

## EJEMPLOS DE ORGANIZACIONES ORGÁNICAS

La existencia de organizaciones sociales que producen café orgánico en México, y especialmente en Chiapas, Oaxaca y Puebla, han hecho que la producción de café orgánico sea muy fuerte.

Los siguientes son solamente algunos ejemplos de nombres de organizaciones de productores, en los estados de Chiapas y Oaxaca que exportan café orgánico al mundo, desde nuestro país:



### CHIAPAS

- COMON YAJ NOP TIC
- CESMACH
- TRIUNFO VERDE
- ISMAM
- MAJOMUT
- PROCAFEM
- SAN FERNANDO
- FIECH
- ORPAE
- CIRSA

### OAXACA

- UCIRI
- CEPSCO
- ASILO
- ARIC
- UNCAFAECSA

**Coordinación:** Cesar M. Velázquez Hdez.

**Dibujos:** Ariosto Ovando Sánchez

**Colaboraciones:** Carmen J. Arcos M.,  
Gabriela Micelli M., Guillermo Trujillo D.

[www.conider.org](http://www.conider.org)

[conider@gmail.com](mailto:conider@gmail.com)

**Fb: ConiderSC - Twitter: Conider**

**Tel oficina: (961)2123909**

Se permite cualquier reproducción por cualquier medio, citando la fuente respectiva.

Agradecemos el apoyo de la Fundación W. K. Kellogg, por su lucha hacia las mejores causas de las comunidades de pequeños productores e indígenas en México.

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, enero 2018



Consultorías Integrales para el  
Desarrollo Rural Sustentable S.C.

## LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ



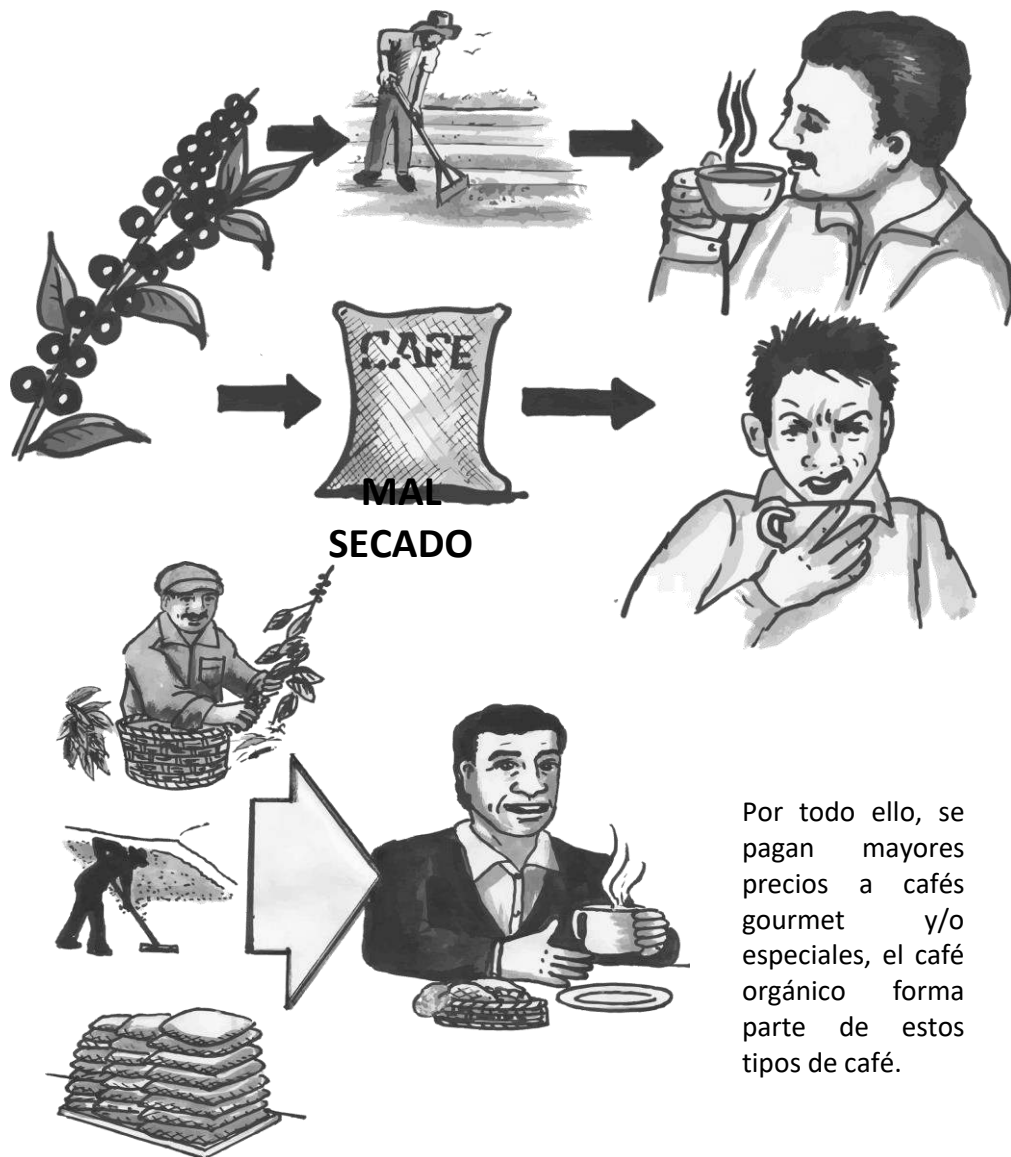
SERIE: **Café sustentable**

NUMERO: 10

## INTRODUCCIÓN

El mercado del café sustentable está creciendo de manera muy rápida y la industria se beneficia cada vez más, con ventas mayores y mejores precios, debido a que es café especial por su calidad mejorada.

La industria del café de especialidad está confiando en la producción de café orgánico, debido a que existe una buena calidad y además se venden otras características como el aspecto social y la sanidad del producto.



Por todo ello, se pagan mayores precios a cafés gourmet y/o especiales, el café orgánico forma parte de estos tipos de café.

## PRINCIPALES COMPRADORES

En el mundo existen muchos **compradores de café orgánico y de comercio justo**, en cada país, hay empresas formales que comercializan estos tipos de café. En el cuadro de abajo, se mencionan las más conocidas en México, cabe mencionar que no son las únicas.

**Estados Unidos:** OPTCO, CAFÉ IMPORTS, SUSTAINABLE HARVEST, GLOBUS COFFEE, EQUAL EXCHANGE, TERRANOVA TRADING COMPANY y ROYAL COFFEE  
**Canadá:** NJ DOUEK  
**Inglaterra:** TWIN TRADING  
**Holanda:** VAN WEELY y SIMÓN LEVELT  
**Alemania:** FRANZ NIEHOFF, RAPUNZEL y NAF  
**Suiza:** GENOVARS  
**Italia:** CTM  
**Japón:** MITSUBISCHI





## EL CAMINO HACIA UNA EMPRESA SOCIAL

Una organización que comercialice café y donde a los socios no les llegue algo de ganancia, no sirve. De igual manera si la comercialización no le es útil a los socios para mejorar su calidad de vida, tampoco sirve.

Por eso una organización que comercialice, deberá transformarse en una empresa social, es decir, que obtenga ganancias y que estas ganancias sirvan a los socios o a la empresa a generar más dinero para los propios socios.

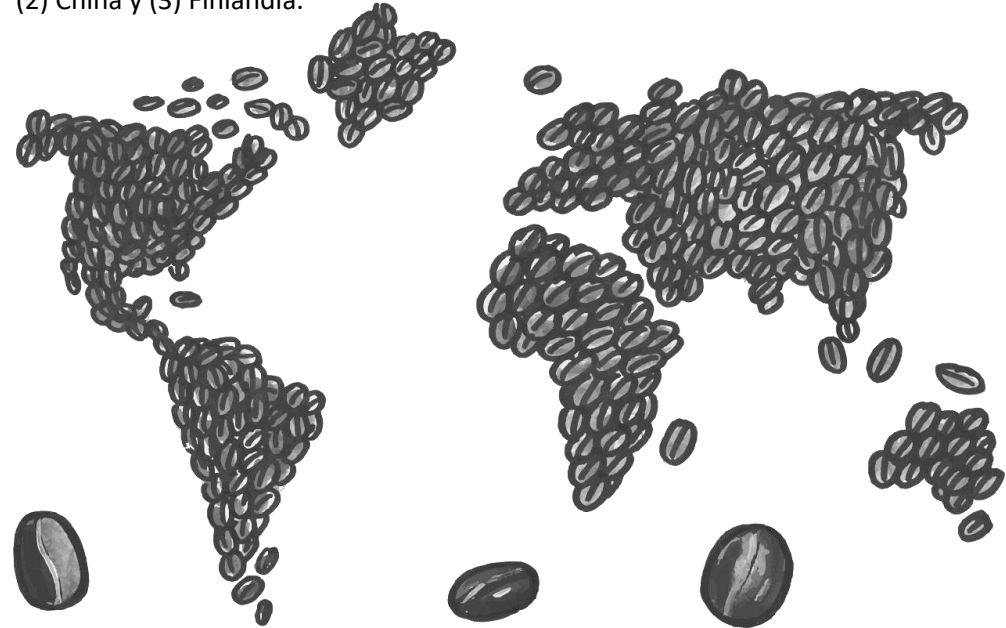


Daremos más detalles en el Folleto 11, pero lo importante en este caso es que la lucha de una organización no termina con vender café, sino que va más allá: hacerse una empresa que combine ganar dinero y al mismo tiempo, mejorar la vida de sus socios en varios aspectos como son la salud, educación y mejor calidad de vida en general.

