

DENOMINACIONES DE ORIGEN (DO) Y MARCAS COLECTIVAS (MC) EN EL CAFÉ MEXICANO, ¿ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO REGIONAL?

Pablo Pérez Akaki¹

Resumen

El objetivo del presente trabajo es analizar la importancia de las DO y MC, recursos recientes en la cafecultura mexicana, como estrategia para el desarrollo regional de estos espacios, los cuales a la luz de diversos análisis, se caracterizan por la marginación y el rezago de su población. Esta estrategia se inserta dentro de los llamados mercados alternativos, los cuales se han presentado como el paradigma de innovación que debería privar en la economía cafetalera para superar sus deficiencias.

Algunos incluso han denominado a este tipo de estrategias como una fórmula para la valorización de los patrimonios de los propios productores, pues reconocen en ellas la posibilidad de fortalecer la identidad regional encontrando un nicho de mercado específico que les ayude a su sostenibilidad.

La estrategia de las indicaciones geográficas (IG) para el desarrollo, la cual engloba a las DO y MC, tiene sus fundamentos en la particularidad de los espacios geográficos donde se producen los bienes agrícolas, por lo que es de suma importancia para esta disciplina y para el desarrollo de los espacios rurales.

Palabras clave: café, México, indicaciones geográficas, patrimonialización

¹ Profesor-investigador de tiempo completo en la UNAM, FES Acatlán. E-mail: ppablo@apolo.acatlan.unam.mx.

Las indicaciones geográficas (IG) son potencialmente una herramienta poderosa para el desarrollo regional (Giovannucci *et al*, 2009: XVII). Para este tipo de productos el lugar de origen es lo más importante, pues están dotados de características únicas que los distinguen del resto, además de que encuentran una demanda en el mercado que permiten garantizar su continuidad en el tiempo.

Para los partidarios de la economía de mercado, las indicaciones geográficas son necesarias pues representan una manera de aminorar las asimetrías de información que caracterizan al mercado, pues etiqueta un producto y crea una reputación sobre éste que le permita diferenciarse en el mercado (Rangnekar, 2004: 10).

Una visión similar es la que ofrecen los estudiosos del desarrollo local, al considerar que una IG representa un fenómeno de valorización de la identidad cultural, la cual es propia de regiones rurales, con menor impacto de la industrialización y la globalización lo que permite mantener una identidad cultural con mayor fuerza y que, en el ámbito económico, presentan signos materiales visibles como son los productos alimentarios típicos, la biodiversidad vegetal o animal, la lengua, música, paisaje, etc. (Fonte y Ranaboldo, 2004: 10).

Los productos con una indicación geográfica ofrecen un vínculo cultural, económico, social y ambiental con los territorios donde fueron elaborados, pues por este medio se distinguen de los productos masivos anónimos y abren la posibilidad de un aumento en la responsabilidad del lugar (Barham, 2003: 129). Este tipo de productos tiene el potencial de establecer circuitos cortos de comercialización, contrarios a las largas cadenas de comercialización tradicionales (Marsden, Banks y Bristow, 2000: 425).

Al mismo tiempo, una IG confronta el modelo tradicional de producción y comercialización de productos agroalimentarios pues representa un mecanismo diferente de vinculación entre los consumidores y los productores, en donde no son las características de los productos las que generan la fidelidad, sino los procesos de elaboración y un emergente concepto de calidad desde lo local (Barham, 2002: 352-353). Este tipo de experiencias pueden servir como elementos dinamizadores del territorio, de tal manera que se permita un desarrollo rural regional. Ello implica, además de una confrontación de los conceptos de calidad, la construcción de cadenas de

valor cortas, que manifiesten una nueva relación entre productores y consumidores (Marsden, Banks y Bristow, 2000: 437).

De acuerdo con Giovannucci *et al* (2009: xviii-xix), para que una IG sea exitosa es necesario que se cumpla la existencia de una fuerte infraestructura institucional y organizacional, una participación equitativa de los productores incluidos en la región definida, socios comerciales con fortaleza que permitan la sobrevivencia en el largo plazo y una protección legal adecuada que proteja los esfuerzos realizados. Por estas características, una IG podría ser vista como una estrategia de desarrollo endógeno o de desarrollo territorial. Sin embargo, algunos cuestionan el empoderamiento que dice ofrecer una IG, objetivo necesario para el desarrollo regional, pues genera un proceso de exclusión/inclusión que además se acompaña de un aumento de la desigualdad y explotación de los productores (Rodríguez, 2007: 160).

La región de mayor importancia en cuanto al reconocimiento de las IG es la Unión Europea, donde al 2009 se reconocieron más de 6 mil IG protegidas, de las que el 85% se utilizaron para vinos y bebidas espirituosas. A escala global se identificaron más de 10,300 IG, de las cuales cerca del 86% se encontraron en países desarrollados (Giovannucci *et al*, 2009: 8).

Entre estos productos, el caso del tequila mexicano es de gran importancia pues en su origen se trató de una bebida de consumo popular, la cual tras la obtención de la Denominación de Origen se transformó en un producto diferenciado, normado, elitista y de moda internacional. Sin embargo, conseguir la DO fue un proceso largo y contingente, en el que han convergido múltiples intereses para finalmente definir una bebida reconocida en los mercados mundiales y con importantes ganancias para los industriales del ramo (Rodríguez, 2007).

En el caso particular del café existen desde hace tiempo diversas DO entre las que se encuentran Café Genuino Antigua (Guatemala), Café Marcala (Honduras), Café Blue Mountain (Jamaica), Café Kona (Hawaii), Café Nariño y Café de Colombia y en México Café Veracruz, Café Chiapas y Café Pluma Hidalgo (Teubert, 2007a, 2007b, 2008; Berrocal, Schroeder y Villalobos, 2009; Giovannuci *et al*, 2009).

