado de Chiapas y Oaxaca, por lo regular son minifundistas (Aranda, J. 2004, p.3).

2.3.1 Principales estados productores de café en México e ingresos por venta

En México las principales Entidades Federativas productoras de café son; “Chiapas, Colima, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Morelos, México, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco Y Veracruz” (SAGARPA 2013, p .3).

Gráfica. 1 Producción de café (Ton) ciclo 2013



Fuente: SIAP, SAGARPA 2013

Tabla 2. Producción de café en México

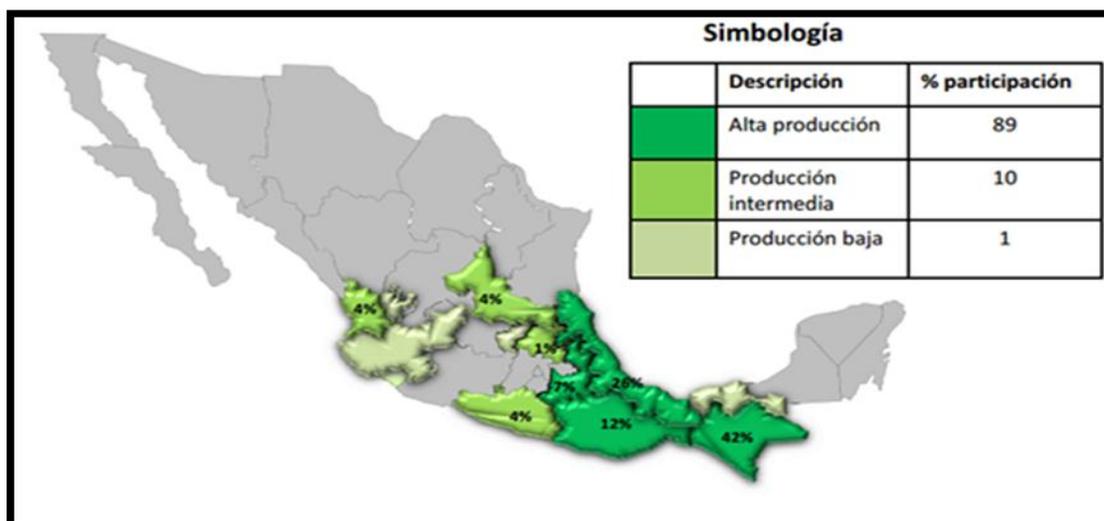
Ubicación	Sup. Sembrada	Sup. Cosechada	Producción	Rendimiento	PMR	Valor Producción
	(Ha)	(Ha)	(Ton)	(Ton/Ha)	(\$/Ton)	(Miles de Pesos)
Chiapas	259,315.74	253,752.79	499,105.16	1.97	5,026.29	2,508,647.98
Colima	2,378.00	2,378.00	2,448.00	1.03	5,331.54	13,051.60
Guerrero	47,190.50	47,160.50	41,784.20	0.89	6,799.37	284,106.31

Hidalgo	25,821.00	25,172.00	33,992.49	1.35	4,332.32	147,266.35
Jalisco	3,835.00	3,835.00	5,450.74	1.42	5,536.11	30,175.87
Michoacán	13	13	51.35	3.95	4,569.23	234.63
Morelos	78.5	78.5	169.15	2.15	4,198.40	710.16
México	479.04	464.04	424.03	0.91	4,918.15	2,085.44
Nayarit	17,678.06	17,678.06	25,357.91	1.43	5,091.64	129,113.24
Oaxaca	142,766.07	138,236.08	129,756.01	0.94	3,713.18	481,807.71
Puebla	72,174.85	54,205.85	136,864.84	2.52	4,715.21	645,346.68
Querétaro	270	270	243	0.9	8,500.00	2,065.50
San Luis Potosí	17,153.50	16,564.00	16,246.90	0.98	1,216.76	19,768.58
Tabasco	1,040.16	1,040.16	755.59	0.73	6,180.11	4,669.63
Veracruz	147,384.41	139,268.81	365,333.44	2.62	4,903.09	1,791,264.28
	737,577.83	700,116.79	1,257,982.81	1.8	4,817.49	6,060,313.97

Fuente SIAP- SAGARPA, 2013. Producción agrícola ciclo y perenes 2013

Los principales estados productores son; Chiapas el principal productor con un 40%, seguido de Veracruz con el 29%, Puebla 11% y Oaxaca con el 10%.

Imagen 1. Distribución de la producción de café convencional por estado



Fuente SIAP- SAGARPA, 2013. Producción agrícola ciclo y perenes 2013

“Desde el 2011 el precio internacional del café comenzó a descender paulatinamente, como resultado de la abundante oferta mundial y la menor demanda en los centros consumidores debido a los efectos de la crisis financiera internacional, lo que no tardó en reflejarse en el país y por los problemas que ocasiono la roya del café. A enero 2014 el precio nacional mostró una caída de 40% respecto a enero 2011. Se espera que esta situación se revierta en los próximos meses, de presentarse condiciones climáticas desfavorables en los principales países productores, como Brasil, y debido a las afectaciones de la roya en México y Centroamérica” (Financiera Nacional de Desarrollo, 2014, p.5).

Imagen 2. GCMA. Precio libre a bordo a pie de bodega

**Precio Promedio Nacional del Café en México
(\$/Tonelada)**

	Café pergamino	Café oro natural	Café oro lavado
2011	42,665.5	37,201.7	50,611.4
2012	28,085.8	23,598.3	34,245.7
1T 2013	22,001.5	18,996.2	27,145.4
2T 2013	21,118.5	18,569.2	26,204.6
3T 2013	19,850.0	16,500.0	24,923.8
4T 2013	18,729.2	15,595.4	23,688.6
2013	20,424.8	17,415.2	25,490.6
1T 2014	26,850.8	22,105.4	34,128.1

Fuente: GCMA. Precio libre a bordo a pie de bodega

2.3.2 Exportaciones de café en México y los principales Mercados internacionales

“Durante el mes de Agosto del año 2014, las exportaciones mexicanas de café amparadas por los Certificados de Origen emitidos por AMECAFE, sumaron un total 162,473.77 Sacos de 60 Kg., en su Equivalente a Café Verde (ECV).

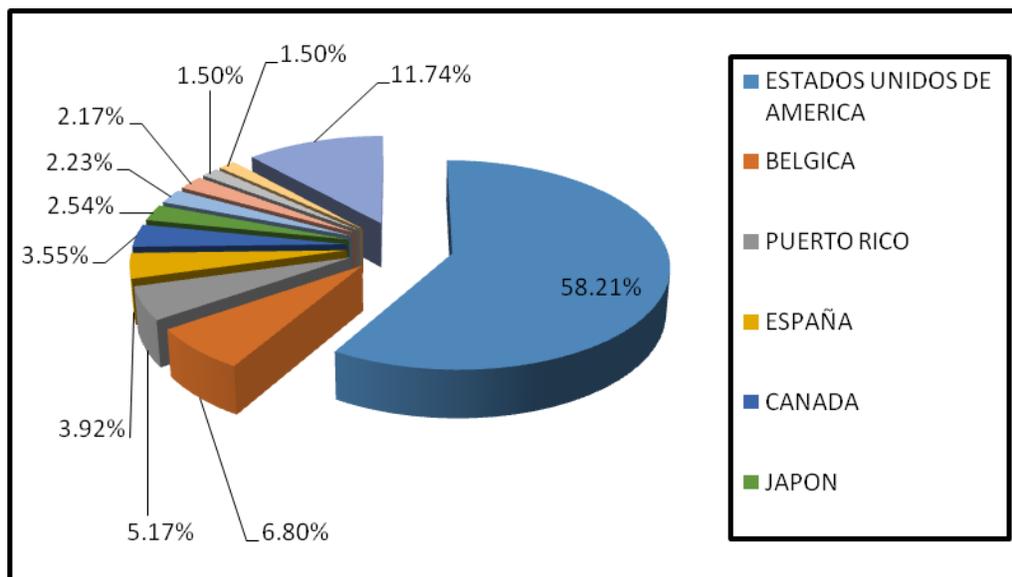
En lo que se refiere al valor comercial de Agosto del 2014, se obtuvo un total de 38,892.48miles de dólares estadounidenses.

Para dicho periodo, se emitieron 785 operaciones de comercio exterior efectuadas desde México por 44 exportadores para hacer llegar el aromático nacional a 37 países de los cinco continentes.

El 1.21% del café exportado fue compuesto por café Tostado y/o molido, el 46.30% se envió al mercado internacional como industrializado; en tanto que el 52.49% restante se exportó como café verde.

Los principales países compadres de café Mexicano en el mundo son los que se muestran en la siguiente cuadro. Siendo Estados Unidos de América el principal consumidor seguido de Bélgica y Puerto Rico” (AMECAFE 2014, 16-17).

Gráfica. 2 Países compradores de café en el mundo



Fuente: AMECAFE- Exportaciones, Agosto, 2014

Algunos de los precios y volumen de producción de café del año 2013 a Septiembre 2014 se muestran en la siguiente imagen.

Imagen 3. Exportaciones Mexicanas de café 2013-2014

Exportaciones Mexicanas de Café Verde

MES	CICLO 2012/2013			CICLO 2013/2014		
	VOLUMEN <i>(Sacos 60 kg)</i>	VALOR <i>(Miles de USD)</i>	VALOR <i>(Miles de pesos)</i>	VOLUMEN <i>(Sacos 60 kg)</i>	VALOR <i>(Miles de USD)</i>	VALOR <i>(Miles de pesos)</i>
OCTUBRE	232,995.00	52,519.86	676,849.82	168,337.75	26,408.64	343,198.23
NOVIEMBRE	241,941.98	52,786.17	692,105.05	130,386.36	20,831.49	272,154.19
DICIEMBRE	201,357.11	43,619.43	560,251.04	159,645.05	28,408.29	369,313.19
ENERO	237,616.54	45,714.23	561,091.48	208,940.81	35,839.85	474,122.60
FEBRERO	365,329.27	69,990.71	890,154.32	214,111.44	34,643.94	460,300.17
MARZO	344,905.80	67,764.30	845,899.56	242,568.10	48,895.99	645,439.14
ABRIL	387,867.30	81,889.86	972,844.16	268,120.07	57,822.89	755,937.92
MAYO	316,640.83	66,576.19	760,147.83	252,702.77	57,971.05	749,067.59
JUNIO	334,898.64	65,397.49	848,328.44	233,196.18	56,280.32	731,403.99
JULIO	280,710.56	55,470.49	700,647.73	247,077.48	61,305.21	795,492.14
AGOSTO	231,208.51	45,723.99	588,892.23	162,473.77	38,892.48	510,908.54
SUBTOTAL	3,175,471.55	647,452.71	8,097,211.65	2,287,559.78	467,300.14	6,107,337.69
SEPTIEMBRE	198,248.13	37,122.75	484,199.62			
TOTAL	3,373,719.68	684,575.46	8,581,411.27	2,287,559.78	467,300.14	6,107,337.69

Fuente: AMECAFE- Exportaciones, Agosto, 2014

Lo que se aprecia en esta imagen son las diferencias en producción, debido a que los cafetales aun no sea recuperado al 100% de las plagas que dañaron el ciclo anterior por presencia de la Roya de café, que afecto en su mayoría a todas la parcelas del estado de Chiapas., lo que mencionan algunos productores y en este caso los Técnicos de la Organización Buen Samaritano que llevara de 3 a 4 años para que las nuevas plantaciones regularicen la producción si no se infectan con el hongo, porque la última alternativa es renovar los cafetales con variedades resistentes a la roya.

2.4 LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN EL ESTADO DE CHIAPAS

Antecedentes del café en Chiapas

Chiapas es un estado con una gran tradición en el cultivo y la comercialización del café. “Esta rubiácea africana de aromático grano fue introducida por primera vez a territorio chiapaneco a la población de Tuxtla Chico en las cercanías con la frontera sur en 1847, proveniente de Guatemala. Desde entonces, el café ha encontrado en Chiapas las mejores condiciones de clima y suelo para su crecimiento y producción, y lo más importante, se ha encontrado con generaciones de personas que lo han cultivado con fervor, a tal grado que en la actualidad, después de 167 años, es un cultivo insustituible en las regiones montañosas” (Barrera, Ecosur, 2000, p.1).

“De acuerdo con el Consejo Mexicano del Café, de los 14 estados productores, Chiapas ocupa un honroso primer lugar nacional. La variedad de café que más se produce en el estado (y en México) es la denominada “arábica” (*Coffea arábica*), la cual se cultiva casi en su totalidad en pendientes escarpadas, bajo árboles de sombra y con un uso muy limitado de agroquímicos, características que lo hacen un cultivo ambientalmente verde por excelencia. También tenemos el café “robusta” (*Coffea canephora*), que es la otra especie que se produce comercialmente en el mundo y se usa sobre todo en la industria de los cafés solubles. La mayor parte de los productores son ejidatarios (muchos de ellos pertenecientes a etnias indígenas) que siembran el café en superficies menores a las dos hectáreas, lo cual refleja que se trata de un cultivo preponderantemente de interés social” (Barrera, Ecosur, 2000, p.2).