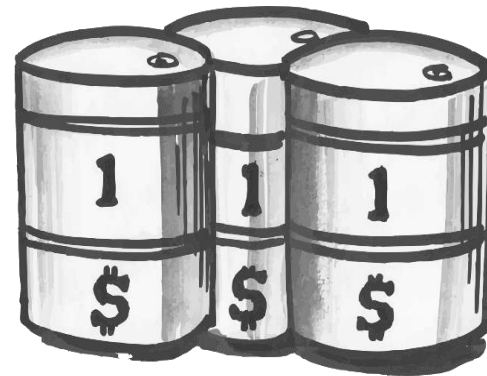
## LA IMPORTANCIA MUNDIAL DEL CAFÉ

Hay tres mercados importantes de café orgánico que en la actualidad consumen la mayor parte de café del mercado mundial: (1) Europa: Alemania, Italia, Francia, España, Inglaterra y Polonia; (2) Japón y (3) Estados Unidos.

Existen otros mercados potenciales o que pueden ser lugares en los que se puede vender mucho café como son: (1) Europa: Dinamarca, Suecia, Estonia, Eslovenia; (2) China y (3) Finlandia.



El 50% de la producción orgánica del mundo es café, México es el primer productor de café en el mundo y Chiapas aporta el 57% del total de café que se produce en el país.



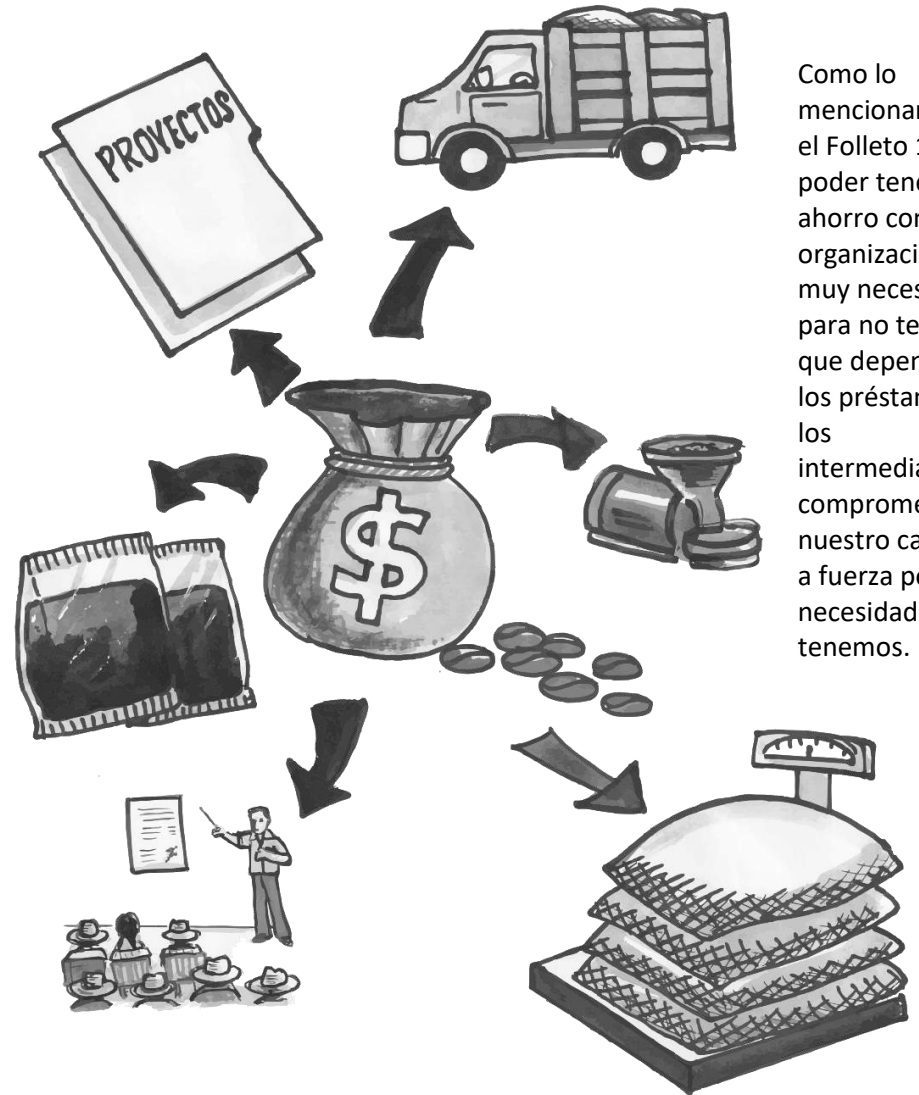
Según el diagnóstico titulado *Escenario Actual del Café*, realizado en junio de 2010 por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa), **México es el principal productor de café orgánico en el mundo.**

Aporta 30 millones de toneladas al año, de los cuales el **57% es producido en Chiapas**; el resto de la producción la realizan Oaxaca, Veracruz, Guerrero y Puebla. El principal mercado de este producto, es el europeo.



