

ISSN: 2594-0937

REVISTA ELECTRÓNICA MENSUAL

Debates sobre Innovación

DICIEMBRE
2019

VOLUMEN 3
NÚMERO 1

XVIII Congreso Latino Iberoamericano de Gestión Tecnológica
ALTEC 2019 Medellín



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco



MEGI
MAESTRÍA EN ECONOMÍA, GESTIÓN
Y POLÍTICAS DE INNOVACIÓN



LALICS

LATIN AMERICAN NETWORK FOR ECONOMICS OF LEARNING,
INNOVATION AND COMPETENCE BUILDING SYSTEMS

Cafés de especialidad en Chiapas: impulsores e inhibidores para su sostenibilidad

Adriana Alicia Quiroga Carapia

El Colegio de la Frontera Sur y Universidad Nacional Autónoma de México, México
aquiroga@ecosur.mx

Rebeca de Gortari Rabiela

Universidad Nacional Autónoma de México, Investigadora Titular IIS, México
rebeca.degortari@gmail.com

Resumen

En la última década, la diferenciación del café se ha centrado en la calidad de taza, y este nicho es potencialmente significativo en Chiapas, México, debido entre otras causas a las propiedades del cultivo de altura, las cualidades edafológicas que presentan los suelos en los territorios cafetaleros, y el nivel de empoderamiento de las empresas sociales que producen el aromático. El objetivo de este trabajo, es describir, a partir de una revisión bibliográfica y la realización de entrevistas semiestructuradas con actores clave, la emergencia de los cafés especiales en Chiapas, como un proceso de innovación socioambiental que ocurre en contextos específicos, en este caso, los territorios cafetaleros con una alta vulnerabilidad socio ambiental. En el trabajo desarrollado se identifican los inhibidores e impulsores de este proceso innovativo para el desarrollo sostenible.

Palabras clave

Empresa social, territorio cafetalero, cafés especiales

1. El proceso de ser diferente en una cadena global de valor

En la última década, el crecimiento sostenido de la demanda de café es una tendencia mundial (Giovanucci y Juárez-Cruz, 2006; Euromonitor Consulting, 2017) y es el *commodity*¹ que en diversas fuentes bibliográficas se ha equiparado al valor comercial de las exportaciones del petróleo (Ortíz-Ceballos et al., 2004). Sin embargo, de acuerdo con el Observatorio de Complejidad Económica, el café sin tostar, ocupa la posición 118 en productos que se comercializan (OEC, 2017). En México, el café genera un valor comercial superior a los 80 mil millones de dólares (AMECAFÉ, 2012); sin embargo, la denominada “paradoja del café” descrita por Laviron y Ponte (2005) en (Luna y Wilson, 2015) persiste, y es que, mientras existen precios altos para los países importadores y se incrementa la demanda, históricamente los países productores reciben precios muy bajos y deben lidiar con las externalidades negativas de la cadena global de valor.

El café se ha caracterizado por ser un *commodity* en un mercado históricamente dinámico y complejo, entre otras razones, debido a una marcada regionalización entre las fuerzas de la oferta y la demanda, las altas variaciones de los precios, la incipiente especialización y escaso desarrollo tecnológico de los países productores, la vulnerabilidad ambiental, la precariedad

1

socioeconómica de las familias productoras, el desconocimiento de los países consumidores de los orígenes del grano y las presiones políticas y comerciales entre los países.

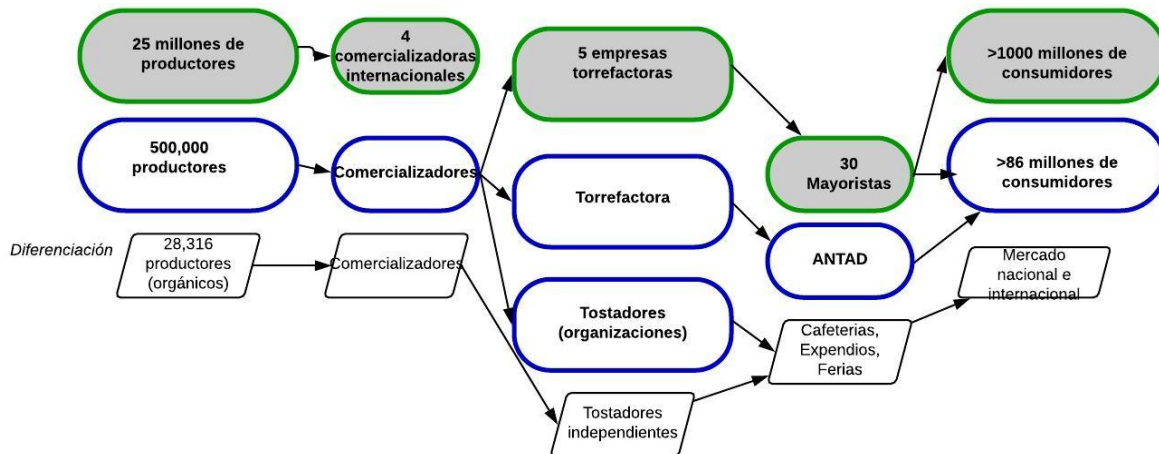
En el siglo XX, el mercado internacional del café experimentó dos situaciones: un esquema de comercio regulado entre los países productores y consumidores y un esquema de libre comercio, en este último, vigente a partir de 1988, la fijación del precio se basa en el mercado internacional, el cual varía año con año e incluso durante el mismo. De acuerdo con la FAO (2015), aunque el consumo de café se ha incrementado, quienes cultivan el mayor volumen del café (productores minifundistas) operan en una cadena de valor global, en donde un vasto y a menudo desorganizado número de productores, están expuestos a las reglas del libre mercado, controlado por algunas pocas comercializadoras y empresas tostadoras.