Es importante destacar que la calidad del café de Chiapas se debe en parte al escenario económico y social dentro del cual se ha venido desarrollado. Desde hace años grupos organizados trabajan con productores de café a través de cooperativas que han encontrado un modelo de comercialización y desarrollo, permitiéndoles de alguna manera encontrar soluciones a las recurrentes crisis del sector.

Cabe mencionar que aunque ha habido periodos de estabilización para este producto, su precio no ha dejado de bajar desde 1999. (AKAKI Y HUACUJA, 2006, p.4)

“Después que desaparece el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), ante esto los productores tuvieron que organizarse y mejorar su calidad de café para poder tener precios altos, fue en la década de los ochenta, donde empezaron a contactarse a redes más extensas como fue la Confederación Nacional de Organizaciones cafetaleras (CNOOC), fue aquí como se empezaron abrir las puertas para el comercio justo en algunas zonas rurales en México” (García, 2008, p.94)

García (2008) menciona que años más tarde entra Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) una cooperativa de Chiapas quien empieza a comparar café orgánico, con los beneficios del comercio justo y en 1992, nace la Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH), por los problemas que se tenía de asistencia técnica, baja calidad y rendimientos del producto, bajos precios de venta por falta de conocimientos del mercado, entre otros. A la cual se le fueron adhiriendo con el tiempo organizaciones de diferentes regiones del estado de Chiapas.

2.4.1 Principales municipios del estado de Chiapas productores de Café

“Chiapas cuenta con 122 municipios de los cuales 84 de ellos producen café siendo más del 68% de la superficie estatal dedicada a esta actividad agrícola, algunos números que reflejan la importancia de este cultivo en el estado es el valor en producción de \$2, 508, 647,980 al año en promedio, que en su mayoría esto representa el 90% de los ingresos anuales de los pequeños productores” (SIAP-SAGARPA, 2014, p.3-5).

Tabla 3. Producción de café en el Estado de Chiapas

Municipio		Sup. Sembrada	Sup. Cosechada	Producción	Rendimiento	PMR	Valor Producción
		(Ha)	(Ha)	(Ton)	(Ton/Ha)	(\$/Ton)	(Miles de Pesos)
1	Acacoyagua	2,726.00	2,726.00	5,190.00	1.9	2,800.00	14,532.00
2	Acapetahua	21	21	39	1.86	2,988.46	116.55
3	Aldama	422	412	1,108.28	2.69	5,509.17	6,105.70
4	Altamirano	2,097.00	2,089.00	5,619.41	2.69	5,413.18	30,418.88
5	Amatenango de La Frontera	6,328.00	5,996.00	23,356.84	3.9	4,664.97	108,958.87
6	Amatán	2,519.00	2,489.00	3,609.05	1.45	5,000.00	18,045.25
7	Angel Albino Corzo	7,445.00	7,388.00	22,519.02	3.05	6,572.76	148,012.11
8	Bejucal de Ocampo	54	31	115.32	3.72	4,620.00	532.78
9	Bella Vista	4720.4	4315.4	14,745.35	3.42	4,674.70	68,930.12
10	Berriozábal	362.00	362.00	670.42	1.85	4,350.00	2,916.33
11	Bochil	265.00	265.00	556.50	2.1	4,900.00	2,726.85
12	Cacahoatán	7,240.00	7,240.00	10,900.00	1.51	3,912.84	42,649.96
13	Chalchihuitán	1,767.00	1,763.00	4,742.47	2.69	5,504.51	26,104.97
14	Chapultenango	656	643	803.75	1.25	5,000.00	4018.75
15	Chenalhó	3970	3957	11,146.87	2.82	5,593.87	62,354.14

16	Chiapa de Corzo	49.50	49.50	88.61	1.79	4,350.00	385.45
17	Chicomuselo	3,220.00	3,220.00	1,932.00	0.6	4,000.00	7,728.00
18	Chilón	13,278.00	13,272.50	16,192.45	1.22	5,924.32	95,929.26
19	Cintalapa	421.00	421.00	762.85	1.81	4,350.00	3,318.40
20	Coapilla	370	370	614.2	1.66	4,300.00	2641.06
21	Copainalá	1637	1637	2,638.84	1.61	4,300.00	11,347.01
22	El Bosque	5,500.00	5,464.00	11,474.40	2.1	5,100.00	58,519.44
23	El Porvenir	140.00	128.00	480.37	3.75	4,852.49	2,330.99
24	Escuintla	10,769.00	10,769.00	11,914.90	1.11	2,815.81	33,550.09
25	Francisco León	45.00	45.00	54.00	1.2	4,800.00	259.20
26	Frontera Comalapa	1151	1151	690.6	0.6	4,000.00	2762.4
27	Huehuetán	2870	2870	4,305.00	1.5	3,869.98	16,660.26
28	Huitiupán	2,000.00	1,967.00	4,229.05	2.15	5,100.00	21,568.16
29	Huixtla	5,125.50	4,638.30	7,800.00	1.68	4,258.95	33,219.80
30	Ixhuatán	1,162.00	1,143.00	1,257.30	1.1	4,950.00	6,223.64
31	Ixtacomitán	125.00	125.00	120.00	0.96	5,000.00	600.00
32	Ixtapa	218	218	381.5	1.75	4,350.00	1659.52
33	Ixtapangajoya	106	106	121.90	1.15	5,000.00	609.50
34	Jiquipilas	466.00	466.00	841.13	1.81	4,350.00	3,658.92

35	Jitotol	1,080.00	1,062.00	2,177.00	2.05	4,900.00	10,667.30
36	La Concordia	8,385.00	8,326.00	26,958.34	3.24	6,572.76	177,190.70
37	La Grandeza	141.00	141.00	463.89	3.29	4,625.00	2,145.49
38	La Independencia	2850	2821	2200.38	0.78	4,000.00	8801.52
39	La Trinitaria	903	903	722.40	0.8	4,000.00	2,889.60
40	Larráinzar	565.00	562.00	1,511.78	2.69	5,641.21	8,528.27
41	Las Margaritas	9,900.00	8,850.00	6,903.00	0.78	4,000.00	27,612.00
42	Mapastepec	3,156.58	3,156.58	3,680.52	1.17	2,832.57	10,425.32
43	Maravilla Tenejapa	1,303.00	1,303.00	1,042.40	0.8	4,000.00	4,169.60
44	Mazapa de Madero	3.35	3.35	10.79	3.22	4,630.00	49.96
45	Mitontic	220	216	555.12	2.57	4,775.26	2,650.84
46	Montecristo de Guerrero	4,454.00	4,388.00	13,496.26	3.08	6,572.76	88,707.68
47	Motuzintla	15,736.61	14,775.61	51,158.86	3.46	4,843.57	247,791.70
48	Ocosingo	2,654.00	2,654.00	1,415.00	0.53	6,450.00	9,126.75
49	Ocosingo	5,550.00	5,200.00	10,816.00	2.08	5,321.15	57,553.56
50	Ocoatepec	1200	1200	1904.4	1.59	4,300.00	8188.92
51	Ocozacoautla de Espinosa	3150	3150	6,012.34	1.91	4,487.59	26,980.93
52	Ostuacán	9.00	9.00	11.52	1.28	4,800.00	55.30

53	Oxchuc	1,863.00	1,859.00	5,223.79	2.81	5,469.78	28,572.98
54	Palenque	1,120.00	1,120.00	2,352.50	2.1	7,689.14	18,088.70
55	Pantelhó	2,286.00	2,281.00	6,135.89	2.69	4,055.54	24,884.35
56	Pantepec	325	318	397.5	1.25	4,950.00	1967.62
57	Pijijiapan	1016	1016	2,103.12	2.07	2,817.00	5,924.49
58	Pueblo Nuevo Solistahuacán	2,335.00	2,303.00	4,836.30	2.1	4,900.00	23,697.87
59	Rayón	128.00	124.00	148.80	1.2	4,950.00	736.56
60	Sabanilla	4,136.50	4,134.00	4,382.04	1.06	5,655.46	24,782.45
61	Salto de Agua	2,827.00	2,827.00	5,993.24	2.12	7,703.50	46,168.92
62	San Andrés Duraznal	737	725	1631.25	2.25	5,100.00	8319.38
63	San Fernando	1189	1189	4,952.97	4.17	4,742.24	23,488.15
64	San Juan Cancuc	2,718.00	2,713.00	7,297.97	2.69	5,226.12	38,140.07
65	Santiago El Pinar	577.00	569.00	1,530.61	2.69	5,612.76	8,590.95
66	Siltepec	9,420.50	8,276.50	31,862.60	3.85	4,760.52	151,682.42
67	Simojovel	7,763.00	7,739.00	17,025.80	2.2	5,100.00	86,831.58
68	Sitalá	2060.75	2058	2613.66	1.27	5,816.74	15202.98
69	Solosuchiapa	877	853	938.30	1.1	5,000.00	4,691.50
70	Tapachula	27,774.30	27,774.30	29,298.88	1.06	4,017.51	117,708.39

71	Tapalapa	600.00	587.00	704.40	1.2	4,950.00	3,486.78
72	Tapilula	1,150.00	1,132.00	2,037.60	1.8	4,950.00	10,086.12
73	Tecpatán	811.00	811.00	1,313.82	1.62	4,300.00	5,649.43
74	Tenejapa	3259	3246	9640.62	2.97	5,729.98	55240.56
75	Teopisca	456	450	1,264.50	2.81	5,759.52	7,282.91
76	Tila	9,107.50	9,105.00	11,290.20	1.24	4,981.76	56,245.07
77	Tumbalá	3,499.50	3,498.00	4,372.50	1.25	5,714.52	24,986.74
78	Tuxtla Chico	1,250.00	1,250.00	2,000.00	1.6	3,915.00	7,830.00
79	Tuzantán	4,230.00	4,230.00	6,500.00	1.54	3,980.67	25,874.36
80	Unión Juárez	3410	3405	6084	1.79	4,029.18	24513.53
81	Villa Comaltitlán	5039	5039	8,800.00	1.75	3,976.94	34,997.07
82	Villa Corzo	3,398.00	3,198.00	8,954.40	2.8	6,338.02	56,753.17
83	Villaflores	823.75	823.75	2,237.53	2.72	6,572.76	14,706.75
84	Yajalón	2,623.00	2,621.00	3,118.99	1.19	5,959.10	18,586.37
		259,315.74	253,752.79	499,105.16	1.97	5,026.29	2,508,647.98

Fuente SIAP- SAGARPA, 2014. Producción agrícola ciclo y perenes 2014

2.4.2 EL Café en Siltepec Chiapas

En la región de la Sierra Madre de Chiapas, se ubica el Municipio de Siltepec y otros municipios como es el caso de Ángel Alvino Corzo y La Concordia. De aquí “nacieron en los años noventa varias cooperativas de pequeños productores de café;

Unos surgieron de unas más grandes (ISMAM, FIECH), otras fueron formadas por el Instituto Nacional Indígena, otras simplemente por la necesidad de obtener mejores precios por su granos porque ya no existía el Instituto Mexicano del Café y la única vía para la venta del café era con los intermediarios “coyotes” y compradores de la localidad o compañía TLASA (hoy AMSA, Agroindustrias de México). A pesar de ofrecer café de calidad y orgánico no querían pagar un precio alto por el grano” (FIECH-SAGARPA, 2005, p.14).

