

La amarga bonanza del café

Luis Hernández Navarro

La Jornada

28 de septiembre de 2010

El café está de moda en casi todo el mundo. Cada año se consumen más de 400 mil millones de tazas del aromático. Tomarlo es prestigioso. Ha dejado de ser una bebida de adultos o de trabajadores. Los jóvenes lo consumen abundantemente. Países acostumbrados a beber té se han vuelto cafeteros.

Pequeñas y grandes cafeterías crecen como hongos en muchas ciudades, la de México incluida. Se han convertido nuevamente en lugares de reunión y encuentro para amigos, enamorados y compañeros. Por todos lados florecen franquicias y sucursales de países que no son productores. Incluso cadenas de comida rápida, que tienen en la venta de bebidas gaseosas uno de sus negocios más rentables, han abierto cafeterías anexas a sus establecimientos.

En una época en la que se valora enormemente la actividad incesante, en la que no es bien visto estar cansado y en la que el consumo de bebidas energéticas ha crecido geométricamente, el café se ha revalorado. No en balde la palabra café proviene del árabe *qahwah*, que significa estimulante.

Como ha sucedido con productos agrícolas como el trigo o el maíz, su precio se ha incrementado en los últimos años. En 1989 cayó por los suelos como resultado de la ruptura de las cláusulas económicas de la Organización Internacional del Café (OIC), que regulaban el comercio mundial del aromático. En la década de 1990 la conversión de Vietnam en un abundante país productor, como resultado de las políticas del Banco Mundial, mantuvo la tendencia a los precios bajos. A partir de 2005 la tendencia se modificó y su cotización en los mercados internacionales se incrementó. En agosto pasado el precio indicativo llegó a 157.46 dólares las 100 libras. El mejor en los últimos 20 años.

Después del petróleo, el café es la mercancía más comercializada en el mundo. Unas 125 millones de personas dependen de esta actividad económica, entre ellas 25 millones de pequeños cultivadores. La producción del año de cosecha 2009-2010 fue de casi 120 millones de sacos de 60 kilogramos, de los cuales se exportaron más de 96 millones.

El incremento en los precios en este ciclo se debió, en parte, a que la producción mundial fue menor que el consumo en más de 10 millones de sacos. Las existencias han disminuido, el consumo mundial ha crecido en 2 millones de sacos al año y la cosecha del grano cayó. Por un

lado, países como Rusia, Ucrania y Eslovenia han entrado en el hábito de tomar café; naciones productoras que casi no consumían la bebida lo están haciendo ahora. Por el otro, fenómenos climatológicos como *el Niño*, asociados al calentamiento global, han ocasionado sequías e inundaciones en países donde el aromático se siembra.

Los buenos precios han favorecido mucho más a las grandes empresas comercializadoras y torrefactoras que a los pequeños productores. Las ganancias no llegan a las huertas y a quienes las trabajan. Cuatro o cinco compañías trasnacionales controlan la distribución del aromático en el mundo, a pesar de los intentos de los caficultores campesinos por abrir mercados alternativos.

El auge del café también atraviesa México. La acción combinada de la promoción del consumo de calidad, impulsada por las organizaciones de caficultores democráticas; de la comercialización alternativa de los consumidores conscientes (desde los simpatizantes del zapatismo hasta los convencidos de las virtudes de la agricultura orgánica) y la moda del aromático que llega desde el norte han facilitado la expansión de la bebida. En 2000 se consumieron un millón 189 mil sacos; en 2009, 2 millones 200 mil, los mismos que en 2008.

México es el sexto país productor del grano en el mundo. Existen cerca de 510 mil caficultores, la mayoría con parcelas de una o dos hectáreas. Sin embargo, la comercialización está monopolizada por tres empresas trasnacionales: Agroindustrias Unidas de México/Ecom, Becafisa/Volcafe y Cafés California. La Nestlé hegemoniza el consumo de mercado interno del aromático a través de la venta de café soluble.

Estas empresas controlan verticalmente las distintas fases del proceso productivo. Y el gobierno las apoya en la tarea. Les facilita crédito y recursos públicos y echa a caminar programas para estimular la siembra de la variedad robusta, en detrimento del fomento a granos de calidad.

En una situación de escasez mundial de cafés finos, estas grandes compañías han hecho una competencia desleal a las cooperativas democráticas de pequeños productores. Compran el grano cultivado por los miembros de las cooperativas, al margen de éstas, ofreciendo precios relativamente altos y al contado. Agobiados por necesidades inmediatas y deudas, los socios de las cooperativas han vendido parte importante de su cosecha a los grandes tiburones. Eso ha propiciado que, en plena bonanza en los precios, las organizaciones autogestivas hayan tenido serias dificultades para acopiar el aromático suficiente para cumplir los compromisos pactados previamente con los pequeños comercializadores alternativos de los países desarrollados. No cuentan, con mucha frecuencia, con el crédito suficiente para adquirir el conjunto de su producción al contado. En una coyuntura de precios altos, muchas asociaciones independientes

no pudieron ni adquirir ni vender el café de sus socios. Las empresas de comercio justo se quedaron, en muchas ocasiones, colgadas de la brocha.

En un momento en que el café puede ser considerado oro verde, quienes lo cultivan y cosechan en nuestro país apenas reciben sus beneficios, mientras otros siguen enriqueciéndose a costa de su esfuerzo y sufrimiento. Puestos a nadar en un mar infestado de tiburones corporativos, los pequeños productores han tenido que enfrentar, además, el apoyo del gobierno a las grandes empresas. Para ellos, la bonanza no ha dejado de tener tintes de amargura.

Twitter: [@lhan55](https://twitter.com/lhan55)

Fuente: <https://www.jornada.com.mx/2010/09/28/opinion/019a1pol>