Las indicaciones geográficas (IG) de café en México

Según una de las versiones de la llegada del café a México, este se introdujo por Veracruz procedente de Cuba a finales del siglo XVIII, y se sembró en Teocelo, región cercana a Coatepec. Durante el siglo XIX esta actividad se extendió por el territorio nacional hasta conformar las actuales regiones cafetaleras. Con el paso del tiempo, algunos de ellas trascendieron las fronteras nacionales, alcanzando fama a nivel internacional, tal como lo narra Ukers (1935), quien identificó a Veracruz (Coatepec, Córdoba, Huatusco y Orizaba), Chiapas (Soconusco) y Oaxaca (Pluma Hidalgo), aunque también hay mención específica sobre la alta calidad del grano producido en Colima y Michoacán, donde Uruapan destacaba como la región más importante.²

Después de más de un siglo, el Padrón Cafetalero 2010 reportó que las entidades productoras de mayor importancia siguen siendo Chiapas, Veracruz y Oaxaca, las cuales concentran el 75% de la superficie registrada, 74% de los productores y el 72% de los predios,³ tal como puede observarse en la Figura 1, que hace evidente la extensión tan amplia que tiene México como productor de café. En este espacio cafetalero siguen existiendo regiones famosas cafetaleras en el ámbito internacional, tales como Coatepec, Córdoba y Pluma Hidalgo, a las que se han agregado nuevas como Ixhuatlán del Café, Jaltenango y Atoyac de Álvarez, algunas de ellas asociadas a marcas comerciales internacionales como Nespresso y Starbucks (Trujillo, 2008; Renard, 2008; Larroa, 2010).

Café Veracruz

La cafecultura de Veracruz es históricamente la más importante en el país, pues fue esta entidad la iniciadora en el siglo XVIII, ya que según cierta versión fue en Coatepec donde se introdujo la planta y de ahí se extendió hacia Córdoba, región que en algún momento fue considerada la más productiva del país (Ukers, 1935: 184). Además

² Años antes Matías Romero (1898) ofreció evidencia de la fama de estas regiones cafetaleras hacia finales del siglo XIX, la ofreció quien presentó una recopilación de las regiones productoras más relevantes en 1896. Ahí presentó los lugares de producción de mayor importancia, como es el caso de Córdoba con 100 mil quintales, Huatusco y Coatepec con 100 mil quintales, Oaxaca con 60 mil quintales, Tabasco 50 mil quintales, y Chiapas 30 mil quintales. El resto presentó una producción de 260 mil quintales de café.

³ Según el Padrón Cafetalero al 2010 se cuenta con un total registrado de 671,557 hectáreas, 485,870 productores y 629,675 predios cafetaleros.

siempre se ha mantenido en los primeros lugares por las superficies de café, así como por sus volúmenes de producción y por el número de productores dedicados a este cultivo.

Esta importancia se manifiesta con el reconocimiento mundial de algunas regiones dedicadas a la caficultura, como son el caso de Coatepec, Córdoba, Huatusco y más recientemente Ixhuatlán del Café, regiones donde la actividad cafetalera es muy importante para sus habitantes. La importancia de la región en la producción de café es tal que en su última etapa de existencia, las oficinas principales del Instituto Mexicano del Café se ubicaron en Xalapa, por encima incluso de entidades como Chiapas y Oaxaca. Prueba de ello es que más del 75% de la infraestructura del INMECAFE se instaló en esta entidad, que fue donde mayor intervención tuvo durante las décadas de los setentas y ochentas (Trujillo, 2008: 91-92).

La solicitud para el registro de la DO Café Veracruz se realizó en mayo del 2000, precisamente por medio del Consejo Veracruzano del Café (COVERCAFE), el cual demandó la protección del grano producido en todas las regiones de la entidad (82 municipios, 842 comunidades y 152,993 hectáreas) que cumplieran con una altitud mayor de 750 msnm, de granos de especie arábica cultivados bajo sombra, lo que aunado a sus condiciones geográficas ofrece un grano de alta acidez, aroma intenso, sabor intenso y apreciable cuerpo (DOF, 2000a).

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) ofreció respuesta positiva en noviembre del mismo año. En la Declaratoria General de Protección a la Denominación de Origen “Café Veracruz” emitida por el IMPI estableció la titularidad de la DO del Estado Mexicano, así como la posibilidad de incluir diversas regiones del estado de Veracruz que cumplan con lo que la Norma Oficial Mexicana (NOM) correspondiente establezca, en las cuales se ofrece un grano de calidad óptima (DOF, 2000b).

Tras la declaratoria, en junio de 2001 se fundó el Consejo Regulador del Café Veracruz, A.C (CRCV), por iniciativa del gobierno estatal, bajo la figura de una asociación civil cuya función es operar y vigilar la Norma Oficial Mexicana (NOM) NOM-149-SCFI-2001.⁴ Ésta establece las características que debe cumplir la

⁴ La constitución de un Consejo Regulador implica la conformación de tres unidades, lo que le dará la operatividad que requiere. Por un lado, se necesita de un organismo de certificación, que se encarga de la parte administrativa. Se requiere además una unidad de verificación, responsable de la inspección de

Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?

Pablo Pérez Akaki

Denominación de Origen *Café Veracruz*, la cual dice que se trata de granos con al menos una uniformidad del 90%, humedad entre 11.5% y 12.5%, 90% sobre zaranda 15 y 75% sobre zaranda 16, 90% de planchuela y calificaciones de 3 en aroma, 2 en acidez, 1 en cuerpo, ningún mal sabor y un nivel de aceptación general superior a 3. Además, cuando mucho 22 defectos si es preparación americana y 8 si es europea (DOF, 2002a). En el caso del CRCV se tienen acreditados tanto el organismo de certificación como la unidad de verificación, con vigencia hasta el 2012. Sin embargo el laboratorio de pruebas no lo está, sino que se encuentra testificado, que implica que la EMA estuvo presente en las pruebas realizadas sobre competencia del personal.