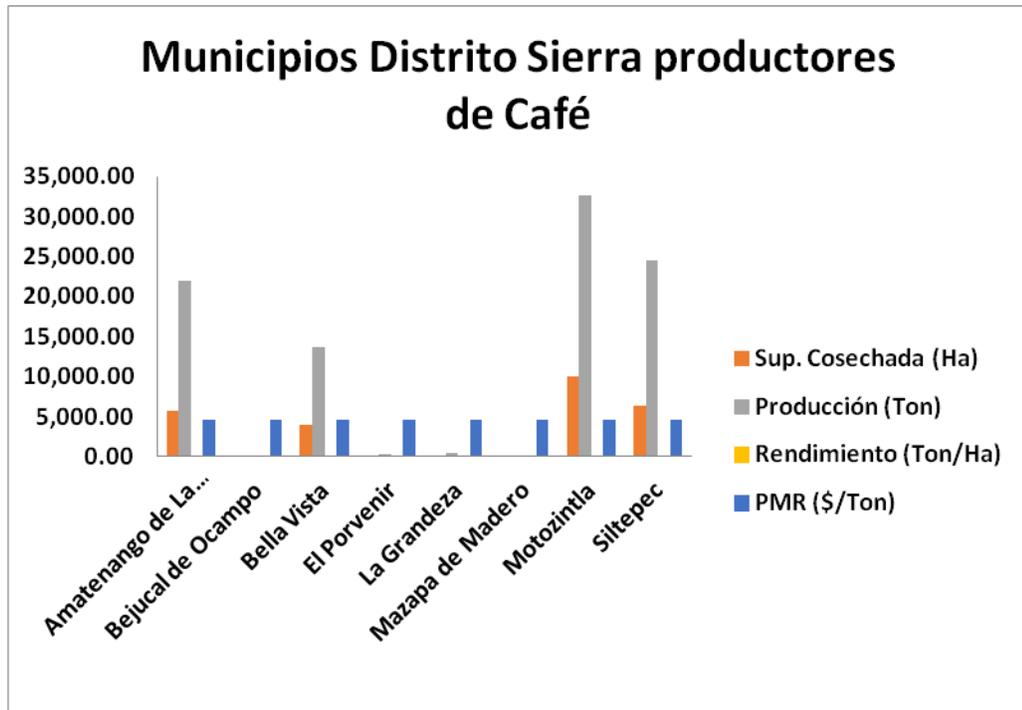
Como se aprecia en el cuadro No. 3 y la gráfica No.2, Siltepec es el segundo municipio productor de café del Distrito XI Sierra del Estado, siendo esta la principal actividad seguida de la producción de maíz de grano para autoconsumo

Tabla 4. Cultivos producidos en Siltepec Chiapa

	Cultivo	Sup. Sembrada	Sup. Cosechada	Producción	Rendimiento	PMR	Valor Producción
		(Ha)	(Ha)	(Ton)	(Ton/Ha)	(\$/Ton)	(Miles de Pesos)
1	Aguacate	17.5	0	0	0	0	0
2	Café cereza	9,452.50	8,276.50	24,232.90	2.93	4,439.57	107,583.61
3	Durazno	204.25	154	521.98	3.39	7,002.84	3,655.34
4	Frijol	1,231.00	1,231.00	739.45	0.6	13,600.00	10,056.52
5	Manzana	171.5	132	374.88	2.84	7,152.00	2,681.14
6	Maíz grano	8,320.00	8,225.00	11,285.84	1.37	3,200.00	36,114.69
7	Papa	110.5	110.5	902.79	8.17	4,758.00	4,295.47
8	Pera	45	29.5	54.7	1.85	7,100.00	388.37
		19,552.25	18,158.50				164,775.14

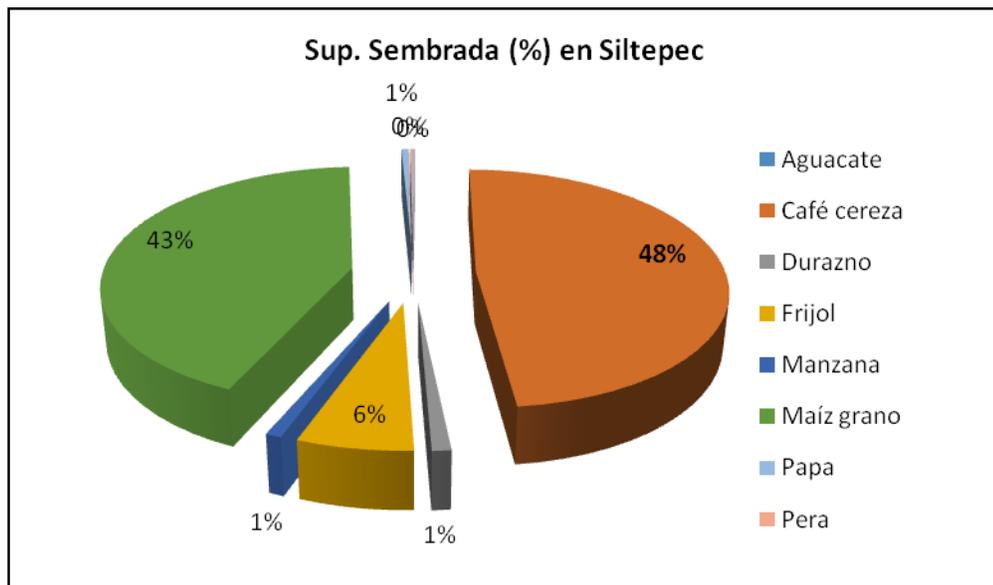
Fuente SIAP- SAGARPA, 2014. Producción agrícola ciclo y perenes 2014

Gráfica. 3. Producción de café distrito Sierra Chiapas



Fuente: elaboración propia con base en SIAP- SAGARPA, 2014. Producción agrícola ciclo y perenes 2014

Gráfica. 4 Producción de café distrito Sierra Chiapas



Fuente: elaboración propia con base en SIAP- SAGARPA, 2014. Producción agrícola ciclo y perenes 2013

SAGARPA-FIECH (2005) menciona que el café es la principal fuente de ingresos para los pequeños productores indígenas de ese municipio, recursos que

solo se perciben a mediados de Enero a Marzo de cada año, dependiendo la temporada de cosecha del grano de café.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 ¿Qué es el Comercio Justo?

“Cuando hablamos de Comercio Justo existen diferentes perspectivas. Concisamente, éste se refiere a un movimiento económico y social que pretende resarcir la falta de equidad en las relaciones de comercio internacional. Así mismo busca incrementar el nivel de seguridad social y económica de los productores de los países en vías de desarrollo y otros dicen que surge para subsanar los desajustes sociales inducidos por una globalización económica y liberal” (Aguilar, 2009, p.37). “No por esto podemos decir que el comercio tradicional sea malo, simplemente creen es diferente del anterior. Pues sugieren que se trata de un comercio alternativo que garantiza a los productores del Sur una compensación justa por su trabajo, asegurándoles un medio de vida digno y sostenible y el disfrute de sus derechos laborales” (Aguilar, 2009, p.37).

Otra definición más, sintetiza de manera más específica dicho concepto y lo refiere de la siguiente manera:

- *Comercio Justo es una forma de relación empresarial social dirigida a crear relaciones comerciales que lleven a mejoras específicas en los estándares laborales, ambientales, de salud y educación a grupos de ciudadanos de los países en desarrollo. Las organizaciones de Comercio Justo establecen redes que conectan a los productores y a los trabajadores marginados de los países en desarrollo con los importadores, los distribuidores minoristas y los consumidores de las economías desarrolladas. Es un enfoque basado en el mercado, que involucra la certificación y el etiquetado de los productos de Comercio Justo que son producidos por cooperativas y empresas que cumplen ciertos estándares (en términos de los precios pagados a los*

agricultores, los salarios pagados a los trabajadores, las condiciones de trabajo y la sostenibilidad ambiental entre otros) (ceccon, 2008, p.8).

- *“El comercio justo es un movimiento social integrado por productores, comerciantes y consumidores que trabajan por un modelo más justo de intercambio comercial, posibilitando el acceso de los productores más desfavorecidos al mercado y promoviendo el desarrollo sostenible” (Comisión de Ética de la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo de España, 1998, p.32).*
- *Según la Fairtrade Labelling Organization (FLO), el comercio justo es “...una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, Fairtrade es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias” (FLO, 2012, p.16).*

Como ya vimos Comercio justo tiene muchas connotaciones, por lo mismo puedo decir que es una alternativa comercial equitativa, transparente y duradera a largo plazo, que se basa en la cooperación entre pequeños productores indígenas, consumidores responsables y organizaciones intermediarias, para poder ofrecer un producto de calidad, producido de manera sustentable y que su remuneración permita poder cubrir como mínimo los costos de producción y a la vez creación de oportunidades para la mejoras de vida de los productores.

3.2 Antecedentes del modelo de Comercio Justo

“Como es ya sabido y a manera de recapitulación el movimiento de Comercio Justo nació en Europa, a raíz de la 1.ª Conferencia de la UNCTAD (Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas) celebrada en Ginebra en 1964. Entonces los

países del Tercer Mundo, cuyos dirigentes tenían nuevos Gobiernos nacionales después de la lucha por la descolonización, bajo el lema "Comercio, No Ayuda", exigieron a los países ricos de las ciudades que abrieran sus fronteras a los productos agrícolas de los países desarrollados. Ante esto, los países ricos se negaron, al opinar que los bajos precios agrícolas del Tercer Mundo podían ser tan competitivos en el libre mercado al grado de que los grandes capitalistas podían perder estos mercados en favor de los nuevos países de la periferia. Por ello se protegieron con impuestos, negándoles la entrada al comercio internacional" (FLO, 2012, p.22).

"Comercio Justo se caracterizó por ser las mismas Organizaciones de Comercio Justo las que asumen la función comercial y ser los propietarios del capital (en forma colectiva y asociada)." (FLO, 2012, p.23).

"En Europa surgía una fundación comercial de nuevo tipo que más tarde se llamaría Comercio Alternativo o Comercio Justo. En efecto, en 1969 se abre la primera tienda de comercio justo en Holanda (Brenkelen) y dos años más tarde en este país ya existían 120 tiendas. Lo anterior fue posible gracias a que ya existía un público sensibilizado hacia los países en desarrollo y con un cierto nivel de ingreso, que comenzó a comprar productos del Tercer Mundo con un sobreprecio" (Comisión de Ética de la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo de España, 1998, p.28).

Según la FLO-International (1973) se lanzó el primer café de comercio justo importado de cooperativas de Guatemala, el "Indio solidarity coffee" aceleró considerablemente la expansión del movimiento y las ventas de café no tardaron en sobrepasar las de artesanías. En los 80 se realizaron campañas de sensibilización y promoción de los productos de Comercio Justo, con el fin de asegurar consumidores y clientes fijos, la calidad de los productos fue mejorándose y eran más diversos

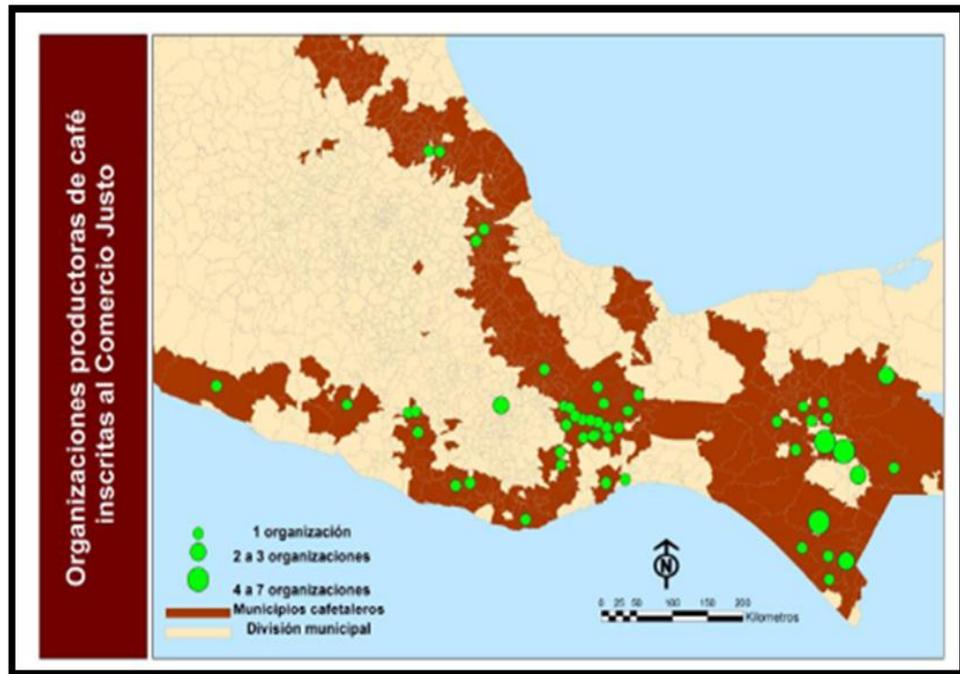
“La segunda generación se caracterizó por la creación de marcas o sellos de garantía que buscaban avalar la procedencia del producto, la calidad y el respeto por la naturaleza. En 1988, se introdujo, con el nombre de Max Havelaar, la primera marca del comercio justo en los Países Bajos” (cecon, 2008, p.9).

3.3 Comercio Justo y café en México

“Fue en la segunda mitad de los años ochenta que el concepto de CJ empezó a ponerse en práctica en México, a partir de la colaboración entre cafecultores mexicanos y organizaciones de cooperación internacional holandesas. El nuevo enfoque consiste también en adquirir los alimentos directamente de los pequeños productores, pero ahora participa un mayor número de agentes, como importadores, tostadores, grandes cadenas de supermercados e incluso empresas reconocidas mundialmente. De esta manera, en poco tiempo se llegó a un dos por ciento del mercado que compraba café de los pequeños productores. Si bien esta cifra es todavía pequeña, abarcando hasta 1999 a Estados Unidos, Japón, México, Canadá y a países europeos, entre los que destacan Holanda y Suiza” (Aguilar, 2009).

Como lo muestra en la imagen No. 3 y como ya hemos mencionado el café es uno de los productos más importantes para el Comercio Justo, además de ser uno de los bienes iniciales que dieron origen al sistema bajo estudio. Aguilar (2009, p.39) menciona la relación formada entre UCIRI y Max Havelaar en 1989 comenzó comercializando café de Oaxaca hacia el mercado holandés, ampliándose posteriormente hacia otras regiones y otros productos.