Es importante señalar que en el mercado internacional, los lotes de café se comercializan y se cotizan con un precio según su pertenencia a uno de los siguientes grupos: arábica lavados (producidos principalmente en Colombia); otros suaves (arábica, producidos en México y Centroamérica); brasileños naturales (arábica de Brasil y América del Sur) y robustas (producidos en África, Asia y algunos países de América). Este señalamiento es relevante para identificar las opciones de especialización en el país. Por ejemplo, Vietnam creció notablemente con base en la oferta de café robusta, sin embargo este tipo de café no es considerado un café de especialidad, mientras que Colombia produce 100% variedades de arábica, que tienen el mejor porte y calificación en taza.

No existe información que coincida respecto al volumen de los cafés diferenciados que se comercializan a nivel mundial, se estima que los denominados certificados representan el 8% del mercado, en tanto que los cafés certificados de alta calidad (Specialty) constituyen el 13% (Giovannucci y Juárez-Cruz, 2006; AMECAFE, 2012). En el ciclo cafetalero reciente, de 2015-2016, el 53% de la producción mundial de café, correspondió a la variedad arábica y el 43.7% a la robusta, y en la última década, el crecimiento del café robusta presentó mayor dinamismo (tasa promedio 3.6%) que el arábica (tasa 2.0%) (FIRA, 2016).

En la cadena global de valor participan los productores, organizados o no, comercializadoras (unas veces conformadas por los mismos productores), las torrefactoras (o tostadores) que son quienes agregan el mayor valor al café, al industrializarlo y dejarlo listo para que los distintos tipos de minoristas y mayoristas lo hagan llegar al consumidor. En la Figura 1 se esquematizan algunos de los segmentos clave en la cadena global y la nacional de cafés convencionales y el nicho emergente de los cafés especiales. Los segmentos de la cadena no difieren entre sí, pero el poder de negociación entre los segmentos y las motivaciones de los actores sí hacen una diferencia. De acuerdo con AMECAFE (2012) el esfuerzo de los países productores por exportar cafés diferenciados y cafés con valor agregado (descafeinados, solubles y extractos) es una de las acciones a seguir para revertir la marcada desigualdad en la apropiación del valor de la cadena.

Figura 1. Segmentos de la cadena global de valor del café convencional y especial



Fuente: Modificado de AMECAFÉ, 2012

1.1. Conceptualización de los cafés especiales

Si se considera que la producción y comercialización del café data de varios siglos, el movimiento de los cafés especiales es bastante reciente. Surge a inicios de la década de los setenta, por la demanda de consumidores en Estados Unidos, quienes buscaban mayor calidad en el café y cierta diferenciación de los productos que percibían homogéneos (Escamilla y Landeros, 2016). El concepto de cafés especiales, originalmente inmerso en la cultura de café estadounidense, incluyó cualquier tipo de café con características diferentes a los denominados convencionales o normales; en 1974, Erna Knutsen² acuñó el término de “café de especialidad” que hoy en día sigue vigente, referido a una variedad de granos de café diferentes. Aunque entre países de Europa, Japón y Estados Unidos, varía el énfasis sobre la característica intrínseca de los cafés especiales, se coincide en señalar que la calidad es el elemento fundamental diferenciador.

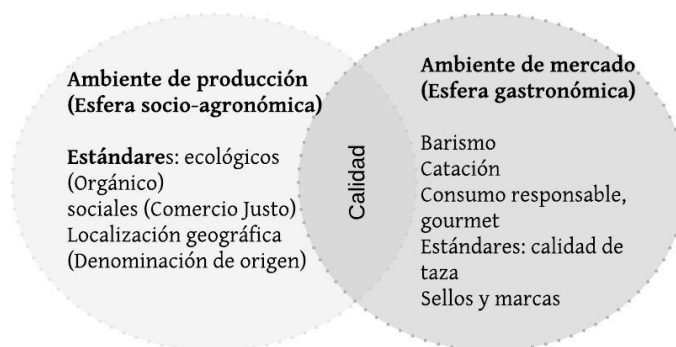
En el sector cafetalero, la calidad es un concepto con diversas aristas, debido a las múltiples configuraciones del café. Es decir, el café ha sido diferenciado por su calidad ecológica (café amigable con el ambiente, café amigable con las aves), calidad social (café comercio justo), calidad agronómica (café orgánico), calidades físicas como tamaño, color y defecto (café de volumen) y por su calidad resultado de las características sensoriales (café especial) (Läderach et al., 2006). A los cafés especiales también se les ha denominado cafés de calidad, sin embargo, la calidad es un factor que puede estar presente en cualquier tipo de café diferenciado, y se evalúa de manera diferente. Por ejemplo, en el mercado de cafés de volumen, la calidad es definida por sus características físicas (como tamaño del grano y defectos físicos) y puede ser evaluada objetivamente a través de procesos de control. En cambio, la calidad de los cafés especiales (que se comercializan en un mercado de microlotes) está definida por sus características organolépticas, es decir, por los atributos sensoriales identificados en la catación.