Hasta el 2010, a 10 años ya del reconocimiento de la DO Café Veracruz los resultados no han sido los esperados, pues hasta la fecha sólo 340 productores están registrados ante el CRCV, con un total de 482 fincas inscritas a lo largo de 20 municipios, principalmente concentradas en las regiones de Córdoba y Huatusco, tal como se observa en el Cuadro 2. En éste se aprecia como la proporción que representan del total de fincas y productores en el Padrón Cafetalero es muy baja, llegando apenas a niveles de 3% en municipios como Ixtaczoquitlán y Huatusco.

En función de las cantidades certificadas, se puede observar que los logros alcanzados por el Café Veracruz son aún más modestos, pues apenas se han emitido 20 certificados de café verde a cuatro productores, mientras que igual número de certificados de café tostado a seis torrefactores (CRCV, 2010a; 2010b). En cuanto al número de beneficios, se tienen certificados 38 húmedos y 8 secos, además de 10 tostadores o expendios de café (CRCV, 2010c; 2010d; 2010e). Dado el poco volumen que existe a la fecha, el CRCV no es aún autosuficiente, por lo que su operación se sostiene aún con recursos estatales. Como su presidente comentó en entrevista personal, será necesario que se inicien operaciones, porque aunque se encuentra técnica y legalmente competente para iniciarlas, sólo ha certificado muy pocos lotes, por lo que las estrategias comerciales del Café Veracruz se orientan al mercado interno (Assad, 2010).

predios y productos incluidos en la DO y completa esta estructura el laboratorio de pruebas, responsable de los análisis físicos y sensoriales del grano. Estos organismos deben acreditarse ante la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) quien avala la calidad de sus procesos y el cumplimiento de sus objetivos.

Es necesario mencionar que no existe en la NOM una definición más allá que implique algún aspecto técnico relacionado con las características en taza de la bebida procedente del estado, lo cual es más que lógico dada la diversidad de ecosistemas con que cuenta una superficie tan amplia como la que implica la DO en cuestión. Menos aún se incluyen componentes culturales o sociales de la producción del grano que permitan llevar más allá de los aspectos técnicos que implica la norma, la cual establece que el único componente de la DO es la calidad dada por el tamaño y el proceso del grano, lo cual es entonces una característica imitable y no con la especificidad que el territorio debería establecer. Tras las entrevistas realizadas en una visita al CRCV se encontró, en voz de los propios integrantes del Consejo, que hay importantes problemas de organización y politización desde su origen. Por otro lado, existe desconocimiento, desinterés o confusión por parte de muchos productores con relación a la utilidad y significado de una DO, aunque una notable acción del CRCV es la organización de talleres y pláticas en los Consejos Regionales del estado.

Este punto remite de forma directa a la composición del sector productivo incluido en la DO y al grado de pertenencia que los propios productores tienen sobre la iniciativa. Se trata de un proyecto que viene de las autoridades, que no cuenta con la aceptación ni la credibilidad del sector cafetalero del estado. Además que habiendo tan pocos volúmenes, no es factible establecer vínculos comerciales con otros actores de la cadena productiva, mucho menos realizar inversiones que difundan la existencia de este producto. A esto debemos sumar que al considerar el criterio de la altitud, se excluyó al 33% de los predios cafetaleros en la entidad y que esta afectación no se distribuyó de manera homogénea, sino que favoreció a los productores de los predios en el centro de la entidad en perjuicio de los del norte y del sur, tal como se aprecia en la Figura 2. Ello hace entonces evidente que una DO es un instrumento que implica un elemento de diferenciación, que de acuerdo a la norma del Café Veracruz implica una preferencia por las regiones centrales productoras, las tradicionales, y por tanto una exclusión del resto.

Café Chiapas

La asociación de Chiapas con la actividad cafetalera data de al menos un siglo, cuando inmigrantes ingleses, alemanes, franceses, españoles y norteamericanos principalmente, realizaron grandes inversiones para la producción del grano, logrando que a principios de la revolución fuera ya un producto importante para la entidad.

Como Romero (1874) narró, el Soconusco era una región privilegiada para la producción de café, que ofrecía ventajas importantes por sobre otras regiones del país e incluso del mundo, incluyendo Guatemala. Esto significó que a finales del siglo XIX se realizaron múltiples esfuerzos que más tarde convirtieron a dicha región en una de las más importantes productoras de café del país, tras un importante flujo de inversiones, primero americanas e inglesas y posteriormente alemanas, instalando numerosas fincas cafetaleras, varias de las cuales aún existen, conformando en los primeros años del siglo XX una economía cafetalera regional (Renard, 1993: 39).

Con el paso del tiempo la producción del estado aumentó hasta convertirse en la entidad más representativa en la producción de café del país en la actualidad. Esto se manifiesta en las cifras, pues es la entidad con mayor extensión de café cultivada, así como la de mayor número de productores. Según el Padrón Cafetalero actualizado al 2010, Chiapas reportó una superficie de producción cafetalera de 240,591 hectáreas, en 181,008 predios, así como 171,591 productores.⁵

Dadas las complejas condiciones económicas y sociales que han existido en la entidad por décadas, ha sido en los últimos años escenario de importantes procesos de innovación relacionado con la cafecultura, tales como la incorporación al comercio justo de varias cooperativas cafetaleras, la conversión hacia la producción orgánica en numerosas organizaciones, así como la incursión de cooperativas en el negocio de las cafeterías, a lo que se suma la vinculación con organizaciones no gubernamentales (ONG) para impulsar el desarrollo regional (González, 2002; Martínez, 2006; Doppler y González, 2007; Martínez, 2008; Perez Akaki, 2010).