Esta producción de café orgánico está generada por pequeños productores de café, los cuales han estado en una lucha constante por tener mayores ganancias y con ello, mejorar su calidad de vida.

## LA CAPITALIZACIÓN Y AHORRO



Como lo mencionamos en el Folleto 11, el poder tener un ahorro como organización es muy necesario para no tener que depender de los préstamos de los intermediarios y comprometer nuestro café casi a fuerza por la necesidad que tenemos.

Para poder tener un ahorro o un fondo de dinero que se pueda utilizar para la comercialización, se pueden hacer muchas cosas como las siguientes:

1. Aportaciones en efectivo de parte de los socios
2. Cobrar cuotas por ingreso a la organización
3. Aportaciones en especie como café, que después se venda tostado y molido.
4. Donaciones de organizaciones de la sociedad civil
5. Créditos para acopio y ventas ya aseguradas que garanticen una ganancia

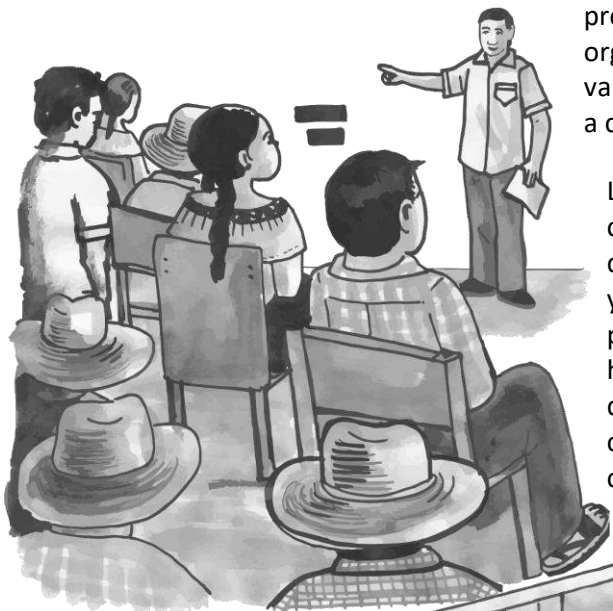


## FORMACIÓN DE ALIANZAS Y REDES

PRIMER ENCUENTRO ENTRE ORGANIZACIONES CAFETALERAS

Como mencionamos en el Folleto 11 de Empresas Sociales, para poder comercializar a mejores precios es necesario unirnos y organizarnos, de lo contrario, vamos a seguir luchando y vamos a conseguir muy poco.

La unión deberá ser con otros compañeros y hermanos que quieran lo mismo que nosotros y compartan nuestros principios, por lo que debemos hacer a un lado nuestras diferencias y buscar juntarnos con otros para poder vender con mayor fuerza.



Es importante que tengamos claro que lo que queremos es mejores precios por nuestro producto y por eso debemos empezar a hablar con los productores que tengan los mismos problemas que nosotros, esa es la única forma que podremos caminar hacia cosas mejores.

## FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para entender mejor nosotros como productores las formas de comercializar, decimos que existen tres formas dependiendo 1) A dónde se vende o el lugar dónde vendemos, 2) A quien se lo vendemos y 3) La manera en la cual se vende.

La figura de abajo, muestra las tres maneras de comercializar y en cada una de ellas, tres formas dentro de cada una que también marca las diferencias al momento de ponerle precio a nuestro producto.



## EL COMERCIO LOCAL

Decimos que se vende localmente, si vendemos nuestro café directamente en la comunidad, con el intermediario en la cabecera municipal o en la cabecera distrital, o en cualquier otro municipio en nuestro estado.



Como se puede ver, a medida que nos alejamos de nuestra comunidad, el precio del café va mejorando poco a poco, pero también hay otras exigencias, por ejemplo, para llevarlo a la cabecera distrital necesitamos transporte y que tenga una buena calidad.

La ventaja que tenemos de este tipo de comercio es que no necesitamos hacer mucho movimiento. La desventaja es que no le ganamos mucho y siempre los intermediarios se aprovechan de nuestra necesidad.



## OTRAS MANERAS DE AGREGAR VALOR

Existen muchas maneras de seguir agregando valor a nuestro café, ya que se puede vender la base para hacer jarabes, como café soluble o en diferentes presentaciones como lo están haciendo las grandes compañías que se dedican a la venta global de café.

La esencia de café sirve para elaborar muchos productos en repostería, comidas, productos de limpieza (champús y cremas), confitería (dulces) y bebidas (energizantes), aparte de ser tomado como bebida en taza.

La cafeticultura ha demostrado ser un excelente agroecosistema que ayuda a la conservación de especies animales silvestres por lo que también se puede cultivar y capturar carbono o vender otros servicios ambientales.





La calidad del café depende en mucho de lo que hagamos para agregar valor, es decir, la selección de variedades, el cuidado en la cosecha, en el desulpado, en el fermentado, secado, tostado, molido y envasado, se le puede dar mucho mayor valor que lo que normalmente tiene cuando se vende solamente como pergamino.