² Knutsen fue pionera en la formación de la Asociación de Cafés Especiales (Specialty Coffee Association: SCA) fundada en 1982, por un pequeño grupo de profesionales del café y hoy en día, es la asociación comercial del café más grande del mundo, con cerca de 2,500 miembros. Sus pautas para la determinación de la calidad organoléptica del café, han creado los estándares reconocidos de forma unánime por los diversos actores del mundo del café y engloban especificidades de la cadena, desde los productores hasta los baristas.

Existen varias propuestas para definir el café de especialidad. Kramer (2001) propone un concepto orientado por la calidad y lo define <<como una calidad artesana de café –entendido como bebida- juzgada por un consumidor en un mercado limitado, que aprecia una calidad y un gusto único y personalizado, diferente de las demás bebidas de café en oferta. La bebida debe proceder de granos de café de un área definida, con un cultivo que tienda a alcanzar los mejores parámetros de café verde. La bebida a su vez, se hará con café tostado, almacenado y elaborado de forma que se alcancen los mejores estándares artesanos>> .

Läderach *et al.*, (2006) los describen como cafés originarios de un ambiente de producción específico (ambiente natural, ambiente de manejo agrícola y ambiente de prácticas post-cosecha) en donde la calidad se expresa a través de un conjunto de atributos organolépticos que son requeridos por los consumidores. Los autores precisan que el café especial incluye tres componentes: i) el ambiente de producción que proporciona una característica particular al café y que se expresa en ii) su calidad y que es requerido por iii) el mercado (Figura 2).

Figura 2. Esferas que integran el ámbito de los cafés especiales



Fuente: Läderach *et al.*, 2006

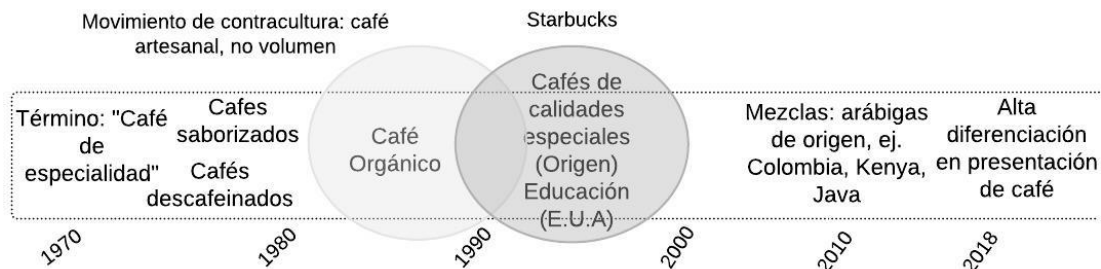
Otra aproximación es la de Escamilla y Landeros (2016) quienes proponen que <<Los cafés de especialidad son aquellos que conservan una consistencia en sus características físicas (forma, tamaño, humedad, apariencia y defectos), sensoriales (olfativas, visuales y gustativas), prácticas culturales (recolección, lavado, secado) y en sus procesos finales (tueste, molienda y preparación); características que los distinguen del común de los cafés y por las cuales los clientes, quienes aprecian un sabor de taza diferente, están dispuestos a elegirlos>>.

2. Hitos en el desarrollo internacional y nacional de los cafés especiales

A inicios de los años 70, a partir de la diversificación de los productos del café, se incrementó el consumo de descafeinados en los Estados Unidos y a mediados de los años 80 surgieron los cafés perfumados y saborizados (vainilla, almendra, chocolate, frutas) que se distribuyeron ampliamente. En los años 90, Starbucks fue pionera en hacer accesible a la población en general los cafés diferenciados, mediante una presentación de cafés de tueste oscuro y comercialización de cafés diferenciados por el origen, educación sobre calidad de café al consumidor y la venta de productos asociados (Guadarrama, Escamilla, Partida y Trujillo, 2002). Los mismos autores

señalan que el crecimiento del nicho de cafés especiales se sostuvo y en esa década, aparece el café orgánico y posteriormente el café con sello de comercio justo (Figura 3).

Figura 3. Hitos en la historia mundial de los cafés especiales



Fuente: Elaboración propia

En México, el café es el principal cultivo agrícola de exportación, ocupa el sitio 10 como país exportador en la producción de café convencional y el segundo, en la producción de café orgánico. Aproximadamente el 94.5% de la producción es arábica y el 5.5% robusta. El 64% del volumen exportado en el ciclo 2015-2016 corresponde a café verde, 6.2% café tostado y molido y el 29.6% a café soluble. Alrededor del 62% tuvo como destino EU, y otros mercados son España, Bélgica, Alemania, Canadá, Cuba y Japón (FIRA, 2016). Aunque se comparte el liderazgo con Perú en la exportación de café orgánico y de otras certificaciones, en materia de calidad certificada, está lejos de países como Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras y El Salvador, por mencionar algunos países del continente americano (AMECAFÉ, 2012; Euromonitor, 2017).