Entre estas transformaciones apareció la propuesta que hizo la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas (COMCAFE), organismo creado el 16 de agosto de 2000 con el objetivo de "...establecer las bases para promover el desarrollo y

⁵ En términos relativos significa casi 36% de la superficie, 29% de los predios y 35% de los productores.

fomento de la cafecultura en Chiapas...” (SGCh, 2000). Esta institución solicitó el 21 de agosto de 2001 la Declaratoria General de Protección a la Denominación de Origen Café Chiapas ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (DOF, 2002b), la cual fue otorgada el 27 de agosto de 2003. En dicha declaratoria se autorizó la denominación *Café Chiapas* para el grano arábica, verde o tostado, en grano o molido, producido en alguna de las 12 regiones productoras de la entidad, correspondientes a 83 municipios (de un total de 91 municipios productores de café y 118 totales), cultivados en alturas superiores a 800 msnm. Este grano se distingue por su alta acidez, aroma intenso, sabor agradable y apreciable cuerpo, alcanzando así una excelente calidad, obtenido por las condiciones del espacio donde se produce, que se caracteriza por sus suelos volcánicos, climas aptos con buena humedad y una diversidad de temperaturas (DOF, 2003a). La definición de la DO excluyó, considerando el Padrón Cafetalero 2010, a 513 hectáreas (0.21% de la superficie estatal) en municipios ajenos a la delimitada por la declaratoria, pero a casi 61 mil hectáreas (25% de la superficie estatal) excluida por la altitud, afectando principalmente a los municipios de las regiones Copainalá, Comitán, Pichucalco, Palenque y Tapachula, los cuales tienen menos del 65% de sus superficies registradas en condiciones geográficas propicias para ser aceptadas en la DO, como se muestra en la Figura 2.

De acuerdo con las reglas, la declaratoria exige la conformación de una norma (NOM-169-SCFI-2007) que establece las características que debe cumplir el grano para ostentar la DO. Ésta NOM estableció que es posible llamarse *Café Chiapas* al grano de calidad Prima Lavado, Extra prima Lavado, Altura y Estrictamente Altura, con un máximo de 13 defectos para la mezcla europea o 26 para la americana, con un mínimo de calificación de 3 en aroma, acidez y sabor y de 2 en cuerpo (DOF, 2007).

La constitución de un Consejo Regulador de la Calidad del Café Chiapas sucedió oficialmente en febrero de 2004, el cual tiene como funciones salvaguardar la DO Café Chiapas, tanto a nivel nacional como internacional, verificar y certificar el cumplimiento de la NOM Café Chiapas, garantizar al consumidor la calidad del producto y su autenticidad y desarrollar actividades de investigación científica, análisis, estadísticas y seguimiento de la legislación nacional e internacional para garantizar la calidad del producto y hacer eficiente la cadena productiva (CRCCCh, 2010).

Sin embargo, los avances para consolidar la DO han sido muy lentos, pues a mediados del 2010 no se ha certificado aún ningún lote de producto, limitándose aún a pruebas para café verde y café tostado, sin otorgar algún certificado de origen. En estas pruebas se detectaron incluso necesidades de mejoras a los sistemas de calidad. Además de estos retrasos, el Consejo Regulador de la Calidad del Café de Chiapas apenas consiguió en febrero del 2010 su acreditación como Unidad de Verificación ante la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y el Organismo de Certificación obtuvo su acreditación el 10 de agosto del 2010.⁶ No existe aún la acreditación al laboratorio de pruebas, lo que impide aún que el Consejo Regulador ofrezca los certificados que diferencien al café que cumple con el estándar. Por ello, ahora el Consejo Regulador se dedica a la impartición de cursos y talleres hacia productores para explicar las ventajas de las DO, así como los pasos a seguir para conseguir la obtención del certificado. Su imposibilidad para operar impide que el Consejo Regulador pueda funcionar de manera autónoma, pues sigue dependiendo presupuestalmente del gobierno estatal.

Adicionalmente, el gobierno de Chiapas ha impulsado recientemente la creación del Instituto Marca Chiapas, con el cual crearon una marca colectiva para un amplio abanico de productos y servicios provenientes de dicha entidad. Con ello se propuso la creación de un sello llamado Chiapas Original, el cual incluye productos como artesanías de madera y metal, joyería, productos de ámbar, textiles, licores y café, principalmente.⁷

La creación de la iniciativa de la marca colectiva desde la propia autoridad estatal pone en entredicho la importancia que tiene la DO y representa un debilitamiento institucional para esta iniciativa. Si representaba un esfuerzo de gran envergadura la conseguir la participación de los productores ahora que se duplican las iniciativas lo será aún más.

Sin embargo, la aceptación de la iniciativa es baja entre los productores, pues hay poca credibilidad alrededor de ella, a diferencia de la marca colectiva que si ha

⁶ La acreditación ante la EMA se obtuvo el 23 de febrero del 2010, según consta en la página de internet de la EMA, www.ema.org.mx, consulta efectuada el 2 de agosto de 2010.

⁷ Hasta mediados del 2010 en esta iniciativa se encuentran ya inscritas 19 marcas de café de la entidad, de un total de 483 productos que han obtenido el sello (Pon, 2010). Esta marca, para el caso particular del café, opera por medio del COMCAFE quien se encarga de las pruebas específicas sobre la calidad del producto, que según se comentó debe cumplir con un mínimo de 80 puntos de la escala de la *Specialty Coffee American Association (SCAA)*, lo que realiza un catador Q sobre las muestras que se envían.

conseguido incluir a organizaciones de productores, a pesar que ambas fueron iniciativas que llegaron desde las autoridades.

Al igual que el caso de Veracruz, la NOM específica para Chiapas establece una normatividad técnica para pruebas físicas y sensoriales para el café, más no hay normas relacionadas con aspectos culturales, sociales o ambientales que hablen de una caracterización del grano de este origen. Por lo tanto las características que se pretenden dar por medio de la norma en realidad no están asociadas al territorio sino al proceso de transformación que sufre el grano, lo que hace el humano una vez cosechada la cereza y que corresponde al mismo proceso que se realiza en las regiones del mundo donde se produce café lavado. Dado que aún no se cuenta con lotes certificados, tampoco hay entonces la necesidad de la coordinación con el resto de agentes de la cadena de comercialización, lo que hace entonces más débil a la DO. Una iniciativa que carezca de alianzas comerciales y promoción carece de posibilidades de éxito, pues no es factible construir cadenas de comercialización fuertes y alternativas en los mercados de consumo. Sin el apoyo gubernamental y duplicando los esfuerzos, es aún más complejo.