Pero podemos ir más allá, no solamente vender café tostado y molido al consumidor, también se pueden poner cafeterías y en este caso, vender la bebida y un servicio, además de las diferentes presentaciones en las cuales al día de hoy, se vende café.



## EL COMERCIO NACIONAL

El comercio nacional es cuando llevamos nuestro café fuera de nuestro estado y lo vendemos en otros estados del país. Por ejemplo hay compañeros que tuestan y muelen su café para llevarlo a Cancún y otros lo venden en Tabasco en bolsas directamente al consumidor.

En otros casos, hay organizaciones que venden a Restaurantes y Cafeterías en ciudades grandes como la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Villahermosa, etc.

Hay otras organizaciones que han crecido más y que tienen mayor fuerza, por lo que ya tienen cafeterías en el estado y en otros lugares del país. Esta forma de comercializar el café, sigue siendo nacional.



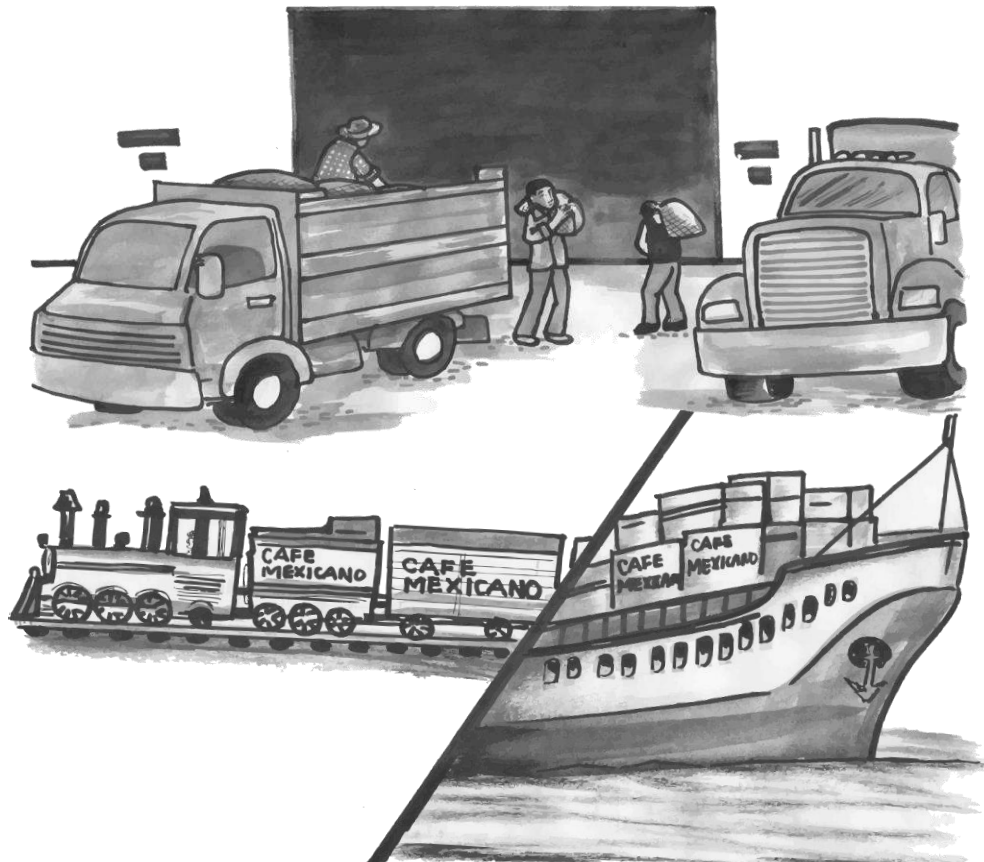
## EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional es cuando vendemos café fuera de nuestro país. Es a lo que se le llama la exportación de café. Para exportar café, necesitamos cumplir con:

1. Estar dado de alta en Hacienda
2. Un permiso de exportación
3. Garantizar una cantidad constante y buen café
4. Acuerdo con un comprador en el país de venta
5. Un área de comercialización en la organización
6. Torrefacción para entregar café oro o verde
7. Centro de acopio y equipo para acopiar

También es necesario desarrollar nuestra experiencia poco a poco, dando pasos primero como la organización y el centro de acopio antes de pensar en exportar.

## COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE CAFÉS TEXAS

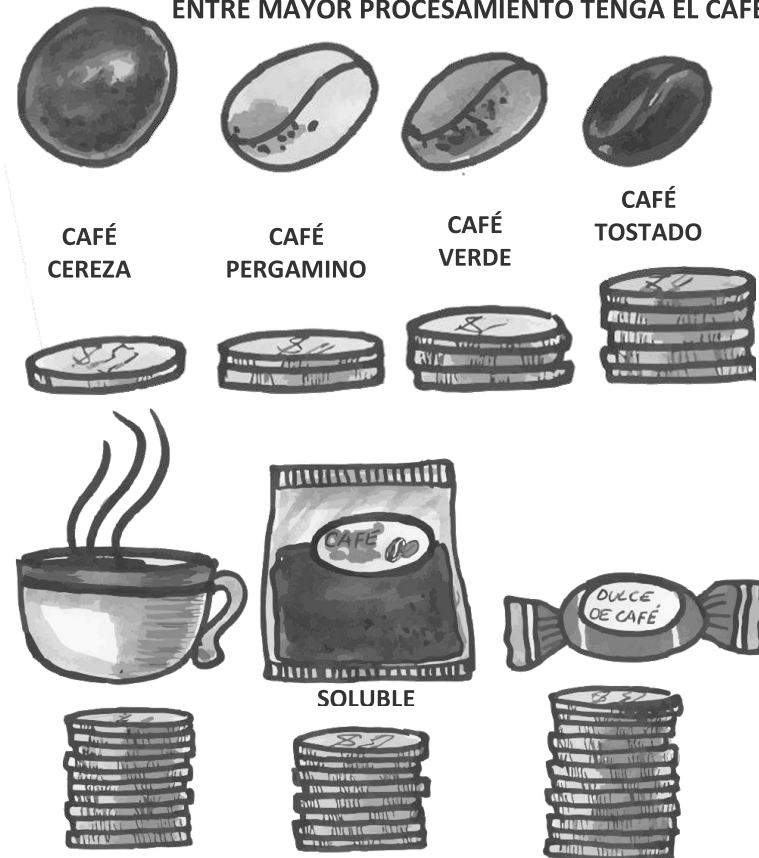


## LA AGREGACIÓN DE VALOR

Para el caso del café, el valor agregado es cuando lo transformamos de tal manera que valga más. Por ejemplo, el café pergamino vale más que el café cereza debido a que ha sido despulpado, lavado, fermentado y secado. También tiene un valor agregado cuando tiene una característica o un servicio extra. Por ejemplo cuando vendemos una variedad de café con un sabor excelente o cuando se tuesta, muele y envasa para su venta directa al consumidor.



### ENTRE MAYOR PROCESAMIENTO TENGA EL CAFÉ, TENDRÁ MAYOR VALOR



Como vemos, muchas de estas actividades no las realizamos nosotros, sino que las hacen las grandes empresas, por lo que justamente esa es la oportunidad que tenemos como productores para que nuestro café valga más.



Entrar al comercio justo no es solamente un sello o un requisito para que nuestro café valga más. Es un compromiso de los productores y de los consumidores de cambiar la forma actual en que se venden los productos en el mundo y el darle un valor justo a nuestro trabajo en el campo.

Poniendo en práctica los principios del Comercio Justo y aplicando los premios sociales en acciones que ayuden a nuestros socios y a las comunidades que forman parte de la organización, seguirán cambiando las cosas hacia nuevas maneras de llevarnos mejor y aprender a trabajar en colectivo.

El comercio justo es una herramienta que podemos utilizar para vender bien nuestro café, para hacer una sociedad más justa y para mejorar nuestra calidad de vida.

### REUNIÓN PARA TOMAR ACUERDOS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL PREMIO SOCIAL

1. Cantidad ingresada a la cuenta de la organización.
2. Propuesta de proyectos sociales
3. Inversión en la torrefactora
4. Albergue campesino
5. Acuerdos y tareas
6. Asuntos generales