De acuerdo con Euromonitor (2017) las certificaciones son importantes para el comercio exterior, sin embargo, para el mercado nacional los cafés certificados no son relevantes; El café orgánico (el más importante de los cafés certificados en el país), representa menos del 1% del volumen que se vende en tiendas de autoservicio. Euromonitor identificó que de 911 cafés en tiendas departamentales, el 6.8% tenía un tipo de certificado orgánico y el 1.8% de comercio justo (Euromonitor, 2017).

Aunque se reconoce la calidad de algunos cafés de Veracruz, Chiapas y Oaxaca, como el Pluma Hidalgo que se cultiva en la Costa Pacífico, no más del 10% están clasificados como cafés de especialidad por la SCA (Escamilla y Landeros, 2016). Se ha considerado que una vía para que los cafés mexicanos incursionen en el mercado de especialidad, es a través de la denominación de origen, debido a que en el país existen áreas con condiciones agroecológicas muy específicas, por ejemplo, existen variedades arábigas de renombre, como las cultivadas en Coatepeq y Oaxaca, y las recientes denominaciones de origen de Café Veracruz y Café Chiapas³ pero no han sido suficientemente aprovechadas por consejos o entidades que regulen las denominaciones.

El objetivo de esta investigación, es describir el surgimiento de los cafés especiales en Chiapas, en un contexto de territorios específicos de alta vulnerabilidad socioambiental. Se realizó una

³ Actualmente no se utilizan las denominaciones debido a que falta un organismo regulador.

revisión bibliográfica para contextualizar el marco de los cafés especiales, posteriormente se diseñó una estrevista y se condujo con actores clave: gerentes de cafeterías, de organizaciones no gubernamentales, trabajadores y socios de empresas sociales. Las entrevistas fueron codificadas con el software ATLAS ti 8. Los resultados se presentan en tres secciones: los hitos en el ámbito regional que provocaron la aparición de los cafés especiales, sus atributos y la descripción de los impulsores e inhibidores del ecosistema. Finalmente se desarrollan las conclusiones del trabajo.

3. Innovación en territorios específicos: los cafés de especialidad en Chiapas

Chiapas es el principal productor y exportador de café orgánico del país, con volúmenes que se estiman en menos del 2%. Su trayectoria como un Estado productor de café orgánico se remonta hacia mediados de la década de los años 80, gracias a los aportes de productores privados tales como la Finca Irlanda y organizaciones pioneras, como “Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla” (ISMAM), quienes incursionaron en este nicho para hacer frente a la baja productividad, los precios desfavorables y los altos costos de producción con insumos químicos.

Dentro de las diversas variedades de café arábica que se cultivan en Chiapas, se encuentran: Typica, Bourbon, Caturra, Garnica, Mundo Novo, Catuai y Pacamara, cultivadas en pendientes escarpadas, con alturas superiores a los 1100 msnm, bajo árboles de sombra y con un uso muy limitado de agroquímicos.

A diferencia de productores como Brasil y Colombia, en México el café es producido por familias campesinas e indígenas y en pequeña escala, e involucra por lo menos a 500,000 productores (AMECAFÉ, 2012; FIRA 2016). El 65.5% de los productores, pertenecen a 30 etnias y las áreas que habitan son consideradas regiones bioculturales prioritarias para la conservación, en donde muchos de estos productores han incursionado en el mercado orgánico y el comercio justo, segmentos de la cadena comercial con potencial de contribuir a fortalecer su identidad y la de los agroecosistemas cafetaleros (Moguel y Toledo, 1996).

Los cafés especiales en Chiapas surgen vinculados al modelo de negocios de Starbucks Coffee Company y al mercado estadounidense, su principal consumidor. A finales de la década de los años 90, la empresa promovió alianzas regionales para implementar un proyecto denominado “Café de Conservación” que promovía el cultivo de café con criterios ambientales de café bajo sombra (shade grown, que sería una marca comercial) en una zona donde el café de altura era ampliamente conocido por los productores. El proyecto fue coordinado por Conservación Internacional (CI) organización no gubernamental dedicada a la conservación de la biodiversidad y financiado por la Agencia de Estados Unidos de Cooperación para el Desarrollo (USAID). Participaron organizaciones gubernamentales como la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) y centros de investigación como El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), quienes trabajaron de manera coordinada con los productores y las organizaciones para desarrollar capacidades en la generación de un tipo de calidad de café, que se convertiría en una marca de Starbucks: Shade Grown Mexico y un detonador para este tipo de segmento a nivel internacional.

Si bien los cafés especiales en Chiapas no emergen a finales de los años 90, si lo harían internacionalmente y este proyecto es un parteaguas en la generación de capacidades para mejorar la trazabilidad del producto y el empoderamiento de las organizaciones cafetaleras

asentadas en la zona de amortiguamiento de la Reserva de la Biósfera El Triunfo (REBITRI) (Ejea, 2011), quienes posteriormente serían las precursoras, como empresas sociales, en incursionar a este nicho de mercado.

Las organizaciones no gubernamentales también tuvieron un rol relevante, por ejemplo, la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFÉ) coordinó en 2012 la primer edición del evento “Taza de Excelencia” en México, un evento que motiva el seguimiento y descubrimiento de este tipo de productos. AMECAFÉ es el socio local del *Coffee Quality Institute* y de *Alliance for Coffee Excellence* con quienes implementa los programas de evaluación, certificación y comercialización de cafés de especialidad. Cabe mencionar, que los ganadores con mayor recurrencia en estos certámenes son productores privados y ocasionalmente organizaciones o empresas sociales. Otras organizaciones internacionales como Solidaridad (fundadora de la marca de Comercio Justo Max Havelaar) desarrollan en Chiapas y otras regiones de América Latina el programa de “Café Climáticamente Inteligente” que busca desarrollar capacidades en las organizaciones locales para la producción de cafés de alta calidad.