Café Pluma Oaxaca

Estudios históricos sobre la producción de café en la región destacan que a comienzos del siglo XX el café proveniente de Pluma Hidalgo era mundialmente conocido por su calidad, por lo que dicha población se convirtió en el centro cafetalero del país, pues en él se instalaron los primeros beneficios húmedos y secos movidos por maquinaria (Córdova, 2005: 57). La producción de café en dicha región comenzó aproximadamente en 1874 con la introducción de cuarenta mil plantas, inicialmente en San Agustín Loxicha y desde ahí se extiende hacia el resto de la región (DOF, 2003b). El poblamiento en esta región se dio precisamente por la producción de café, pues un grupo de empresarios decidieron instalarse ahí en su búsqueda de espacios idóneos para la producción del grano. La prosperidad que le representó dicho producto consiguió que en 1880 adquiriera la categoría de pueblo, convirtiéndose entonces en un referente económico y social a escala regional (INAFED, 2005).

En mayo del 2003 fue solicitada al IMPI la Declaración de Protección de la DO Café Pluma, la cual contempla el café pergamino o verde producido en la región Pluma la cual se ofrece granos de la variedad típica, cultivados en alturas que van desde 700 a

1,500, los cuales se caracterizan por su agradable bouquet, exquisito sabor, acentuada acidez, excelente aroma y leve cuerpo (DOF, 2003b). La región Pluma comprende 12 municipios del estado de Oaxaca, los cuales abarcan el 27% de la superficie cafetalera de la entidad, pero sólo el 20% de la superficie cumple con el criterio impuesto por la solicitud ante el IMPI dados los criterios de altura del predio. Esta región se muestra en la Figura 2, donde se observa que San Pedro Pochutla sería el municipio más afectado por la DO, pues sólo el 39% de la superficie cafetalera quedaría incluida bajo el criterio de altitud.

A pesar de la crisis, en dicha región una importante proporción de la comercialización del grano que realizan los productores lo hacen en pergamino (Pluma Hidalgo, 2008: 57), lo que les permite controlar mejor el proceso de calidad asociada con el grano. Esta condición supera en buena medida lo que en otras regiones del país se ha registrado, donde se ha dado una reversión hacia el café cereza, en deterioro de la calidad del producto.

A la fecha, no hay una resolución por parte del IMPI sobre la solicitud de DO para Café Pluma, lo que ha significado un importante retraso en los planes originales que daban por sentada la resolución positiva a favor de la DO. Por ello es que se presiona al IMPI mediante declaraciones públicas sobre la proximidad de su aprobación y con la organización de eventos públicos donde se anuncia sobre el Café Pluma: “Una de las características principales en taza del café pluma es su fragancia fresca afrutada melada gustativamente es un café con una acidez modulada, muy balanceada, su sabor es típicamente melado con un gusto achocolatado, por lo que es imprescindible que cuente ya con su denominación de origen” (Declaración de Francisco Javier Herrera López, catador mexicano de gran experiencia, durante la Primera Feria del Café Pluma, citado en Suárez, 2009).

En la Figura 2 se observa una de las principales problemáticas que tiene la DO Café Pluma que es la falta de continuidad de los municipios que conforman la región que se quiere reconocer. Resulta además contrastante que al analizar los municipios cafetaleros reconocidos en el país, presentados en la Figura 1, se manifiesta que los municipios que se localizan entre las dos nubes de la DO también son cafetaleros. Esta problemática geográfica no se explica desde un punto de vista ambiental, sino político. Los municipios faltantes, que también podrían conformar la región cafetalera con

protección fueron administrados por otro partido político, por lo que se les excluyó de la solicitud presentada ante el IMPI. Además es necesario considerar que en su origen la iniciativa provino directamente de la autoridad estatal, más no se desarrolló por medio de la estructura administrativa oficial, sino por medio de asesores en esa materia que la impulsaron sin tener un acercamiento con los productores. Tras el fracaso en su primera etapa la retomó el Consejo Estatal del Café (CECAFE) de Oaxaca en el 2009 para darle un nuevo impulso. Lamentablemente aún se carece del convencimiento de los productores de la iniciativa, además que la desaparición anunciada del CECAFE con el cambio de gobierno estatal complicará el impulso a la DO.

Esta situación entonces remite a la coordinación institucional que una DO exige, que es entonces inexistente en el caso del Café Pluma. La DO se presenta al 2010 como un esfuerzo en la que varios actores, principalmente del sector gubernamental estatal y municipal, demandan el protagonismo, aunque no los recursos técnicos, humanos y económicos que se requieren.

Aunque el café Pluma Hidalgo goza de gran reconocimiento a nivel nacional e internacional, algunos reconocen que una DO podría no ser de utilidad, pues ya hay organizaciones y marcas bien posicionadas y reconocidas internacionalmente (Berrocal, *et al*, 2009: 370). Algunos de estos compradores evidencian una baja en la calidad del grano en los últimos años, resultado de la crisis que ha atravesado la agricultura desde hace un buen tiempo (Bojalil, 2010), la cual también encuentra causas en los conflictos institucionales que se han tenido en los últimos años entre el gobierno estatal y el federal. Ello entonces compromete el futuro de la región que encuentra en el café su producto de mayor importancia, y en donde los conflictos institucionales impiden alcanzar los resultados esperados (Berrocal, *et al*, 2009: 373).

Conclusiones

El mercado cafetalero ha venido transformándose aceleradamente, en el que diferentes innovaciones disputan por imponer sus definiciones de calidad, algunas desde los países consumidores y otras desde los productores, como es el caso de la DO. Esto desde el punto de vista teórico representa las diferentes formas normativas de gobernanza presentadas, bajo una forma de gobernanza por normatividad, pues es por medio de procesos de certificación como puede transmitirse hacia los diferentes actores de las cadenas de comercialización.