Imagen 4 organizaciones productoras de café inscritas al CJ



Fuente: Pérez Akaki, 2010b

“En el contexto internacional, esta relación comercial comenzó al terminar los Acuerdos Internacionales del Café que dieron fin al sistema de cuotas a las exportaciones. En el contexto nacional, se dio por quebrado al Instituto Mexicano del Café y se dio paso al mercado libre tanto en el interior como hacia los mercados mundiales” (Aguilar, 2009, p. 38).

“La relevancia económica del café para México, que en la década de 1970 había alcanzado su esplendor al representar el 8.5% de las exportaciones totales y el 31% de las exportaciones agropecuarias para el año 1976, disminuyó con la liberación de los mercados, al llegar a niveles de 0.9% de las exportaciones totales y 3.06% de las agropecuarias para el año 2005. Esta liberalización además se asoció a las recurrentes crisis de precios que se suscitaron durante la década de 1990, la cual tuvo su peor momento en el 2001, cuando alcanzó sus mínimos históricos en precios reales. Estas crisis generaron conflictos profundos en el sector cafetalero que transformaron fuertemente las cadenas de comercialización y la organización productiva del grano” (Akaki, 2006, p.6).

“Vale la pena mencionar que existen registradas en FLO-Cert 440 organizaciones de productores de café en el mundo, de las cuales México cuenta con 48 (11%), representando así el segundo lugar en este producto, después de Perú que cuenta con 75 organizaciones registradas. Adicionalmente existen en el país 11 (2%) comercializadores registrados de CJ. La imagen 3 da cuenta de la dimensión del sector cafetalero en el sistema de comercio justo en México respecto al conjunto mundial reportadas por FLO-Cert, hasta el 2010, las cuales se concentran en Chiapas y Oaxaca” (FLO, 2012, p.23).

3.4 Introducción del Sistema de comercio justo a través del café en Chiapas

“En 1989 al eliminarse las cuotas arancelarias en el mercado internacional con la sobreproducción, el precio del café cayó desastrosamente. Esto produjo una baja en el nivel de vida de los campesinos, migración, el abandono de las tierras y lógicamente desempleo. Cabe mencionar que aunque ha habido periodos de estabilización para este producto, su precio no ha dejado de bajar desde 1999” (Otero, 2006, p.4).

“También se desvaneció el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), ante esto para enfrentar la crisis los agricultores tuvieron que revisar sus virtudes organizacionales. En un escenario de competitividad pero a la vez ante la falta de financiamiento, se vieron en la necesidad de incrementar su eficiencia y mejorar la calidad de su café. Por esto, muchos crearon cooperativas y empezaron contactarse con redes más extensas, tal es el caso de la Confederación Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOOC), a finales de la década de los años 80. Fue así esta una de las maneras en que se abrió la puerta al sistema de comercio justo en algunas zonas rurales en México. Inherente al café justo, el proceso de certificación fue incorporado en nuestro país junto con el comercio justo en Oaxaca en 1989. Años más tarde, ISMAM, después de ella la Federación Indígena Ecología de Chiapas, entró cultivar este tipo de café. Esta actividad fue a su vez adoptada por otras cooperativas que ya existían, simultáneamente se creaban algunas nuevas.

Para la mayoría de ellas, el café orgánico y justo ha sido una valiosa herramienta para aguantar la crisis” (Aguilar, 2009, p.40).

“Los principales productores orgánicos son en su mayoría grupos muy bien organizados, muchos de ellos en comunidades indígenas. Ubicadas principalmente en los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla, que exportan directamente a mercados de especialidad y reciben ingresos significativos. Entre las organizaciones más exitosas están UCIRI, ISMAM, CEPCO, Majomut, MICHIZA, La Selva, Federación Indígena Ecológica de Chiapas, Tiemelonla Nich K. Lum, Tosepan Titataniske, Unión Regional de Huatusco y REDCAFES, por citar algunas” (Aguilar, 2009, p.41).

3.5 Los principios del Comercio justo

Hasta este momento se ha indicado a que se refiere el concepto de comercio justo. Sin embargo, no hemos hecho hincapié en los objetivos que lo distinguen del comercio tradicional. En relación a esto Intermón, Oxfam (2006), una ONG española destaca los siguientes principios:

- Salarios y condiciones laborales dignas.
- No a la explotación infantil.
- Igualdad entre mujeres y hombres.
- El respeto a los Derechos laborales.
- Relación comercial a largo plazo
- Prefinanciación.

- Los productores/as destinan parte de los beneficios al desarrollo integral de su comunidad.

- Respeto por el medio ambiente.

“Estos puntos son los que hacen la diferencia entre la comercialización tradicional, y el comercio justo ya que independientemente de que se trabaje o no con un esquema este tipo, deberíamos como productores tomarlos como principales preceptos, pero la realidad no es así, es por ello que este sistema permite generar utilidades para una vida mejor a partir del café o de otro producto y poder ser remunerado de manera que pueda cubrir los costos de producción y mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores indígenas” (Oxfam, 2006).

Actores del Comercio Justo y su funcionamiento

“Tanto para el productor como para el comprador hay criterios para poder participar en el CJ, es así como las organizaciones de pequeños productores deben cumplir con los requisitos para el desarrollo social, económico y ambiental, descritos en los estándares de CJ” (FLO, 2013, p.27).

3.6 Actores del comercio justo

Se mencionan como actores de este sistema a los pequeños productores asociados, el consumidor responsable – solidarios y el intermediario sin afán de lucro desmedido, a continuación se describirá a detalle cada uno de ellos.

a) “El pequeño productor asociado, que trabaja su parcela con su propia mano de obra y la de su familia y que se responsabiliza de producir productos orgánicos con calidad, cuidando el medio ambiente, y que para ser considerado como parte de este movimiento debe agruparse en una cooperativa o en una asociación de pequeños productores; a cambio recibe un precio de garantía sobre su producto, que es la mayoría de las veces entre el 10 y el 20% mayor que el precio del mercado y cuyo

excedente debe destinarse para mejoras de infraestructura comunitaria, educación y vivienda digna” (Torres, 2008).

b) “El consumidor responsable y solidario que está dispuesto a pagar un sobreprecio por los productos de comercio justo, pero que recibe a cambio un producto de muy buena calidad, certificado y avalado por las organizaciones de comercio justo, y tiene la certeza de que el sobreprecio que paga sirve para mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores de países pobres” (Torres, 2008, p.45).

c) “El intermediario sin afán desmedido de lucro, que son organizaciones que ponen en contacto al productor con el consumidor y solo obtienen un limitado beneficio para la operación y actividades propias de la organización y que vigilan y certifican por un lado que los productos que recibe el consumidor son de buena calidad y orgánicos y por otro lado que los recursos extras que reciben los productores se utilizan adecuadamente para su beneficio y el de sus comunidades” (Torres, 2008, p.46).

Métodos y criterios aplicables al comercio justo

- “Se compran los productos directamente al productor reduciendo al mínimo el número de intermediarios.
- El precio de compra está en función de los costos de materias primas, de la producción, del tiempo y la energía invertidos, para permitir al productor obtener un ingreso razonable que le ayude a alcanzar un nivel de vida digno.
- Los productores tienen derecho a la prefinanciación. Las relaciones comerciales son de largo plazo.
- Los productores se deben integrar en cooperativas o asociaciones. Se brinda ayuda técnica y asesoría a los productores para el desarrollo de nuevos productos o el mejoramiento de los ya existentes.

- El mejoramiento de cultivos.
- El financiamiento, la organización y la formación técnica y administrativa” (Torres, 2008, p.47).

IV. CONTEXTO

4.1 Marco regional

INEGI (2008, p.2) menciona que Siltepec fue erigido en pueblo y cabecera municipal con el nombre de San Isidro Siltepec, por decreto gubernamental, del 9 de marzo de 1887, promulgado por José María Ramírez, gobernador del estado de Chiapas. La formación del pueblo se hizo con los habitantes de la ranchería San Isidro Siltepec, del departamento de Comitán.

Toponimia

Siltepec quiere decir en náhuatl "Del Cerro de los caracolitos" (INEGI, 2008, p.2).

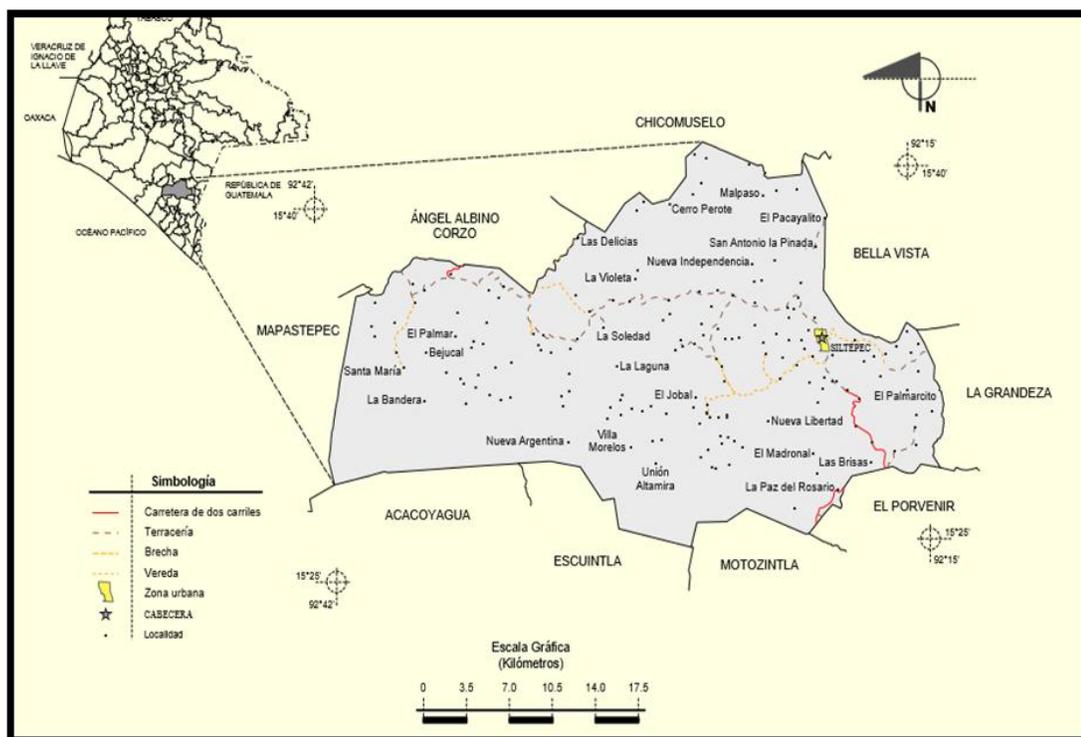
Principales hechos históricos

- “En 1909 pasa a formar parte de la jurisdicción del Departamento de Mariscal.
- En 1915 desaparecen las jefaturas políticas y, se crean 59 municipios libres, estando este dentro de esta primera remunicipalización. En la constitución del 5 de febrero de 1921, es ya un municipio libre.
- En 1934 durante el gobierno del coronel Victórico R. Grajales, en que se suprimen los nombres de santos a los pueblos, San Isidro Siltepec pasa a ser Siltepec; a Santo Domingo se le denomina La Cascada; a San Luís, capitán Luís Vidal, y a San Ángel, Ángel Díaz.
- En 1983 para efectos del Sistema de Planeación se ubica en la región VII Sierra” (INEGI, 2008, p.3).

Ubicación Geográfica

“Se ubica en la Región Socioeconómica XI SIERRA MARISCAL. Limita al norte con Ángel Albino Corzo y Chicomuselo, al este con Bellavista, La Grandeza y El Porvenir, al sur con Motozintla, Escuintla y Acacoyagua; y al oeste con Mapastepec. Las coordenadas de la cabecera municipal son: 15°33'20" de latitud norte y 92°19'25" de longitud oeste y se ubica a una altitud de 1565 metros sobre el nivel del mar. Con una superficie territorial de 875.38 km2 ocupa el 1.17% del territorio estatal. Con 176 localidades y una población total de 35 871 habitantes” (INEGI, 2008, p.3).

Imagen 5. Siltepec, INEGI, 2008



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2008, versión 3.1

Climas

“Los climas existentes en el municipio son: Cálido subhúmedo con lluvias de verano, más húmedo (4.42%), Semicálido húmedo con lluvias abundantes de verano (42.62%) y Templado húmedo con lluvias abundantes de verano (52.96%)” (INEGI, 2008, p.4).

Vegetación

“La cobertura vegetal y el aprovechamiento del suelo en el municipio se distribuye de la siguiente manera: Bosque mesofilo de montaña (24.55%), Bosque de pino-encino (secundario) (15.84%), Bosque mesofilo de montaña (secundario) (12.49%), Bosque de pino-encino (12.45%), Agricultura de temporal (10.93%), Bosque de pino (secundario) (9.65%), Pastizal inducido (7.97%), Bosque de pino (2.03%), Bosque de oyamel (1.51%), Selva mediana subperennifolia (secundario) (1.41%), Bosque de encino-pino (secundario) (0.61%), Pastizal cultivado (0.48%), Selva alta perennifolia (secundario) (0.05%), y Otros (0.03%)”(INEGI, 2008, p.4).