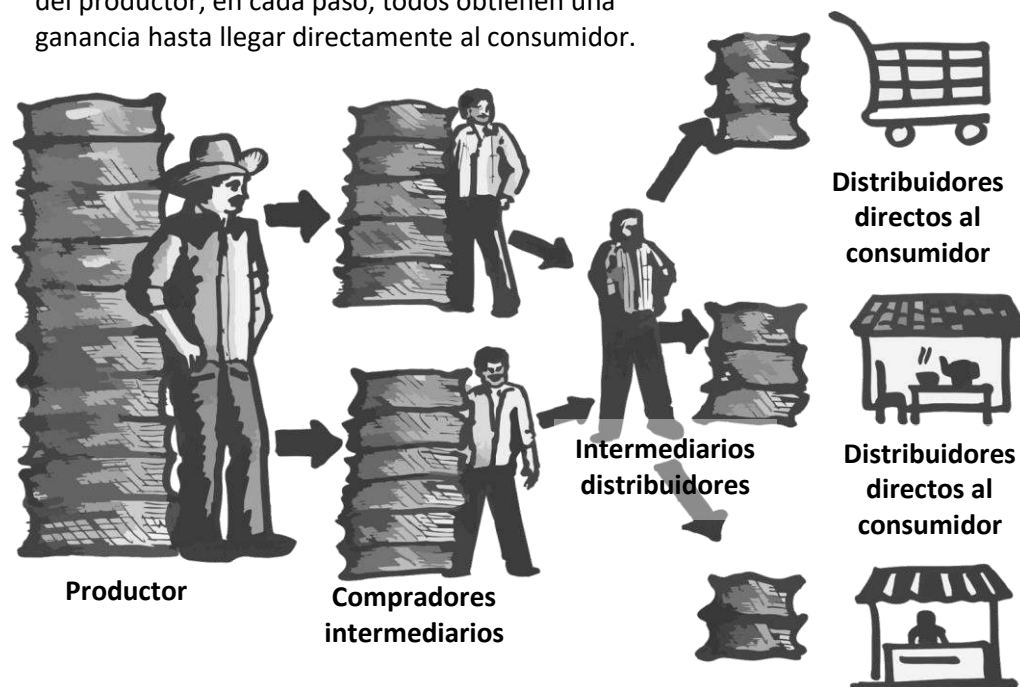
## A QUIEN SE VENDE

Cuando se vende a un intermediario, este siempre va a querer ganar porque está invirtiendo dinero, por eso siempre busca pagar menos a los productores.

Por eso es mejor vender directamente al consumidor, esto quiere decir a los que toman el café. Pero eso es necesario tener una buena calidad, tostar, moler y envasar nuestro café. Además, hay que ir a vender casa por casa, persona por persona, para entrar a competir en un mercado donde hay mucha competencia.



En la siguiente figura, se muestra una manera simple de compradores a partir del productor, en cada paso, todos obtienen una ganancia hasta llegar directamente al consumidor.



## CÓMO SE VENDE

Para el caso del café, aplican tres formas de vender: al mayoreo, al menudeo o ventas mixtas.

Debido a la presencia de muchos intermediarios, en el caso del café pergamino, siempre es mejor vender al mayoreo, es decir, con mucho volumen para que tenga mejor precio, esto es al revés de lo que sucede en los mercados tradicionales ya que no se le vende directo al consumidor.

De igual manera, cuando vendemos de a poco en nuestra misma comunidad o en la cabecera municipal, los intermediarios pagan menos precio porque tienen que hacer gastos de traslado, bolsas y tiempo para la compra. Eso hace que paguen menos por nuestro café.

Cuando el productor puede juntar todo su café puede esperar a que los precios del café estén mejor y entonces vender de acuerdo a sus necesidades.



Pero este sobre precio no es gratis, a cambio se piden dos cosas: una que las ganancias extras o premios sociales, se utilicen para fomentar acciones sociales dentro de las organizaciones como educación, salud, etc., y otra es que el café siga siendo de calidad.

Además, se espera que la organización que sea certificada en este tipo de comercio, sea una organización democrática, abierta, equitativa y que fomente valores sociales como la perspectiva de género, derechos humanos y otros.

Mayormente el comercio justo es de exportación debido a que los consumidores son principalmente Europeos, Japoneses y Estadounidenses; sin embargo, la demanda y sensibilización en México está creciendo cada vez más y ya es posible encontrar tiendas de comercio justo.



## EL CAFÉ DEL COMERCIO JUSTO

Para estar dentro del mercado del comercio justo, necesitamos contar con una certificación que verifique que somos pequeños productores y que cumplimos con los requisitos necesarios para poder vender en este rubro.

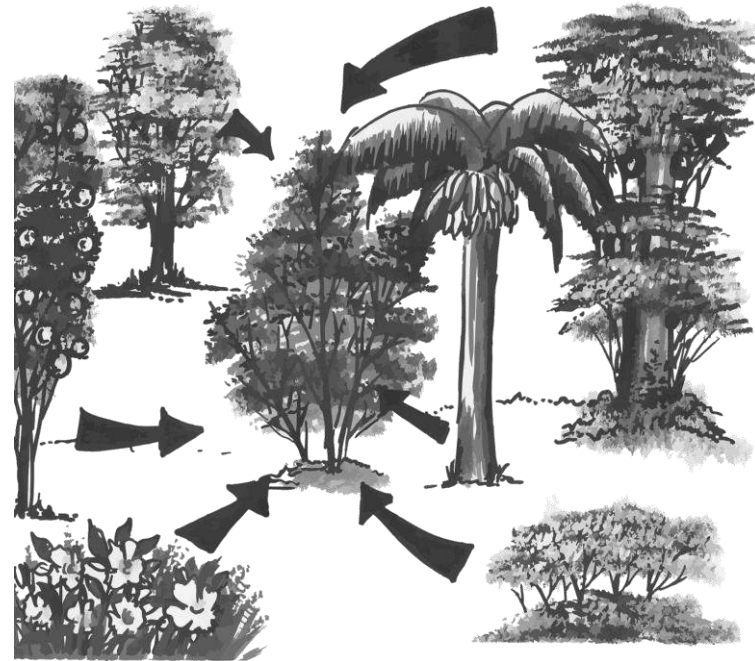
En este caso, como mencionamos antes, existen tres actores: el productor, un socio colaborador y un consumidor.