Como estrategia para el desarrollo regional, una DO podría considerarse como un poderoso instrumento con el cual se consigue una gobernanza por normatividad que parte desde los propios productores, específicamente por medio de la definición de la calidad del producto que ofrecen. En esta definición deberían entonces quedar incluidos aspectos particulares sobre el producto, el proceso y el entorno social, cultural y ambiental donde se desarrolla. Sin embargo al considerarse puramente los aspectos técnicos en la definición de calidad, las mismas que ya han sido definidas en los mercados de consumo para los cafés de especialidad, se asiste entonces a una estrategia que no representa grandes innovaciones más que una identificación particular sobre su origen, lo que en las cadenas tradicionales se llama trazabilidad. La trazabilidad es sin duda uno de los mayores aportes de las IG, aunque habrá que reconocer que el café de fincas famosas ya cuenta con ese componente.

Las denominaciones de origen para el café presentadas en este documento que han conseguido su diferenciación en el plano internacional han sido resultado de esfuerzo de largo plazo por múltiples actores. Ninguno es producto de la casualidad sino de un ejercicio intenso por la diferenciación de la calidad, lo que ha significado la creación de una reputación en los mercados de consumo. Ello que ha implicado esfuerzos técnicos, mercadológicos y financieros para conseguir este propósito, además de una colaboración estrecha entre sector público y privado.

Particularmente en el caso mexicano, las iniciativas de DO en café han mostrado un importante rezago desde su autorización. Según algunos entrevistados, esto se debe a las dificultades administrativas que al interior de los propios gobiernos estatales se han presentado, lo que hace muy evidente la distancia entre el sector público y privado. Esta condición se presenta en ambas entidades ahora autorizadas y está presente también en

el caso de Oaxaca. Se trata de iniciativas que se propusieron desde las instancias gubernamentales y no se han logrado concretar al nivel de los productores. Esta falta de participación de los productores complica la legitimidad de la iniciativa para quienes se supone está diseñada.

Por otro lado, la operación de una DO demanda importantes inversiones, tanto económicas, como la construcción de una estructura organizativa y técnica que soporte las exigencias que ella demanda. Además de estas inversiones se requiere que los productores participen y se organicen fortaleciendo su capital humano y social para hacer sacar provecho de la diferenciación que su territorio les permite conseguir.

Para ello es necesaria la generación de incentivos para participar de dicho sistema, pues las cadenas de comercio del grano están ya conformadas desde hace décadas. Una nueva estrategia de comercialización debe ser lo suficientemente atractiva para poder atraer a los productores y a los comercializadores, pues de otra forma no hay razón para cambiar hacia ella y mucho menos de crear acuerdos de cooperación entre los participantes de las cadenas.

Dadas las condiciones actuales, el discurso oficial de que las DO pueden ser estrategias poderosas para que los productores consigan su empoderamiento, o más aún, como estrategias de patrimonialización basadas en las culturas de las regiones productoras, estarían aún muy lejos de poder concretarse.

Finalmente, también es importante replantearse sobre la pertinencia de las DO que involucren a todo un estado, dada la diversidad de características territoriales que en ellos puede existir. Si, declara Miguel Tejero (2010) sobre Pluma Hidalgo,⁸ existen 23 perfiles de tasa diferentes reconocidos de la región, cuántos habrá en Veracruz o en Chiapas, si los ecosistemas pueden variar de manera importante en pocos metros de distancia, entre un predio cafetalera y otro. Ello quizá sea el más grande impedimento para poder concretar una DO y para poder funcionar como estrategia para el desarrollo regional.

⁸ Miguel Tejero es asesor de CEPCO, una organización de productores ubicada en Oaxaca que ha tenido una importancia notable en el desarrollo de las organizaciones cafetaleras en México, participando en movimientos de trascendencia mundial, como el movimiento orgánico y el comercio justo.

Bibliografía

- Assad, Eduardo (2010), entrevista personal, efectuada el 10 de marzo del 2010.
- Barham, Elizabeth (2003), “Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling”, *Journal of Rural Studies* Vol. 19, No. 1, pp. 127-138.
- Berrocal, Javier, Schroeder, Kira y Villalobos, Andrés (2009), “Café y desarrollo territorial rural: contraste de experiencias en Centro América y México”, en Rababoldo, Claudia y Schejtman, Alexander, *El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*, RIMISP – IEP, Lima, Perú.
- Bojalil, Alfredo (2010), “Calidad y comercialización del café en México”, ponencia presentada en el Seminario *Café: del campo a la taza*, organizado en la FES Acatlán el 18 de agosto de 2010, UNAM, México.
- Consejo Regulador del Café Veracruz – CRCV (2010a), *Proveedores de café verde certificado bajo la denominación de origen*, disponible en internet en www.cafeveracruz.org.mx, consulta efectuada el 19 de julio de 2010.
- _____ (2010b), *Proveedores de café tostado con línea verde certificado bajo la denominación de origen*, disponible en internet en www.cafeveracruz.org.mx, consulta efectuada el 19 de julio de 2010.
- _____ (2010c), *Beneficios húmedos inscritos al Consejo Regulador del Café Veracruz*, disponible en internet en www.cafeveracruz.org.mx, consulta efectuada el 19 de julio de 2010.
- _____ (2010d), *Beneficios secos inscritos al Consejo Regulador del Café Veracruz*, disponible en internet en www.cafeveracruz.org.mx, consulta efectuada el 19 de julio de 2010.
- _____ (2010e), *Tostadores y/o expendios inscritos al Consejo Regulador del Café Veracruz*, disponible en internet en www.cafeveracruz.org.mx, consulta efectuada el 19 de julio de 2010.
- Consejo Regulador de la Calidad del Café de Chiapas – CRCCCh (2010), *Objetivos*, disponible en internet en www.cafechiapas.org, consulta efectuada el 2 de julio de 2010.
- Córdoba Santamaría, Susana (2005), *Café y sociedad en Huatusco, Veracruz. Formación de la cultura cafetalera (1870-1930)*, CNCA, UACH, México.
- Diario Oficial de la Federación – DOF (2000a), Extracto de la solicitud de declaración de protección de la denominación de origen Café Veracruz, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, México, 19 de mayo de 2000.

Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?