Uso potencial de la tierra

Tabla 5. Uso potencial de la tierra

Agrícola:	La agricultura mecanizada continua (0.05%) Para la agricultura manual continua (18.19%) No aptas para la agricultura (81.76%)
pecuario	Para el establecimiento de praderas cultivadas con maquinaria agrícola (0.05%) Para el aprovechamiento de la vegetación de pastizal (11.35%). Para el aprovechamiento de la vegetación natural diferente del pastizal (5.15%) Para el aprovechamiento de la vegetación natural únicamente por el ganado caprino (48.52%) No aptas para uso pecuario (34.93%)

Fuente INEGI, 2008

4.2 Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH)

¿Qué es al FIECH?

“Nace con la inquietud de consolidarse como tal, con el propósito de apoyar a los productores de café de la región en la comercialización, precio y tener mayores beneficios como cafetaleros ecológicos.

Misión

Somos una organización indígena y campesina; incluyente y tolerante, que busca el desarrollo de hombres y mujeres, mediante el trabajo común y organizado; basado en la solidaridad y el respeto al medio ambiente; generando productos y servicios alternativos con calidad y calidez.

Visión

Ser una Federación de Organizaciones Sociales, fortalecidas por su identidad, que buscan el equilibrio entre el desarrollo de empresas sociales y las comunidades rurales, comprometidas con la conservación del medio ambiente y el impulso al sostenimiento de nuestras familias

Los principales objetivos son ser una Organización Indígena Campesina incluyente y tolerante, con el fin del desarrollo integral de los hombres y mujeres, mediante el trabajo común y organizado; basado en la solidaridad y el respeto de nuestra madre naturaleza, así mismo, generando productos y servicios con gran calidad y calidez”(SAGARPA-FIECH, 2014, p.3).

Tenemos como objetivos Generales y primordiales consolidar la cadena productiva de café orgánico con miembros de la Federación Indígena Ecológica de Chiapas, fortaleciendo el proceso de producción, acopio y comercialización, para

contribuir al fortalecimiento en mayor beneficio económico para las familias cafetaleras.

“Y nuestras principales prioridades son; impulsar la educación media y superior para hijos de nuestros productores, promover los valores humanos, éticos, fortalecer la organización de los grupos de productores asociados., la agricultura orgánica, ofreciendo productos de calidad libres de agentes químicos, la comercialización de nuestros productos orgánicos., la protección del suelo, mediante, aplicando labores de conservación, y diversificar las actividades productivas de nuestros socios”(SAGARPA-FIECH, 2014, p.4).

Reconocer el papel de la mujer en la actividad productiva y en la toma de decisiones., también la nutrición y la salud de las comunidades rurales con la instalación de albergues educativos para niños y jóvenes indígenas.

Y algo muy importante recuperar la cultura e identidad de los grupos indígenas participantes formar promotores locales que aseguren la continuación del proceso agro ecológico. Y lograr a largo plazo la autosuficiencia técnica y económica de las organizaciones de la FIECH (OXFAM, 2014)

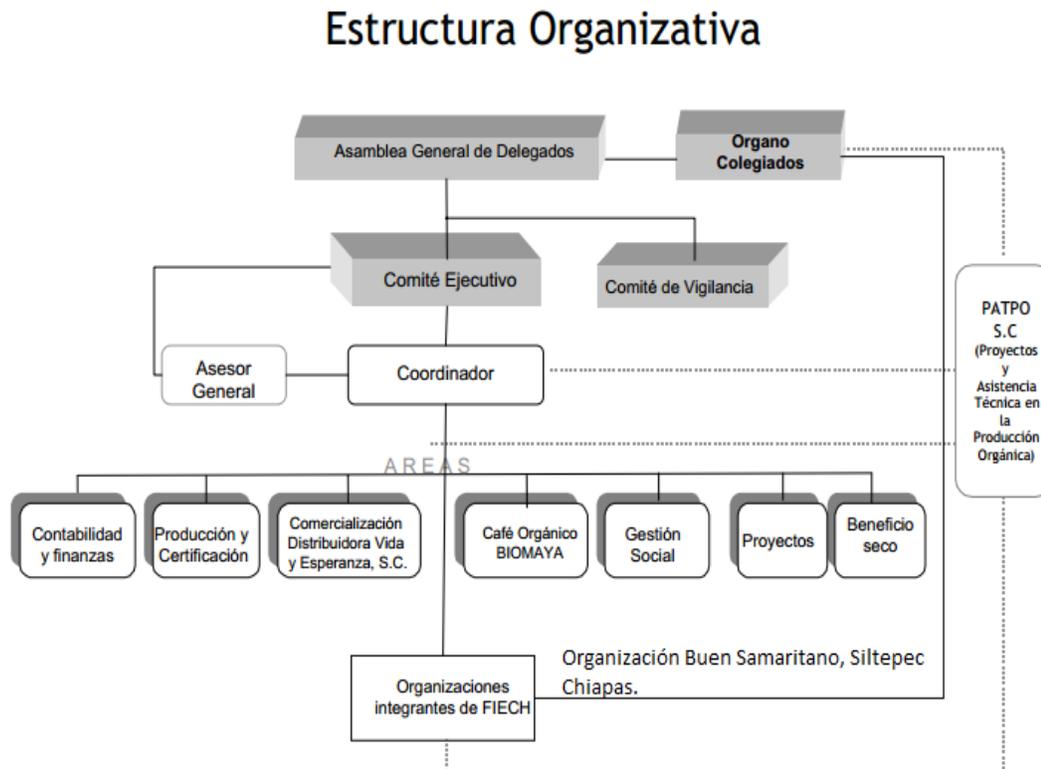
Estructura organizativa del FIECH

“Está integrada por una Asamblea General de Delegados, la componen los delegados de cada organización, teniendo reuniones ordinarias todos los fines de cada mes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez Chiapas.

De todos los Delegados se forma por votos el Comité Ejecutivo y el de Vigilancia, integrada la primera por áreas de apoyo con un Asesor General el cual se encarga de ver la parte de gestión de proyectos y el mercado, también un Coordinador para poder coordinar toda la Organización. Son apoyadas estas áreas principales por Sub áreas de Contabilidad, producción (Certificación), Comercialización (empresa Vida y Esperanza), café Bio Maya, gestión social, Proyectos y Beneficio Seco” (SAGARPA-FIECH, 2014).

Y en el último eslabón de este organigrama se encuentran todas la Organizaciones que le da vida a la FIECH con los técnicos de apoyo.

Imagen 6. Estructura Organizativa de la FIECH



Fuente: FIECH, 2014

La FIECH y los beneficios del Comercio Justo en el estado de Chiapas

“El terreno de Chiapas es montañoso e irregular, pero ofrece el clima perfecto para cultivar café. La mayoría de las personas que viven en esta zona son muy pobres y dependen del café como principal fuente de ingresos. La Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH) fue creado en 1993 por Tzotzil, Tzeltal, Mame, chuj y los agricultores zoques que unió a tres pequeñas cooperativas repartidas por toda la región, con un equipo de asesores sociales y agroecológicos, el 6 de junio de 1996 se constituyó jurídicamente como la federación indígena ecológica de Chiapas sociedad de solidaridad social, FIECH, S.S.S.

Actualmente la federación la integran 18 organizaciones regionales, con 3,500 productores de café certificados, de las etnias tzotzil, tzeltal, mame, chuj y zoques, ubicados en cinco regiones económicas del estado de Chiapas, distribuidos en 26 municipios y 156 comunidades.

Municipios donde los socios de la Federación Indígena Ecológica de Chiapas desarrollan sus actividades; Las Margaritas, La Independencia, La trinitaria, Frontera Comalapa, Amatenango la Frontera, Chicomuselo, Siltepec, Motozintla, Huixtla, Escuintla, Acacoyagua, Mapastepec, Ángel Albino Corzo, La Concordia, El Bosque, Jitotol, Simojovel, Yajalón, Chilón, Oxchuc.

Los objetivos que tienen, es proporcionar el desarrollo de hombres y mujeres, mediante el trabajo común y organizado, basando en la solidaridad y el respeto al medio ambiente, generando productos y servicios alternativos con calidad y eficiencia” (SAGARPA-FIECH, 2014, p. 5-7).

Organizaciones del Estado de Chiapas que Componen la FIECH

“La FIECH tiene varias organizaciones de diferentes actividades, por mencionar algunas; producción de miel, hongo, café, artesanías mermeladas y actividades de ecoturismo, continuación se enlistan las organizaciones que están constituidos y operan bajo el sistema del Comercio Justo en Chiapas.

Organizaciones de productores:

1. Manos Unidas Sociedad Cooperativa de R.L.
2. Los lagos de colores, Sociedad de Solidaridad Social
3. Sociedad Cooperativa de Cafeticultores “Sierra Soconusco”
4. Organización de Cafeticultores Emiliano Zapata, A.C. (OCAEZ)
5. Sociedad Cooperativa Paluch'en, de R.L.
6. Comunidades Indígenas de la Región de Simojovel de Allende, S.S.S. CIRSA.
7. Acción Solidaria de la Sierra, A.C. (ASSIAC)

8. Productores Alternativos de Chiapas, S.C. de R.L. (PROALCH)
9. Piedra Cañada, S. de S.S.
10. Producción Agropecuaria Café 2000
11. Biosfera Productiva y Alternativa de la Sierra, Soc. Coop. De R.L. de C.V. (Biopas)
12. Sococaspa
13. Agua Santa
14. Apicultores de la Piedra de Huixtla, S.S.S.
15. Soc. Coop. De Apicultores de Nueva Morelia de R.L.
16. unión de comunidades Buen Samaritano Siltepec SC de RL de CV.

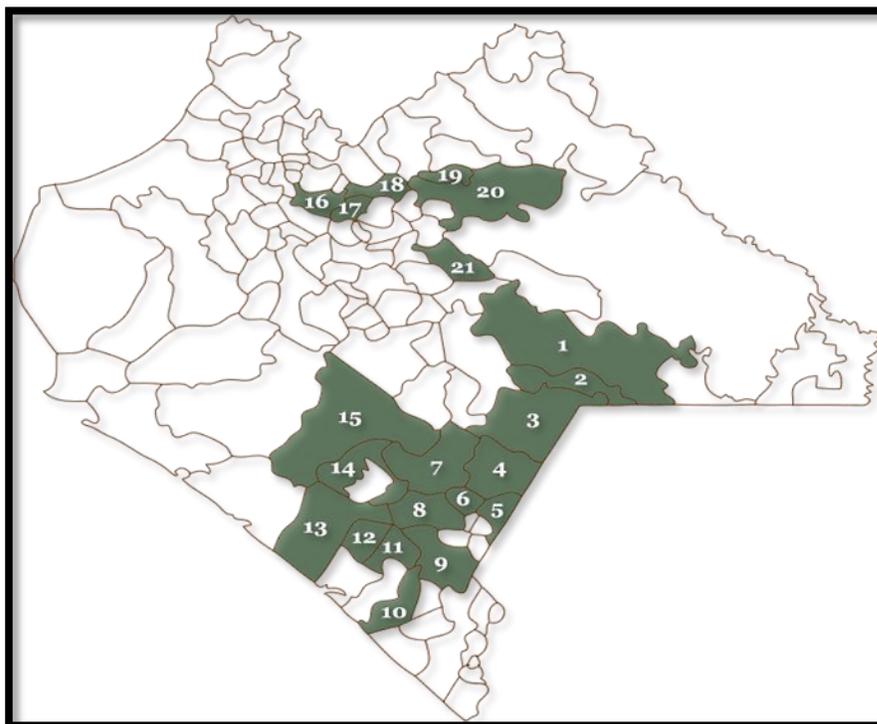
La FIECH también tiene organizaciones constituidas totalmente de mujeres, a continuación se enlistan.

Organizaciones de mujeres:

1. Unión de Mujeres Indígenas de la Región de Simojovel, S.S.S. (UMIRSI)
2. Grupo de Mujeres de la Selva (GUMSE)
3. Mujeres Alternativas de la Sierra de Chiapas, S.S.S. (MASICH)” (SAGARPA-FIECH, 2014, p. 7-9).

Como se muestra la imagen 5, son las áreas de influencia de la FIECH.

Imagen 7. Influencia de la FIECH en -Chiapas



Fuente: FIECH, 2014

En este caso de estudio aremos énfasis en los logros y beneficios que la Organización buen Samaritano de Siltepec ha obtenido al estar trabajando con este nuevo esquema de comercio.

Principales logros de La FIECH y sus Organizaciones

“Logros que se han tenido; son la certificación orgánica (IMO, Certimex, Smithsonian Bird Friendl y, Naturland, JAS), exportación de café a mercados internacionales, son miembros de FLO Internacional (comercio justo), obtienen los Premios de Desarrollo (estimulo por producción orgánica, 20 Dólares por cada quintal de 60 Kg), proyectos por OXFAM en Proyectos integrales y elaboración de manuales técnicos para la buenas prácticas agrícolas (susténtales) con los socios.