Existen certámenes que han premiado recientemente al sector cafetalero de Chiapas⁴ (Rendrus, 2015) lo cual lo posiciona a nivel nacional. Si bien los aspectos anteriores fomentan el nicho de los cafés especiales, no se identificaron programas de política gubernamental que se orienten específicamente a ellos. Existe la marca Chiapas para productos agroindustriales y desde el 2003 se obtuvo la denominación de origen “Café Chiapas”, sin embargo no se cuenta con un organismo que gestione la denominación y se ha documentado que no tienen un papel relevante en el desarrollo de las zonas cafetaleras (Pérez-Aakaki y Pérez-Tapia, 2012). Se debe señalar que estas propuestas no son orientadas a obtener calidad y cafés especiales, por ejemplo, la denominación de origen incluye a cafés que se producen en altitudes mayores de 800 msnm (cuando las variedades de cafés arábigas se desarrollan en altitudes superiores a los 1100 msnm) y la marca Chiapas pide una calificación en taza mayor a 80, cuando los cafés de Taza de Excelencia deben tener una puntuación mayor a 85.

El mercado local ha jugado un papel importante; en 2010 surgen cafeterías en las ciudades de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de Las Casas y Tapachula orientadas a ofrecer cafés de origen y preparaciones específicas. Nace en Chiapas la sociedad civil denominada Cafeología, dedicada a la investigación, educación y desarrollo de los cafés especiales. Las nuevas tecnologías de la información y el comercio electrónico, en el que destacan empresas como My Coffee Box (Empresa de Chiapas que comercializa café orgánico a nivel nacional e internacional), ha permitido que los consumidores identifiquen y seleccionen ciertos tipos de cafés y que desarrollen atención especial en el origen y en la experiencia del consumo, atributos que se describirán en el siguiente apartado y que definen a los cafés especiales en Chiapas.

3.1. Atributos del café especial en Chiapas

Como resultado de las entrevistas, se identifica que los cafés especiales en Chiapas se caracterizan por: el origen, los procesos de producción y transformación y la experiencia del consumidor.

⁴ La vigésima edición de la RENDRUS (Red Nacional de Desarrollo Rural Sustentable) en 2015 otorgó el primer lugar a la experiencia denominada “Del café a la taza, un Café Justo y Chiapaneco”.

Figura 4. Características de los cafés especiales.

En cuanto al Origen, se constata que <<Los cafés especiales están relacionados con sitios geográficos específicos>> (Fuente: Entrevistas). Desde que se acuñó el término, los cafés especiales se han caracterizado por ser provenientes de sitios geográficos específicos, debido a la importancia de los microambientes en que se cultivan, y por esta razón, se ha asociado la denominación de origen, con un café de calidad especial, que provoca en los consumidores una selección y preferencia, por ejemplo, el Blue Mountain de Jamaica, los Cafés de Java de Sumatra, los Supremos de Colombia o los cafés de Jaltenango en México.

Existe un consenso sobre la relevancia de mantener un cuidadoso proceso de producción, con estándares mínimos en cada etapa (cultivo, cosecha y postcosecha), que se reflejarán en el sabor que adquirirá el café. Los cafés especiales se identifican debido a que:

<<Siguen procedimientos adecuados para cuidar los aspectos íntegros del grano, desde el corte del grano, el manejo en el transporte, el almacenamiento, el despulpado sin haber dañado los granos, los tiempos y las condiciones ambientales adecuadas para el lavado y secado >> (Fuente: Entrevistas).

Los hallazgos coinciden con Kramer (2001), Läderach et al., (2006) y Escamilla y Landeros (2016) quienes se aproximan al concepto de cafés especiales, a partir de la calidad (aunque se establece que no es sinónimo) y que dicha calidad, se expresa en las distintas etapas de la producción de la taza de café.

Quienes eligen este tipo de cafés especiales, son un actor clave y presentan al menos dos motivaciones, que pueden ser muy contrastantes entre sí. La primera implica <<generar un acercamiento a las familias productoras para conocer mejor los procesos de producción>> (Fuente: Entrevistas) y <<pagar un precio digno debido a lo elaborado y cuidadoso del proceso artesanal>> (Fuente: Entrevistas) y la segunda, se trata de adquirir una experiencia de consumir un producto gourmet o sofisticado, debido a que <<un café especial es la forma en que lo preparas, puedes probar y tener una experiencia emocional, por eso la gama de opciones es amplia>> (Fuente: Entrevistas) y ello no considera necesariamente que sea un proceso de producción justo o ambientalmente responsable.