Pablo Pérez Akaki

_____ (2000b), *Declaración General de Protección de la Denominación de Origen Café Veracruz*, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, México, 15 de noviembre de 2000.

_____ (2002a), *Norma oficial mexicana NOM149-SCFI-2001, Café Veracruz, Especificaciones y métodos de prueba*, Secretaría de Economía, México, 7 de enero de 2002.

_____ (2002b), *Extracto de la solicitud de declaración de protección de la denominación de origen Café Chiapas*, Secretaría de Economía, México, 8 de agosto de 2002.

_____ (2003a), *Declaración general de protección a la denominación de origen Café Chiapas*, Secretaría de Economía, México, 27 de agosto de 2003.

_____ (2003b), *Extracto de la solicitud de declaración de protección de la Denominación de Origen “Café Pluma”*, Secretaría de Economía, México, 27 de agosto de 2003.

_____ (2007), *Norma Oficial Mexicana NOM-169-SCFI-2007, Café Chiapas, especificaciones y métodos de prueba*, Secretaría de Economía, México 23 de febrero de 2007.

Doppler, Flurina y González, Alma Amalia (2007), “El comercio justo: entre la institucionalización y la confianza”, *Problemas del Desarrollo* Vol. 38, No. 149, pp. 181-202.

Fonte, María y Ranaboldo, Claudia (2004), “Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea”, *Opera* No.7, 9-31.

Giovannucci, Daniele y Smith, Virginia E. (2009), “The case of Kona Coffee, Hawaii”, en Giovannucci, Daniele, Josling, Tim, Kerr, William, O’Connor, Bernard y Yeung, May T. (2009), *Guide to Geographical Indications. Linking products and their origins*, International Trade Center, Suiza.

González Cabañas, Alma Amalia (2002), *Evaluación de los beneficios actuales y el potencial para el combate a la pobreza de la participación en redes de comercio justo de café*, Fairtrade Research Group, México.

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal – INAFED (2005), *Enciclopedia de los municipios de México*, disponible en internet en www.inafed.gob.mx, consulta efectuada el 2 de agosto de 2010.

Larroa Torres, Rosa María (2010), “Ixhuatlán del Café frente al poder trasnacional”, *La Jornada del Campo* No. 29, 13 de febrero de 2010.

Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?

Pablo Pérez Akaki

Marsden, Terry, Banks, Jo y Bristow, Gillian (2000), "Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development", *Sociologia Ruralis* Vol. 40, No. 4, pp. 424-438.

Martínez Torres, Maria Elena (2006), *Organic Coffee. Sustainable Development by Mayan Farmers*, Ohio University Press, Estados Unidos.

_____ (2008), "The Benefits and Sustainability of Organic Farming by Peasant Coffee Farmers in Chiapas, México", en Bacon, Christopher et al, *Confronting the Coffee Crisis. Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America*, MIT Press, Londres, Inglaterra.

Pérez Akaki, Pablo (2010), "Los espacios cafetaleros alternativos en México en los primeros años del s. XXI", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía* No. 72, pp.82-100.

Pluma Hidalgo (2008), *Plan municipal de desarrollo 2008-2010*, Oaxaca, México.

Rangnekar, Dwijen, 2004 "The Socio-Economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe", Issues Paper No.8, ICTSD/UNCTAD, May.

Renard, Cristina (1993), *El Soconusco, una economía cafetalera*, Universidad Autónoma Chapingo, México.

_____ (2008), "Café de conservación y comercio justo: el caso de las cooperativas de cafeticultores de la Reserva del Triunfo, Chiapas, México", ponencia presentada en el *3th Fair Trade International Symposium FITS 2008*, celebrado en Montpellier, Francia, del 14 al 16 de mayo de 2008.

Rodríguez Gómez, Guadalupe (2007), "La denominación de origen del tequila: pugnas de poder y la construcción de la especificidad sociocultural del agave azul", *Nueva Antropología* Vol. XX, No. 67, pp. 141-171.

Romero, Matías (1874), *Cultivo de café en la costa meridional de Chiapas*, México.

_____ (1898), *Geographical and statistical notes on Mexico*, Putnam's Sons, Nueva York, Estados Unidos.

Secretaría de Gobierno de Estado de Chiapas – SGCh (2000), "Ley que crea la comisión para el desarrollo y fomento del café en Chiapas", *Periódico Oficial* Tomo I, pp.2-14.

Suárez Olvera, Reyes Héctor (2009), "Primera feria del Café Pluma", *Notihuatulco.com*, consulta efectuada el 21 de agosto de 2010.

Tejero, Miguel (2010), entrevista personal, realizada el 6 de diciembre de 2010.

Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?

Pablo Pérez Akaki

Teuber, Ramona (2007a), “Geographic Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation – The Case of Coffee”, ponencia presentada en el *105th EAAE Seminar*, disponible en <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/7866/1/cp070042.pdf>.

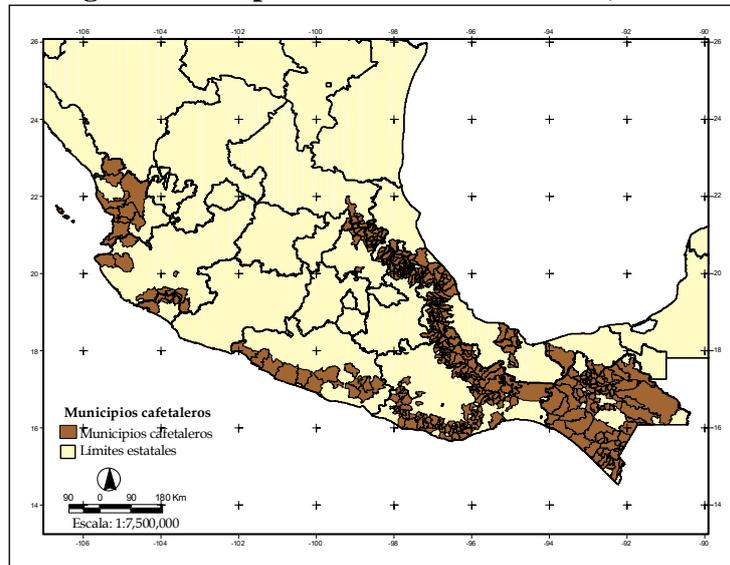
_____ (2007b) Café de Colombia, Café Veracruz y Café de la Montaña Azul de Jamaica, *Ensayos sobre economía cafetera* No. 23, pp. 107-126.