La exportación del café orgánico se hace a los siguientes países con los que se tiene actividades comerciales, Austria, Holanda, Japón, Alemania, Canadá, y principalmente a Estados Unidos de América.

El impacto social que se generó beneficio a más de 2000 productores y productoras, el incremento de vida de los socios, mayor salud, educación, vivienda” (SAGARPA-FIECH, 2014, p.8).

4.3 Organización el buen samaritano

Como surge la organización Buen Samaritano en Siltepec, Chiapas

“Como ya hemos mencionado antes, después que desaparece el instituto mexicano del café los pequeños productores se quedan sin la certeza de poder conseguir el mercado que ya tenían y otro de los problemas que les aquejaba en ese momento era la baja en el precio de la venta del café.

Y el principal motivo por el cual se constituye esta organización fue que en el 2005 se presenta el huracán Stan que afecto los municipios de la Región Sierra del estado, dentro de estos municipios se encontraba Siltepec que fue afectado en un 70% de su territorio, afectando así a mucho personas con la pérdida de su casa, de parcelas de café y maíz.

Debido a esta trágica situación que presentaba el municipio surge las idea de la consolidación de un pequeño grupo de productores organizados que habían sido afectados por el huracán Stan y querían poder recuperar lo mínimo por parte del gobierno, todo esto fue posible con la ayuda que presento el párroco de la Iglesia San Isidro Labrador, santo de la Iglesia Católica del Municipio de Siltepec, el párroco Rigoberto Galindo Velázquez.” (FIECH, 2005, p.11)

“Esto con la idea inicial de los productores para cumplir un solo objetivo, el apoyar a los cafetaleros de la región afectados y resto de familias damnificadas que había dejado el huracán, con los estragos ocasionados el 3 al 6 de octubre del 2005.

El padre Rigoberto Galindo Velázquez tuvo la idea de apoyar a los caficultores de la región, viendo que esta es la actividad que más predomina en la región por las condiciones climáticas que favorecen la producción de este grano y gran superficie dedicada a esta actividad” (entrevista, 2014).

“Fue hacia como el padre Rigoberto con la influencia que tenía, pudo contactarse con el Ing. Edgar Flores Miguel, quien los apoyo para la formación, consolidación y poder adherir esta organización a FIECH (Federación Indígena Ecológica de Chiapas) quien se encarga de la Comercialización internacional del producto a través de la Comercializadora Distribuidora Vida y Esperanza, S.C.

La unión de comunidades el buen samaritano se constituyó legalmente el 21 de Agosto del año 2005 como una Sociedad Cooperativa de Responsabilidad Limitada de Capital Variable con el Permiso No.4402449; Expediente No. 2005440023509 y Folio No. BY091124, expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores. Se formó con un número de 87 socios con una aportación de \$700 (setecientos pesos M.N) por cada socio, la cantidad que fue depositada en la caja de la cooperativa fue de \$ 60, 900.00 (sesenta mil novecientos pesos00/100 M: N)” (FIECH, 2005, p.12).

Antecedentes de la Organización el Buen Samaritano

“La consolidación de esta sociedad se llevó con la idea del párroco de la Iglesia San Isidro Labrador, santo de la Iglesia Católica del Municipio de Siltepec, el párroco Rigoberto Galindo Velázquez, para cumplir un solo objetivo, el apoyar a los cafetaleros de la región y más tarde a las familias dignificadas que había dejado el huracán Stan, con los estragos ocasionados el 3 al 6 de octubre del 2005 en el estado de Chiapas, en particular en los ejidos del Municipio de Siltepec Chiapas” (Entrevista, 2014).

“El padre Rigoberto Galindo Velázquez tuvo la idea de apoyar a los caficultores de la región, viendo que esta es la actividad que más predomina en la región por las condiciones climáticas que favorecen la producción de este grano y gran superficie dedicada a esta actividad” (Entrevista, 2014).

“Fue hacia como el padre Rigoberto Galindo con la influencia que tenía, pudo contactarse con el Ing. Edgar Flores Miguel, quien los apoyo para la formación, consolidación y poder adherir esta organización a FIECH (Federación Indígena Ecológica de Chiapas) quien se encarga de la Comercialización internacional del producto a través de la Comercializadora Distribuidora Vida y Esperanza, S.C.” (Entrevista, 2014).

“La unión de comunidades el buen samaritano SC de RL de CV se constituyó legalmente el 21 de agosto del año 2005 como una Sociedad Cooperativa de Responsabilidad Limitada de Capital Variable con el Permiso No.4402449; Expediente No. 2005440023509 y Folio No. BY091124, expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores. Se formó con un número de 87 socios con una aportación de \$700(setecientos pesos M.N) por cada socio, la cantidad que fue depositada en la caja de la cooperativa fue de \$ 60, 900.00 (sesenta mil novecientos pesos 00/100 M: N).

En el registro el consejo de administración quedo de la siguiente manera, Presidente Olegario Morales López, Secretario Delfino González Vázquez y de Tesorero Walterio Rodas Méndez.

El consejo de vigilancia quedo de la siguiente manera, Presidente Dimas Morales Roblero, Secretario Eynar Bersain Pojoy Rivera y de Vocal cándido bartolón Arriaga.

Actualmente cuenta con su Registro Federal de Causante, la cual es UCB-050821-IJ9, está integrada por 233 socios y con una superficie de 1100 has de café, de seis ejidos del municipio de Siltepec, Chiapas, que realizan sus actividades agropecuarias rescatando, cuidando y conservando el medio ambiente y los recursos naturales, la actividad cafetalera la llevan a cabo con sistemas y técnicas de cultivo orgánicas” (Entrevista, 2014).

Visión

“Ser una Organización Social constituida por su identidad, que buscan el equilibrio entre el desarrollo de empresas sociales y las comunidades indígenas rurales, comprometidas con la conservación del medio ambiente y el impulso sostenible de nuestras familias” (FIECH, 2005, p.12)

Misión

“Seguir formándonos día a día en una organización indígena y campesina; incluyente y tolerante, que busca el desarrollo de hombres y mujeres, mediante el trabajo común y organizado; basado en la solidaridad y el respeto al medio ambiente; generando productos y servicios alternativos con calidad y calidez.” (FIECH, 2005, p.12)

Gestión y Obtención de Apoyo y crédito prendario para la renovación de cafetales

“Debido a los grandes daños ocasionados por el hongo la roya del café (*hemileia vastatrix*) en los cafetales del estado de Chiapas se plantea a los productores la adquisición de un crédito dirigido a renovar los cafetales viejos, afectados por roya o muertos, bajo la aplicación de un paquete tecnológico que consistirá en los siguientes puntos.

- 1) Preparación del terreno
 - Resepa de plantas de Cafetal Viejo
 - Trazo de nueva plantación y limpia
- 2) Siembra/Plantación
 - Planta (2 cruces)
 - Acarreo de plantas
 - Surco, plantación y abonado
 - Traslado de plantas
- 3) Fertilización/Nutrición

- Mejoramiento de suelos (Cal Dolomita)
- Aplicación (Cal Dolomita)
- Fertilización (Nitrógeno-Fosforo-Potasio)+Calcio-magnesio-Zinc-Boro
- Aplicación de fertilizante
- 4) Labores de Cultivo
 - Regulación de sombra
 - Poda y deshije
 - Calles y Cajete
 - Establecimiento de barreras vivas y mantenimiento
 - Limpias (3)
 - 5) Control de Plagas y Enfermedades
 - Dosis 2.5 (Envase 125 ml)
 - Aplicación de producto
 - Alto 100
 - Aplicación de producto
 - Cupravit 50% (Oxicloruro de Cobre)
 - Aplicación de producto
- 6) Cosecha
 - Corte (3 cortes)
 - Acarreo
- 7) Servicios
 - Inspección Interna (Certificación)
 - Certificación FAIRTRADE FLO interna y externa- comercio justo
 - Asistencia Técnica Integral
 - Flete a centro de acopio

- Análisis de suelo
- 8) Seguros y Cobertura
- Seguro Básico
- Cobertura de Precios” (FIECH, 2015, p.1)

Mecánica del crédito para socios de organizaciones

“El crédito para renovación de cafetales, es un programa proyectado a 8 años, en el cual en los primeros cuatro años se financiara a los productores con plantas, insumos, asistencia técnica y una parte en efectivo.

El crédito en primera instancia renovara el 50% de las hectáreas que el productor tenga destinado a la plantación de café.

El crédito para renovación de cafetales se dividirá en 4 ministraciones o desembolsos:

En el año cero o en la primera ministración de crédito se renovara el primer cuarto de las hectáreas.

En el primer año se renovara el segundo cuarto de las hectáreas del productor y se pagaran los intereses correspondientes al primer cuarto.

En el segundo año se renovara el tercer cuarto de las hectáreas del productor y se pagaran los intereses correspondientes al primer y segundo cuartos.

En el tercer año se renovara el cuarto de las hectáreas del productor y se pagaran los intereses correspondientes al primer, segundo y tercer cuarto.

En el quinto año se pagaran los intereses del primer, segundo, tercer y cuarto cuartos de las hectáreas financiadas.

En el sexto año se pagaran los intereses correspondientes a los cuatro cuartos de las hectáreas financiadas y el 13% del capital total del crédito.

En el séptimo año se pagaran los intereses correspondientes a los cuatro cuartos de las hectáreas financiadas y el 27% del capital total del crédito.

En el octavo año se pagaran los intereses correspondientes a los cuatro cuartos de las hectáreas financiadas y el 60% del capital total del crédito.

La estructura del financiamiento sería de la aportación del productor del 45 % y un financiamiento del 55 % del proyecto a través de un crédito, cubriendo los siguientes rubros:

1.- Preparación del Terreno

Arranque de plantas

2.- Siembra / Plantación

Planta

Surco, plantación y abonado

3.- Fertilización/Nutrición

Mejoramiento de suelos

Fertilización (17-17-17)

5. Control de plagas y enfermedades (Control Cultural)

Alto 100

Cupravit 50% (Oxicloruro de Cobre)

8.-Servicios

Asistencia Técnica Integral

Certificación

9.- OTROS

Seguro Básico” (FIECH, 2015, p.2-5)

Detalle del Financiamiento Convencional y Orgánico

Tabla 6. Siembra nueva convencional

CONCEPTO:	CRÉDITO:
1.- Preparación del Terreno / Manejo de la Plantación: Recurso Efectivo Para Realizar las Actividades por el Productor.	\$ 4,000.00
2.- Plantas 835 por año (2 cruces): Insumo Entregado al Productor.	\$ 4,175.00
3.- Fertilización/Nutrición: Insumo Entregado al Productor.	\$ 1,540.00
4.- Control de Plagas y Enfermedades: Insumo Entregado al Productor.	\$ 295.00
5.- Servicios: Asistencia Técnica Integral. Seguro Básico. Cobertura de Precios.	\$ 900.00 \$ 1,433.00 \$ 1,606.00
TOTAL DEL CRÉDITO 1 AÑO:	\$ 13,949.00

Fuente: Organización Buen Samaritano 2015

Orgánico (siembra nueva)

Tabla 7 organico siembra nueva

CONCEPTO:	CRÉDITO:
1.- Preparación del Terreno / Manejo de la Plantación: Recurso Efectivo Para Realizar las Actividades por el Productor.	\$ 4,000.00
2.- Plantas 835 por año (2 cruces): Insumo Entregado al Productor.	\$ 4,175.00
3.- Fertilización/Nutrición: Insumo Entregado al Productor.	\$ 2,427.00
4.- Control de Plagas y Enfermedades: Insumo Entregado al Productor.	\$ 150.00
5.- Servicios: Asistencia Técnica Integral.	\$ 900.00
Seguro Básico.	\$ 1,433.00
Cobertura de Precios.	\$ 1,606.00
TOTAL DEL CRÉDITO 1 AÑO:	\$ 14,691.00

Fuente: Organización Buen Samaritano 2015

Convencional plantación ya establecida

Tabla 8. Plantación establecida

CONCEPTO:	CRÉDITO:
1.- Manejo de la Plantación: Recurso Efectivo Para Realizar las Actividades por el Productor.	\$ 4,000.00
2.- Fertilización/Nutrición: Insumo Entregado al Productor.	\$ 1,540.00
3.- Control de Plagas y Enfermedades: Insumo Entregado al Productor.	\$ 295.00
4.- Servicios: Asistencia Técnica Integral.	\$ 900.00
Seguro Básico.	\$ 1,433.00
Cobertura de Precios.	\$ 1,606.00
TOTAL DEL CRÉDITO 1 AÑO:	\$ 9,774.00

Fuente: Organización Buen Samaritano 2015

“Fuentes de Financiamiento y de Apoyo:

Aportación productor SAGARPA 45%:27,360

Financiamiento del 55%:33,440” (FIECH, 2015, p.12)