3.2. Impulsores e inhibidores en el ecosistema de cafés especiales en Chiapas

Los nuevos retos provocados por la variabilidad climática (Schorth et al., 2009) y el análisis prospectivo realizado por Giovannucci y Juárez-Cruz (2006) y Escamilla y Landeros (2016) indican que los cafés especiales son uno de los nichos de mayor oportunidad e innovación para los cafés de México, en donde los productores, al participar en organizaciones bien administradas y democráticamente representativas, podrían acceder, con mayores posibilidades de éxito, a un mayor nivel de valor agregado y poder de negociación con los poderes prevaletentes (Giovannucci y Juárez-Cruz, 2006). Por ahora, en cuanto a cafés diferenciados, el posicionamiento

de los cafés de México ha sido en el segmento de cafés orgánicos⁵ y en el segmento de cafés de comercio justo⁶

De acuerdo con Giovannucci y Juárez-Cruz (2006), si se considera la estructura productiva de México (concentrada en productores minifundistas) su ventaja competitiva no será la producción convencional, sino que las mejores oportunidades apuntan hacia los cafés diferenciados. En Chiapas, a partir de la década de los años 90, con los antecedentes del café orgánico y posteriormente con el café certificado por Comercio Justo, el nicho de mercado de los cafés especiales ha sido explorado por diversos actores y está en proceso de construcción. Las capacidades desarrolladas para adquirir las certificaciones orgánicas y de Comercio Justo, han permeado en estandarizar las prácticas de producción y obtener mayor claridad en la importancia de la trazabilidad del origen del producto. La interacción de estos actores y su relación con otros del sistema cafetalero, provoca la emergencia de lo que se denominará el ecosistema de cafés especiales. En dicho ecosistema se expresan algunos impulsores e inhibidores (Tello y Yoon, 2008) que permiten o no, su sostenibilidad y perduración en el tiempo.

Dentro de los impulsores se identifica la regulación gubernamental, cuando se acompaña de organizaciones empoderadas que asumen un rol activo en la elección de las variedades que requieren para renovar sus cafetales. La selección de las variedades es un aspecto clave para asegurar la calidad en taza del café. En Chiapas, se ubican regiones biogeográficas de óptima altitud, con sombra diversa y el predominio de variedades arábicas tradicionales, especialmente *Typica* y *Bourbón*, cuyo porte alto y propiedades organolépticas (fragancias, acidez, cuerpo) les proporcionan una consistencia en la calidad que se obtiene en taza; sin embargo, la política gubernamental de los últimos años de la SAGARPA, podría inhibir este proceso pues ha introducido variedades de café robusta para la renovación de cafetales, las cuales han sido aceptadas por los productores que previamente experimentaron la devastación de la roya con la expectativa de sembrar e incrementar la producción, sin estar informados sobre las desventajas del café robusta.

En contraste, el conocimiento local y los procesos de apropiación de dicho conocimiento, en algunas empresas sociales y por parte de productores privados, han dado como resultado la selección de variedades locales resistentes a las plagas (en particular la roya) y su producción en viveros comunitarios, lo que potencialmente disminuye la dependencia de las empresas privadas (asociadas con los programas públicos de renovación de cafetales) y fortalecen su vínculo con el territorio. Esto coincide con lo señalado por Amaro-Rosales y de Gortari-Rabiela (2016), quienes proponen analizar diversos procesos de innovación inclusiva que emergen en un grupo de caficultores, dando como resultado mejorías sociales y económicas para los socios y concluyen que las innovaciones, en un contexto agrícola y en el cual prevalece la escasez de recursos y severas problemáticas socioambientales, son relevantes cuando se utilizan para resolver problemas concretos y los socios participan en algunas de las etapas del proceso innovativo.

Otro de los impulsores es la demanda creciente de los clientes, que ha favorecido asociaciones entre diversos componentes de la cadena de valor. Por ejemplo, las Fundaciones y

⁵ Cafés cultivados bajo un ambiente libre de agroquímicos (fertilizantes, fungicidas e insecticidas) y que requieren un manejo agroecológico que conserve los recursos naturales, en particular, el suelo.

⁶ Comercio justo: Cafés producidos por organizaciones de pequeños productores y vendidos de forma más directa, con el mínimo de intermediarios, garantizando un precio mínimo.

Organizaciones No Gubernamentales que favorecen la creación de capacidades y habilidades para las transacciones comerciales y para mejorar las relaciones con los clientes, como el caso de FUNDEMEX en colaboración con ALSEA y organizaciones de productores minifundistas en Chiapas.

Por otro lado, para incentivar el consumo de cafés de calidad a nivel de cafeterías, se requiere impulsar que los consumidores conozcan el origen del café y su proceso (Euromonitor, 2017) por lo que el papel que juegan las cafeterías en los centros urbanos y el comercio electrónico es de gran importancia. En las principales ciudades de Chiapas, las cafeterías han perdurado al menos los últimos 8 años, en el marco de la <<3^a ola del café”, un movimiento en donde un grupo de cafeterías de la costa oeste de Estados Unidos empezaron a involucrarse con diversos aspectos del café, a conocer de dónde viene el producto, cómo se cultiva, cuánto se paga, y establecer una relación directa con los productores, ya que usualmente todo era a través de intermediarios>> (Fuente: Entrevistas); estas cafeterías chiapanecas, se dedican a la venta y a la preparación del café especial, enfocadas en dar información sobre el origen del café y tener altos estándares en la preparación de la taza.