El comercio justo se da a través de un mercado que también llamamos justo porque los consumidores están sensibilizados socialmente y pagan un sobre precio a pequeños productores que tienen problemas para comercializar.

<p><b>1 OPORTUNIDADES PARA PRODUCTORES DESPROTEGIDOS</b></p> 	<p><b>2</b></p>  <p><b>TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD</b></p>
<p><b>3 PRÁCTICAS COMERCIALES JUSTAS</b></p> 	<p><b>4 PAGO JUSTO</b></p> 
<p><b>5</b></p>  <p><b>NO AL TRABAJO INFANTIL, NO AL TRABAJO FORZADO</b></p>	<p><b>6</b></p>  <p><b>NO A LA DISCRIMINACION, IGUALDAD DE GENERO, LIBERTAD DE ASOCIACION</b></p>

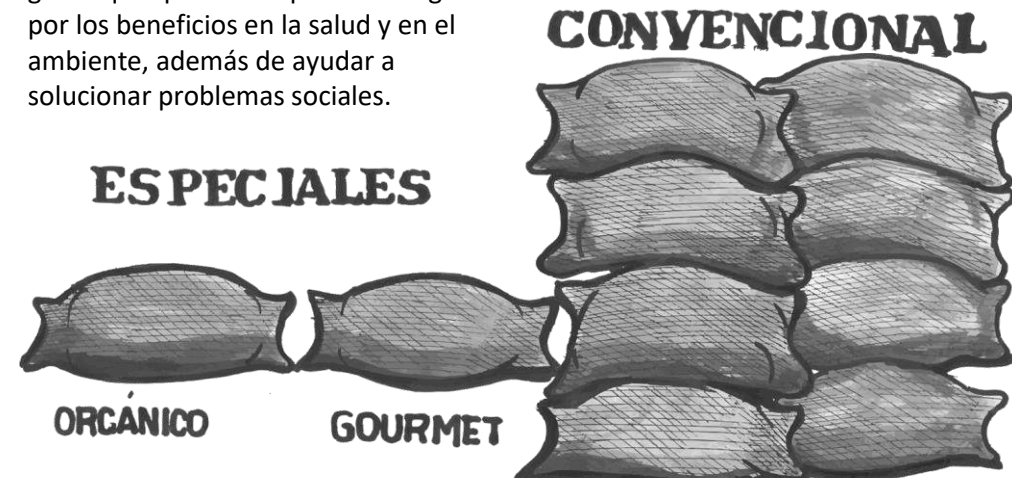
## EL COMERCIO DEL CAFÉ ORGÁNICO

Como mencionamos en el Folleto 9 sobre calidad, el café orgánico tiene un mayor precio que el convencional debido a que es un Café de Especialidad, eso quiere decir que no es igual al resto de cafés. Este precio casi siempre es arriba de un 10% a un 20% de lo que es el mercado convencional.



Es importante decir que cuando existe mucho café (oferta), su precio baja debido a que mucha gente prefiere cambiar a café convencional porque está muy barato, esto hay que tenerlo en cuenta con los socios para que no se desanimen en épocas de crisis.

La compra (demanda) del café orgánico, sigue creciendo y cada día hay más gente que quiere comprar café orgánico por los beneficios en la salud y en el ambiente, además de ayudar a solucionar problemas sociales.





El café, solamente por ser orgánico tiene una calidad propia, sin embargo, es muy importante **que la calidad del café se siga cuidando todo el tiempo** de acuerdo con lo que comentamos en el Folleto 9.

Cuando se trata de exportar café orgánico, puede ser por dos vías:

1. **A través de un comprador interesado.** Esta es la vía tradicional de venta donde el comprador ya tiene definida una ruta de comercialización y dentro del convenio que se firma, se acuerdan los gastos, compromisos y riesgos que se asumen por ambas partes.
2. **Vía comercio justo.** Donde existe un consumidor y un socio que ayuda a que la comercialización se de en términos justos.



En todos los casos es necesario contar con un certificado de producción orgánica y **sobre todo, estar organizados.**

El consumo de café en nuestro país se está incrementando, por lo que esa es una buena noticia para los productores de café, ya que podemos hacer mayores ventas en lugares relativamente cercanos.

A pesar de lo anterior, también es importante mencionar que existe mucha competencia, ya que en Chiapas y Oaxaca principalmente, existen muchas organizaciones sociales que han empezado a comercializar café tostado y molido para su venta directa al consumidor y con muy buena calidad.



Entonces, si queremos estar dentro del mercado necesitamos lo siguiente:

1. Garantizar una misma calidad (buena o excelente) todo el tiempo.
2. Contar con una marca si vendemos café tostado y molido.
3. Certificar cada año y estar al día en materia de producción orgánica.
4. Contar con un lugar para acopio y en la medida de lo posible, equipo para beneficio: mortero, pulido y seleccionado de café.