Ingresos anuales y pago del crédito

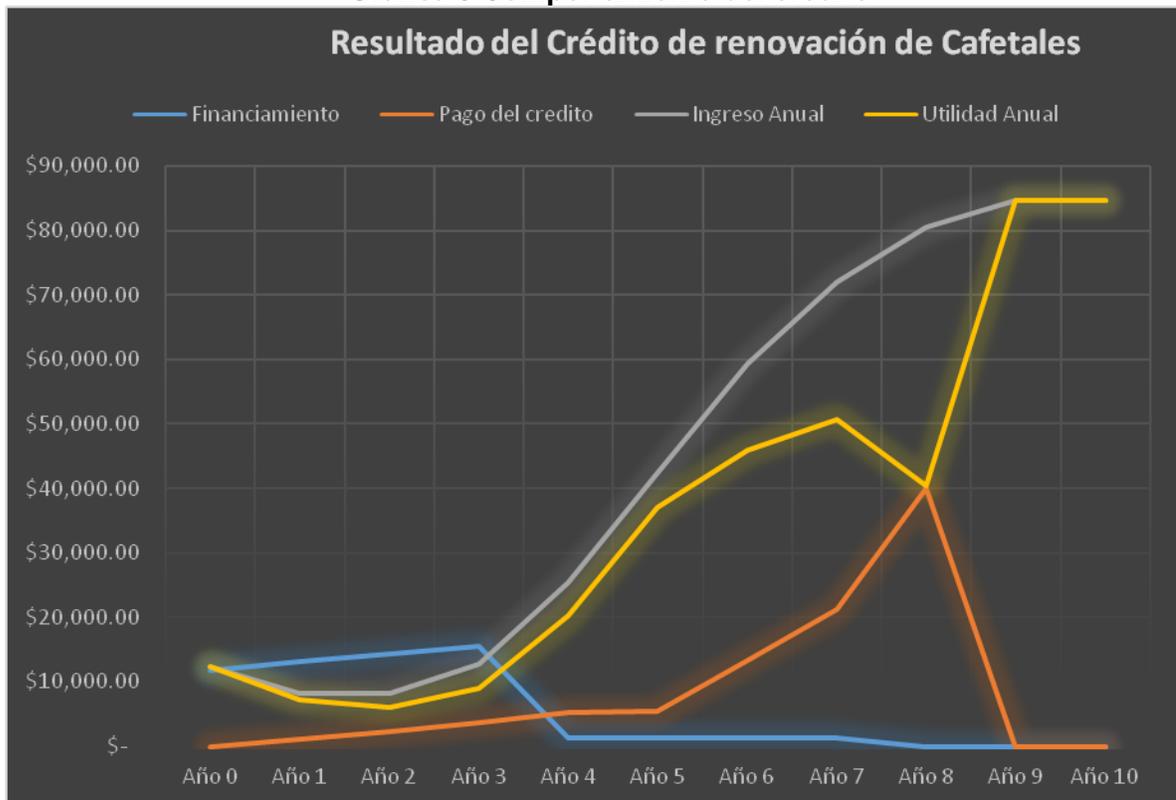
Tabla 9 ingresos

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Quintales por Hectárea	\$ 5.85	\$ 3.90	\$ 3.95	\$ 6.00	\$ 12.00	\$ 20.00	\$ 28.00	\$ 34.00	\$ 38.00
Precio promedio de quintal en dólares	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00	\$ 141.00
Tipo de cambio	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00
Ingreso Anual	\$ 12,372.75	\$ 8,248.50	\$ 8,354.25	\$ 12,690.00	\$ 25,380.00	\$ 42,300.00	\$ 59,220.00	\$ 71,910.00	\$ 80,370.00
Menos pago de intereses y capital	\$ -	\$ 1,133.18	\$ 2,382.81	\$ 3,748.89	\$ 5,231.41	\$ 5,367.55	\$ 13,423.50	\$ 21,217.50	\$ 40,021.83
Utilidad Anual ESPERADA	12,372.75	7,115.32	5,971.44	8,941.11	20,148.59	36,932.45	45,796.50	50,692.50	40,348.17

Tabla 10. Amortización del Crédito

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Pago de Intereses	\$ -	\$ 1,133.18	\$ 2,382.81	\$ 3,748.89	\$ 5,231.41	\$ 5,367.55	\$ 5,503.68	\$ 4,887.43	\$ 3,472.21
Pago de Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,919.82	\$ 16,330.07	\$ 36,549.62
Pago del crédito	\$ -	\$ 1,133.18	\$ 2,382.81	\$ 3,748.89	\$ 5,231.41	\$ 5,367.55	\$ 13,423.50	\$ 21,217.50	\$ 40,021.83

Grafica 5 Comportamiento del crédito



Fuente: Organización Buen Samaritano 2015

Como se observa claramente en el gráfico, El pago del crédito anual nunca es mayor que los ingresos del productor.

Los ingresos en los primeros 3 años se ven disminuidos por el efecto de que las nuevas plantaciones aun no producen ganancias.

Después del tercer año los ingresos comienzan a tomar claramente un alza la cual incluso comienza a superar los ingresos actuales por hectárea.

En el octavo año cuando él la hectárea total esté produciendo al 100% la producción total por hectárea habrá pasado de 7 a 40 Quintales por hectárea

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados de los socios

Uno de los logros como organización es mantener y a la vez incrementar el número de socios a este esquema de Comercio Justo desde su creación, pero es notable que una de sus debilidades primordiales de esta organización es la falta de promoción y difusión, por lo mismo no es constante el crecimiento del número de socios en la organización.

Otro de las cosas que se observó y mencionaron los en la entrevista realizada a los productores es que la media en superficie de siembra se encuentra entre las 10 hectáreas de café, y levantan alrededor de 3.5 a 7 quintales de 60 kg café pergamino seco por hectárea, esto por la orografía del terreno ya que es muy accidentada, las labores de conservación de suelo y agua no se realizan constantemente, por que los cafetales viejos, con más de 40 años de siembra y la infesta de roya esto permite que ellos cosechen alrededor de 35 a 70 quintales de café pergamino en un año bueno percibiendo de ingresos en una cosecha buena alrededor de \$77,000 a \$154,000 sin considerando el precio del año 2014 de \$2,200.

Los beneficios que obtienen por estar dentro de la organización el Buen Samaritano (Comercio Justo) se enlistan a continuación:

- El premio de desarrollo por trabajar con productos orgánicos de manera responsable con el medio ambiente y de motivarlos a seguir trabajando con el café para poder cubrir las demandas internacionales se les da un monto de 20 dólares equivalente a peso Mexicano, esto adicionales por cada quintal de café pergamino de 60 Kg vendido.

- La asesoría técnica por parte de los técnicos capacitados por la Federación Indígena Ecológica de Chiapas, en la elaboración de abonos orgánicos, terrazas para los cafetales, manejo de podas, sombras, desijes, limpias, curvas a nivel, barreras vivas o muertas dentro de los cafetales, entre otras actividades.
- 500 almacigos de café resistentes a la roya del café por hectárea, que son entregadas a cada socio por cada ciclo de producción, esto para la renovación de cafetales, para reemplazo.
- Proyectos de patios para secado de café.
- Entrega de despulpadoras eléctricas para hacer más rápido el trabajo.
- Láminas para los socios para construcción de ranchos o chos provisionales en parcelas.
- Módulos integrales (huertos de trapatio con la producción de hortalizas, crianza de gallinas, lombrices, abejas y peces)
- Gestión y solicitud de un crédito para la renovación de los cafetales, con adquisición de planta resistente a roya del café, coberturas de precios, seguros básicos y asistencia técnica.
- Certificaciones internacionales de producción orgánica como es la FLO internacional.
- La creación de una bodega para acopio de café pergamino.
- La creación de un albergue estudiantil, para hijos de socios de la organización.

De los ingresos anuales un 10% es invertido en las parcelas para la compra de más plantas de café o pago de mano de obra para las labores culturales de las parcelas.

Estos serían los beneficios que perciben los productores de la Organización el Buen Samaritan por operar con el esquema de Comercio Justo en Siltepec.

Resultado de los productores convencionales

En el caso de los productores convencionales encuestados podemos mencionar la siguiente información.

Se les preguntó si conocían o habían escuchado del Comercio Justo y de los beneficios que podían tener al estar dentro de este sistema, pero todos mencionaron que no sabían que era eso, dentro de la entrevista se les menciona detalladamente en qué comprendía tal sistema de Comercio Justo y qué organizaciones trabajan dentro de ella como el caso de la organización el Buen Samaritano. A continuación se mencionan los resultados de la entrevista.

- No habían escuchado y no conocían de cómo opera el comercio Justo.
- Tiene la misma superficie de café sembrada aunque obtienen más de los 3 quintales de café seco de 60 Kg pero la mayoría está en los 2 quintales de café, esto por que ellos fertilizan su parcela con abonos que en su mayoría son proporcionados por programas de gobierno, programas que son muy egoístas con el medio ambiente.
- Los costos de producción son más que los socios orgánicos ya que acá nadie les exige por la calidad del producto.
- No reciben ningún incentivo económico por la venta de su producto mucho menos proyectos productivos de infraestructura y equipo.
- No obtienen capacitación de manejo de parcelas y de labores culturales.
- No son apoyados con plantas y no están certificados.

Todos conocen a los socios de la organización el Buen Samaritano, pero ellos no han querido incorporarse a esta organización, pues ya descuidaron sus cafetales, todos trabajan con químicos, y la Organización el Buen Samaritano les pide como mínimo 5 años sin químicos para ser transitorios para tener su ficha técnica y incorporarse a la organización.

Una de las preguntas que mencionaba al final, era si les gustaría ser socios de esta organización y trabajar con prácticas orgánicas en sus cafetales, todos me respondieron que sí, pues se han dado cuenta de los beneficios que tienen aparte del precio de su venta del café, mas en estos dos últimos años donde la producción se vino abajo por el problema que tuvieron con la roya del café y se dan cuenta que los únicos que han tratado de sobresalir con el problema son los socios de la organización el Buen Samaritano y reciben apoyos de capacitación. Ellos dicen que solicitaran a la organización su inscripción para ser parte de ella y obtener los beneficios después de certificar su parcela como orgánica.

Gracias a la entrevista realizada y la plática que se les dio en esta localidad de Siltepec, ellos ya tienen más conocimiento de cómo opera este sistema de Comercio Justo y de los beneficios que se obtienen al operar bajo este esquema de comercio.

Discusión

El Comercio Justo no tiene en sí una definición en lo particular varios autores expertos en la materia argumentan algunas definiciones, para esta investigación tomamos como definición la que menciona la Fairtrade Labelling Organization (FLO), que el comercio justo es una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores, siendo responsables con el medio ambiente. Donde todos salen beneficiados mutuamente y con condiciones comerciales más provechosas permitiéndoles mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias, esto es la esencia de este sistema que no excluye a nadie dentro de la cadena de producción.

Todo lo anterior es gracias a los autores del comercio justo como lo menciona Torres que los actores del comercio justo son tres: **el pequeño productor asociado, consumidores responsables y el intermediario** sin afán de lucro en este caso la organización el Buen Samaritano cubre con estas características, ya que

el modelo del comercio convencional está integrado por múltiples acaparadores que son los únicos que se benefician dejando al pequeño productor con lo mínimo.

Esta es la forma de cómo trabaja y opera la organización el Buena Samaritana, pues los socios son productores orgánicos asociados al sistema de Comercio Justo y certificado, los consumidores que demandan un producto orgánicamente libre de químicos, y a los intermediarios sin fin de lucro desmedido que viene siendo la Federación Indígena Ecológica de Chiapas quien es el enlace directo con el mercado internacional.

En el caso de los productores asociados estas son sus características:

- Se compran los productos directamente al productor reduciendo al mínimo el número de intermediarios.
- El precio de compra está en función de los costos de materias primas, de la producción, del tiempo y la energía invertidos, para permitir al productor obtener un ingreso razonable que le ayude a alcanzar un nivel de vida digno y próspero.
- Los productores tienen derecho a la financiación de sus parcelas por parte de convenios realizados con dependencias de gobierno y crediticias para la renovación de cafetales contra la roya.

Las relaciones comerciales son de largo plazo como lo menciona la FLO, los productores se deben integrar en cooperativas o asociaciones, se les brinda ayuda técnica y asesoría a los productores para el desarrollo de nuevos productos o el mejoramiento de los ya existentes.

- El benéfico de proyectos productivos.
- El financiamiento, la organización, la formación técnica y administrativa.

Son muchos los beneficios que obtiene los socios de organizaciones del sistemas de Comercio Justo así lo menciona (FLO), y esto es evidente con los socios del buen samaritano.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión

De la investigación documental del café en Chiapas concluyo que Chiapas es el principal Estado productor de café en el país obteniendo un ingreso por la venta de este grano de \$ 2, 040,607.85 así lo menciona SAGARPA – SIAP y Ecosur en el año 2015, que en el Distrito XI Sierra Siltepec Chiapas ocupa el segundo lugar siendo esta la base de la económica de los productores indígenas.

Pero que tales ingresos en su mayoría no son lo deseable para el pequeño productor, son pocos los productores que perciben un ingreso justo por la venta de este grano, por mencionar a los socios de la Federación Indígena Ecológica de Chiapas y todas las organizaciones incorporadas a ella, reciben una remuneración adicional por la venta de sus productos como es el caso de la Organización Buen Samaritano.