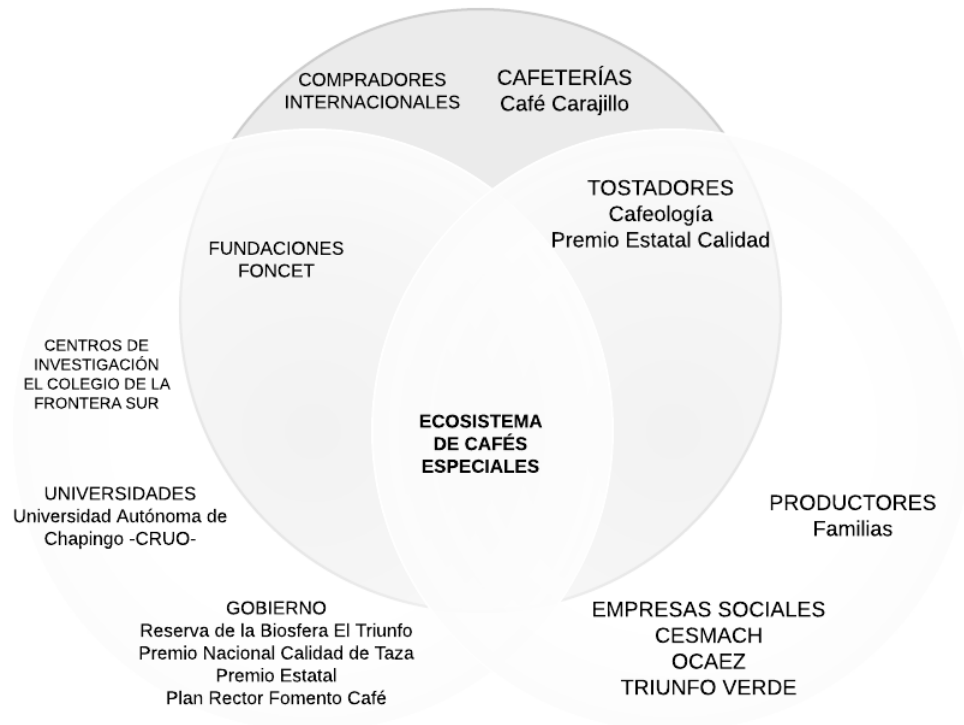
Los inhibidores que se identifican en el ecosistema de cafés especiales son: la falta de control de las variables para la producción, en particular, el clima, la ausencia de política gubernamental y aspectos culturales. En las regiones cafetaleras de Chiapas se vive un contexto de variabilidad climática que impide o por lo menos, dificulta la ejecución de procesos cosecha y postcosecha rutinarios. El corte del grano y el secado son etapas del proceso que fluctúan según las condiciones climáticas, algunos productores comentan que hasta por dos meses se han alargado los periodos, complicando la logística de acopio y de inocuidad. Para enfrentarlo, se han generado programas de trabajo y prácticas de adaptación y resiliencia ante el cambio climático en la Sierra Madre de Chiapas (Soto-Pinto, Martínez-Anzueto y Carrasco, 2013), sin embargo, la vulnerabilidad persiste y para algunos autores, se agrava.

La ausencia de una política gubernamental orientada a desarrollar el nicho de los cafés especiales es notoria, y es preocupante la contradicción entre los programas gubernamentales vigentes (renovación de cafetales), que no solo no se orientan a la producción de café de calidad, sino que son antagónicos (promueven variedades con la finalidad de incrementar la productividad). Otro inhibidor es la especialización que demanda la producción de cafés especiales *versus* la economía campesina, que busca la reproducción de sus medios de vida mediante la diversificación de sus estrategias; esto es un factor que demanda considerable atención para identificar el punto medio, entre adquirir capacidades nuevas y que las mismas, sean un medio de empoderamiento y no de autoexclusión. En la región de estudio, la pobreza y la educación están por debajo de un umbral satisfactorio, y son condiciones que definitivamente disminuyen el potencial para el despliegue de las capacidades acumuladas y de aquellas por crear.

El ecosistema de cafés especiales en Chiapas (Figura 4) está constituido por actores de incidencia local y nacional, como tostadores de alta especialización que trabajan con productores de Chiapas (Cafeología S.C) y cafeterías especializadas en San Cristóbal de Las Casas (Carajillo Cafetería, Café La Frontera). Existen comercializadores por internet (My coffee Box) y el gobierno a través de la CONANP y la REBITRI que han promovido buenas prácticas para el cultivo de café de alta calidad, y AMECAFÉ que ha impulsado la participación de los cafetaleros en certámenes estatales y nacionales para premiar la calidad del café en taza. El sector académico ha participado elaborando estudios sobre el potencial de diferenciación (Pérez-Portilla, Bonilla-Cruz,

Hernández-Solobac y Partida-Sedas, 2011) e incentivado procesos de formación de capacidades locales. De igual manera que organizaciones no gubernamentales: (Impacto-café, Solidaridad-Progreso) coadyuvan financiado proyectos para implementar procesos de trazabilidad del producto en las organizaciones de base.

Figura 4. Ecosistema de cafés especiales en Chiapas



Fuente: Elaboración propia

4. Conclusiones

La emergencia de los cafés especiales en Chiapas es un proceso cuyos hitos datan de 1999, con la presencia de Starbucks en la región de la Sierra Madre de Chiapas, la demanda creciente del mercado (internacional), el desarrollo de proyectos por organizaciones no gubernamentales que enfatizan la trazabilidad del café, el comercio en cafeterías, el comercio electrónico y sobre todo, por la experiencia y capacidades desarrolladas por los productores privados y por empresas sociales, que mostraron interés en obtener un café que se distinga por su calidad y que obtiene mejores precios, para lo cual desarrollan continuamente capacidades para las prácticas de cosecha, postcosecha e industrialización, que les permiten obtener altas puntuaciones en taza y crear una red de clientes que lo requieren.