Se logró cumplir con los objetivos planteados en su inicio de la presente tesis, analizando las características de los cafecultores de Siltepec, Chiapas que operan bajo el sistema del Comercio Justo con el interés de conocer los beneficios de la misma; especialmente de los integrantes de la organización el Buen Samaritano que operan bajo este nuevo esquema de comercio, comparado con los productores convencionales, siendo los socios de la organización el Buen Samaritano los que perciben más beneficios como; asistencia técnica, bonos de desarrollo, créditos, proyectos productivos entre otros. Y los productores convencionales solo perciben de los ingresos de la venta de su producto.

Podemos decir que el comercio justo es la mejor alternativa para favorecer el ingreso de las familias cafetaleras de Siltepec, Chiapas.

Y que una de las limitaciones que los productores convencionales presentan para poder incorporarse a este nuevo esquema de comercio Justo es el trabajar con agroquímicos en sus parcelas. Ya que para operar con este esquema la prioridad es la producción orgánica.

También se cumple lo que menciona el Autor Torres que el Comercio justo es la mejor alternativa para los productores indígenas, ya que los beneficios son más que con el esquema de comercio convencional, además hace mención que para que opere el comercio justo como tal se requiere de los principales actores de este es quemas que son **el pequeño productor asociado, el consumidores responsables y el intermediario** sin afán de lucro desmedido. Por todo lo anterior concluimos que el supuesto que planteábamos en a presente tesis se cumple porque cumple con todo lo mencionado ya que el comercio justo es la alternativa para favorecer el ingreso de las familias cafetaleras.

Ya que los factores de éxito para que se dé el comercio justo es principalmente la organización de cada uno de los productores y los retos son el poder cambiar la producción convencional a la orgánica.

Por el lado de los productores convencionales a ellos les beneficiara adoptar este nuevo esquema de comercio para poder tener mayores ingresos, ya que lo años que vienen son difíciles para cualquier productor cafetalero por los daños que ocasiona la roya del café, también las limitaciones que ellos ven es el cambiar las labores culturales convencionales a bunas prácticas agrícolas orgánicas.

Recomendaciones

Las recomendaciones es elaborar un estudio en todos los ejidos del municipio de Siltepec con apoyos de los técnicos de la FIECH, crear más parcelas demostrativas como la que se creó en el Barrio Escobillal para que las personas vean todos los benéficos que obtienen con recursos naturales de una manera

sustentable e involucrarlos a ellos en todas las labores de la parcela para que vean el interés y los beneficios de trabajar con insumos orgánicos.

Otra de las recomendaciones es poder tener una hora como mínimo por semana en las radiofusas locales para seguir difundiendo constantemente este nuevo esquema de organización y los beneficios de la misma para aumentar los socios.

Por medio de la Área de Agropecuario del Municipio poder crear foros anuales para el intercambio de experiencias entre cafetaleros, motivarlos y actualizarlos de nuevas prácticas agrícolas para los cafetales con cursos para el control de la roya de café.

Para la organización Buen Samaritano, que pueda ejecutar el proyecto de la venta de su producto local en el centro del municipio de Siltepec, independientemente que ellos sean parte de la marca Café Bio maya de la Federación indígena Ecológica de Chiapas.

Crear viveros de variedades resistentes a la roya del café y poder venderlas a los productores convencionales a precios accesibles con garantía de producción.

A los productores convencionales del municipio adoptar este nuevo esquema de comercio para poder certificar sus parcelas e incorporarse al padrón de socios de la organización el Buen Samaritano.

Esta aportación por parte de esta investigación no termina aquí, seguiré contribuyendo como profesionista para poder ser un eslabón dentro de esta cadena de producción, apoyándolos en capacitación, y por qué no poder ser gestor de proyectos productivos para que tengan mayores producciones y beneficios que puedan ser palpables en la vida de todos los pequeños productores indígenas de esta región.

BIBLIOGRAFÍA

1. **AMECAFE.** (2012). *Plan Integral de Promoción del Café de México*. Diciembre 21, 2014, de AMECAFE Sitio web: <http://amecafe.org.mx/backup/pcm2012.pdf>.
2. **Aguilar, C.** (2009). *El modelo de Comercio Justo, una alternativa de desarrollo. Su implementación bajo el cultivo de café orgánico en México (Caso Chiapas: ISMAM)*. Tesis de Licenciatura. UASL. San Luis Potosí. S.L.P 37 p.
3. **AKAKI y HUACUJA, .** (2006). *Cadenas globales y café en México. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología*., 4, 18 Pp.
4. **AMECAFE.** (2014). *Exportaciones 2014*. Diciembre 21, 2014, de AMECAFE Sitio web: <http://amecafe.org.mx/backup/pcm2012.pdf>.
5. **Anzuetto, F.** (2013). *Variedades de café. El cafetal - AMECAFE*, No. 35, 20- 27 PP.
6. **Aranda, J.** (2004). *El sistema campesino indígena de producción de café*. Mayo 2, 2014, de La Jornada Ecológica Sitio web: <file:///C:/Users/R%C3%92MULO/Downloads/Dialnet-EICafeDeSombra-2877227.pdf>.
7. **Arellano R.** (2000). *Marketing Enfoque América Latina*. México: Editorial Mc. Graw Hill.
8. **ARÉVALO.** (2000). *Sistemas combinado de plantas forestales con cultivos*. Proyecto SUBIR. CARE, JATUN SACHA Y ECOCIENCIA USAID. Volumen 2. Pág. 1-13.
9. **Barrera, J, F.** (2000). *El café en Chiapas*. Julio 26, 2014, de ECOSUR Sitio web: <http://revistas.ecosur.mx/ecofronteras/index.php/eco/article/view/429/427>.
10. **Becker, R. y Freytag, W.** (año 1992). *Manual para el control de la calidad del café*. Proyecto de Mejoramiento de la calidad y Comercialización del Café (MECAFE). Santo Domingo, República Dominicana. PP. 11-39.
11. **cecon, B.** (2008). *El Comercio Justo en América Latina*. México: Coptl ArXives.
12. **Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H.** (2001). *El mercado del café en México*. Diciembre 3, 2014, de Cámara de Diputados. Sitio web: www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/.../mesa_240215.pdf.
13. **El ABC del Comercio Justo.** (2012). *El movimiento del Comercio Justo*. Mayo 11, 2014, de Comisión de Ética de la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo de España Sitio web: https://www.unican.es/NR/rdonlyres/F49FC0E4-42E2-4505-9048-E58B3FB3373E/56272/EI_ABC_del_CJ_Elmovimiento.pdf.
14. **El economista.** (2014). *AMECAFE*. 10-01-2015, de El economista Sitio web: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/02/28/hongo-merma-40-produccion-café>.

15. **European Fair Trade Association.** (2000). *Comercio Justo*. Mayo 12, 2014, de Asociación Europea de Comercio Justo Sitio web: <http://www.eurosur.org/EFTA/2000/introduccion.html>.
16. **Fairtrade Labelling Organization .** (2012)¿ *Quiénes somos?* Agosto 11, 2014, de FLO Sitio web: <http://www.fairtrade.net/361.html?&L=1>.
17. **Ferré, F. (1999).** Origen del Café. En *El mundo mágico del café*. (67 PP.- 75). Madrid, Noviembre: Editorial Espasa.
18. **Financiera Nacional de Desarrollo.** (2014). *Precio Internacional de café*. Abril 25, 2014, de Financiera Nacional de Desarrollo Sitio web: <http://www.fnd.gob.mx/Paginas/FNDIni.aspx>.
19. **García, K. O. (2008).** *Programa de Desarrollo de Proveedores, para la Comercialización del café: el caso de San Mateo Piñas y Santa María Coixtepec, Oaxaca*. Tesis de Licenciatura. UTM. Huajuapán de León, Oaxaca. 93 -100p.
20. **INEGI.** (2014). *Siltepec*. Julio 22, 2014, de INEGI Sitio web: <http://www.inegi.org.mx/>.
21. **La FAO.** (2015). *Agricultura mundial: hacia los años 2015/2030*. Mayo 6, 2015, de La FAO. Sitio web: <http://www.fao.org/docrep/004/y3557s/y3557s08.htm>.
22. **Monroy, M. (2003).** "Morfología del Café. Agosto 6, 2104, de academia Sitio web: <http://academic.uprm.edu/mmonroig/id53.htm>.
23. **Otero, A. I. (2006).** El comercio justo como innovación social y económica: el caso de México. Mayo 24, 2014, de OBSERVATOIRE DES AMERIQUES Sitio web: http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/chro_Otero_06_35.pdf.
24. **SAGARPA.** (2005). *Federación Indígena Ecológica de Chiapas*. Mayo 12, 2014, de SAGARPA Sitio web: http://www.sicde.gob.mx/portal/bin/nota.php?from=500&accion=buscar&subrutina=pagina_1&column=2&busqueda=&orderBy=Notas.MedioComunicacion&order=DESC-ald=457786265438495643c2cd.
25. **SAGARPA.** (2012). *Cultivos agroindustriales*. Mayo 4, 2014, de SAGARPA Sitio web: <http://www.sagarpa.gob.mx/agricultura/Documents/Cultivos%20Agroindustriales/Impactos%20Caf%C3%A9.pdf>.
26. **Torres,** 2008. *Comercio Justo una alternativa de desarrollo para los pequeños productores*. Tesis de Licenciatura.UAC. Chihuahua. Chihuahua. 45 pp.

ANEXOS

Cuestionario aplicado a socios

Datos generales

Nombre del productor: _____

Edad: _____

1. ¿Usted es socio de la organización buen Samaritano? _____
2. ¿Desde qué año es socio? _____
3. ¿Ha recibido beneficios a partir de su incorporación a la organización? _____
4. ¿menciones los beneficios? _____
5. ¿Qué superficie en hectáreas siembra y cosecha de café para la venta? _____
6. ¿Qué tipo de café produce? _____
7. ¿Cuántos quintales de café cosecha en un año cafetalero por hectárea? _____
8. ¿todo el café que produce es para venta o que proporción es para consumo? _____
9. ¿en dónde vence su café? _____
10. ¿Qué medio utiliza para trasportar sus sacos de café a laorganizacion? _____
11. ¿Cuánto gasta en promedio en la producción de café en una hectárea? _____
12. ¿Qué cantidad recibe por hectárea en una año cafetalero por la venta de su café? _____
13. ¿Qué cantidad monetaria recibe de los apoyos?
14. ¿el dinero total (venta y apoyos) obtenido le alcanza para producción de café? _____

15. ¿Qué porcentaje de ese dinero lo utiliza en la producción de café? _____
16. ¿y el resto del dinero en que lo asigna? _____
17. en caso de ser negativa la pregunta 14 ¿a qué medidas recurre para compensar el faltante de los costos de producción? _____
18. de un 100% mencione el porcentaje que destina a cada actividad de la producción que se indica:
- _____ pisca o corte del grano
- _____ limpia
- _____ despulpado
- _____ poda
- _____ otros
19. ¿sabe en qué consiste el comercio justo? _____
- Explicar al productor que es el comercio justo
20. ¿Ha vendido su café en el comercio justo? _____
21. ¿Cómo se enteró del comercio justo? _____
22. ¿Cómo se enteró de la organización buen samaritano? _____
23. ¿Qué aspectos no le gusta del comercio justo? _____
24. ¿Cuál cree usted que es el requisito más importante para comercializar su café en el comercio justo? _____
25. ¿Cuánto tiempo lleva comercializando su café en este sistema? _____
26. ¿recomendaría usted a los demás productores a que trabajen bajo este esquema? _____

Gracias por su apoyo

Cuestionario aplicado a los productores convencionales

Datos generales

Nombre del productor: _____

Años: _____

1. ¿desde cuándo es productor de café? _____
2. ¿Qué variedades de café produce? _____
3. ¿cuantos quintales levanta en un año cafetalero bueno ? _____
4. ¿cuantos quintales levanta en un año cafetalero malo? _____
5. ¿a quién vende su café? _____
6. ¿Cuál fue el precio del quintal con el que le pagaron este año?
7. ¿Qué otros beneficios recibe a parte del pago de su café? _____
8. ¿esto le alcanza para pagar los costos de producción? _____
9. ¿conoce o ha escuchado el comercio justo? _____
Explicarle en que consiste el comercio justo
10. ¿Conoce algún socio de alguna organización que esté trabajando bajo este sistema? _____
11. ¿Ha escuchado de la organización **buen samaritano**? _____
12. ¿Conoce algún socio de esta organización? _____
13. ¿Qué diferencias puede usted ver entre un socio y un productor que no esté en esta organización? _____
14. ¿Le gustaría ser socio de esta organización? _____
15. ¿Qué limitaciones abrían para que usted entrara a esta organización? _____
16. ¿si le preguntaran si quisiera ser socio de la organización buen samaritano usted que respondería? Si o no

Imágenes de la organización y de entrevistas