En esta investigación, se identifican como cafés especiales aquellos que son producidos en un ambiente que les proporciona especificidad (altura, región, microclima), el mismo que se expresará en su calidad (siempre y cuando sea producido bajo estándares agroecológicos y sociales óptimos), que reciben una calificación en taza superior a 85 puntos y que dichas

cualidades son requeridas por los consumidores en el mercado (regional, nacional o internacional).

Los procesos de innovación en territorios específicos en el sector cafetalero, presentan inhibidores e impulsores, los cuales interactúan entre sí. Dentro de los inhibidores, se identifica la falta de control en la variación climática, misma que dificulta estandarizar procesos y los programas gubernamentales enfocados en incrementar la producción y no la calidad. Dentro de los impulsores, se identifican los comercializadores en pequeña escala, los consumidores y los conocimientos adquiridos por socios de empresas sociales para cultivar cafés especiales.

Referencias

Amaro-Rosales, M., de Gortari-Rabiela, R. (2016). Innovación inclusiva en el sector agrícola mexicano: los productores de café en Veracruz. *Economía Informa*, 400, 86–104.

<http://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.09.006>

AMECAFE. (2012). Plan Integral de Promoción del Café de México. Ciudad de México.

Escamilla P., E., Landeros, S., C. (2016). Cafés diferenciados y de especialidad (Primera Ed). Xalapa, Veracruz: Centro Nacional de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del Café CENACAFÉ.

FIRA. (2016). Panorama Agroalimentario Café 2016. Ciudad de México. Consultado 16-06-19 en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/200637/Panorama_Agroalimentario_Ma_z_2016.pdf

Giovannucci, D., & Juárez Cruz, R. (2006). Análisis prospectivo de la política cafetalera. México.

Guadarrama, C., Escamilla Prado, E., Partida, S., & Trujillo, L. (2002). El valor agregado del café en México : cambio de entorno y perspectivas. En Por el fortalecimiento de la investigación y proyección del CENIDERCAFÉ (pp. 107–111). Huatusco, Veracruz: Universidad Autónoma Chapingo : Centro Regional Universitario Oriente, Centro Nacional para la Investigación y el Desarrollo de las Regiones Cafetaleras.

Kramer, A. (2001). *Definición del café de especialidad*. Consultado 05-05-19 en http://www.forumdelcafe.com/sites/default/files/biblioteca/f_06-cafe_de_especialidad.pdf

Läderach, P., Oberthür, T., Niederhauser, N., Usma, H., Collet, L., & Pohlan, J. (2006). Café especial: Factores, dimensiones e interacciones. En J. Pohlan, Soto-Pinto M.L., & J. F. Barrera (Eds.), *El cafetal del futuro: realidades y visiones* (1a Ed, p. 472). Germany.

Luna, F., & Wilson, P. (2015). An economic exploration of smallholder value chains: Coffee Transactions in Chiapas, Mexico. *International Food and Agribusiness Management Review*, 18(3), 85–106.

Moguel, P., Toledo, V. M. (1996). El café en Mexico, ecología, cultura indígena y sustentabilidad. *Revista Ciencias UNAM*, (43),40-51.

OECD. 2017. Observatorio de Complejidad Económica. Consultado 26-08-19 en:

<https://oec.world/en/profile/hs92/090111/>

Pérez-Akaki, P., Pérez-Tapia, M. (2012). Las denominaciones de origen del café mexicano y sus cuestionamientos como modelo de desarrollo regional. *Perspectivas Rurales, Nueva Época*, 10(19), 97–110.

Pérez-Portilla, E., Bonilla-Cruz, S., Hernández-Solobac, J., & Partida-Sedas, J. (2011). Estrategia de mejoramiento de la producción cafetalera de la organización Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas: caracterización de la bebida de café. *Revista de Geografía Agrícola*, (46–47), 7–18.

RENRUS. (2015). *Del café a la Taza, un café justo y chiapaneco*. Vigésima Edición, México: RENRUS.

Schroth, G., Laderach, P., Dempewolf, J., Philpott, S., Hagggar, J., Eakin, H., ... Anton Eitzinger, J. (2009). Towards a climate change adaptation strategy for coffee communities and ecosystems in the Sierra Madre de Chiapas, Mexico. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 14(7), 605–625.

Soto-Pinto, M. L., Anzueto-Martínez, M., & Carrasco-Pérez, R. (2013). Estrategia para la adaptación de campesinos ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas (CESMACH S.C.) a los efectos del cambio climático mundial. Ángel Albino Corzo, Chiapas. Consultado 18-01-19 en <http://www.conanp.gob.mx/conanp/dominios/eltriumfo/docs/Notas/Articulo%20Foro%20Internacional%20Café%20%20Cambio%20Climático%20en%20EI%20Triunfo.pdf>

Tello, S., Yoon, E. (2008). Examining drivers of sustainable innovation. *International Journal of Business Strategy*, 8(3), 164–170.