_____ (2008), “Geographical Indications and the Value of Reputation”, ponencia presentada en el *12th Congress of the European Association of Agricultural Economists*, disponible en <http://ageconsearch.umn.edu/handle/43835>.

Trujillo, Laura (2008), “Coffee-Production Strategies in a Changing Rural Landscape: A Case Study in Central Veracruz, Mexico”, en Bacon, Christopher M., *Confronting the Coffee Crisis. Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America*, MIT Press, Londres, Inglaterra.

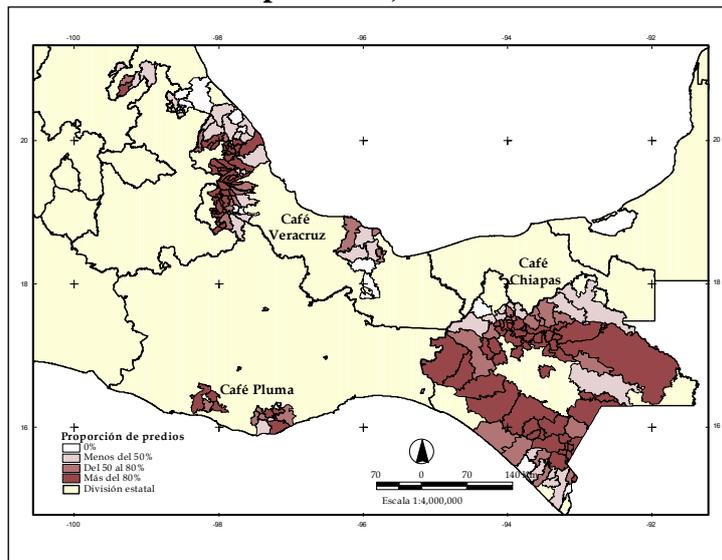
Ukers, William H. (1935), *All about coffee*, The Tea and Coffee Trade Journal, Nueva York, EUA.

Figura 1. El espacio cafetalero mexicano, 2010.



Fuente: Elaboración propia con datos del Padrón Cafetalero 2010.

Figura 2. Predios cafetaleros incluidos en las denominaciones de origen mexicanas para café, 2010.



Fuente: Elaboración propia con datos del Padrón Cafetalero 2010, las Declaraciones sobre Denominaciones de Origen Veracruz y Chiapas y el extracto de solicitud de Declaración de Origen Café Pluma.

Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?

Pablo Pérez Akaki

Cuadro 1. Productos mexicanos con Denominación de Origen

Denominación	Fecha	Solicitante	Estados Autorizados	NOM
Tequila	Dic 09, 1974	Tequila Herradura y la Cámara Regional de la Industria Tequilera de Guadalajara.	Jalisco, Nayarit, Tamaulipas, Michoacán y Guanajuato.	NOM-006-SCFI-1994
Olinalá	Nov 1994	28, Unión de Artesanos de Olinalá	Guerrero	Pendiente
Mezcal	Nov 1994	28, Cámara Nacional de la Industria del Mezcal	Guerrero, Oaxaca, Durango, Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato y Tamaulipas	NOM-070-DCFI-1994
Talavera	Mar 17, 1995	Talavera de Puebla S.A.	Puebla y Tlaxcala	NOM-132-SCFI-1998
Bacanora	Nov 6, 2000	Gobierno del Estado de Sonora	Sonora	NOM-168-SCFI-2004
Café Veracruz	Nov 2000	15, Consejo Veracruzano del Café	Veracruz	NOM-149-SCFI-2001
Ámbar de Chiapas	Nov 2000	15, Gobierno del Estado de Chiapas	Chiapas	NOM-152-SCFI-2003
Charanda	Ago 2003	27, Asociación de productores de Charanda	de Michoacán	NOM-144-SCFI-2000
Sotol	Ago 8, 2002	Gobiernos de Chihuahua, Coahuila y Durango	Chihuahua, Coahuila y Durango	NOM-159-SCFI-2004
Mango Ataulfo del Soconusco Chiapas	Ago 2003	27, Secretaría de Desarrollo Rural del Gobierno del Estado de Chiapas	de Chiapas	NOM-006-SCFI-2005
Café Chiapas	Ago 2003	27, Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas	Chiapas	NOM-169-SCFI-2007
Chile Habanero de la península de Yucatán	Oct 3, 2008	Empresa: habanero Yucatán, A.C.	Chile de Yucatán, Campeche y Quintana Roo	NOM-008-SCFI-2002
Vainilla Papantla	de Feb 24, 2009	Secretaría de Desarrollo Rural de Puebla y el Consejo Veracruzano de la Vainilla	de 38 municipios de Veracruz y Puebla	NOM-139-SCFI-1999

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (Mayo; 2010).

Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional?

Pablo Pérez Akaki

Cuadro 2. Fincas y productores registrados en el CRCV en 2010

Región	Municipio	Registrados en la DO		% del total en el Padrón	
		Fincas	Productores	Fincas	Productores
<i>Atzalan</i>		5	5	0.04%	0.07%
	Altotonga	4	1	0.17%	0.07%
	Atzalan	1	4	0.01%	0.07%
<i>Coatepec</i>		17	14	0.09%	0.13%
	Alto Lucero de Gutiérrez				
	Barrios	1	1	0.03%	0.06%
	Coatepec	4	4	0.09%	0.16%
	Emiliano Zapata	1	1	0.02%	0.04%
	Jilotepec	3	3	0.24%	0.48%
	Naolinco	2	1	0.14%	0.11%
	Teocelo	2	1	0.11%	0.09%
	Xico	4	3	0.19%	0.24%
<i>Córdoba</i>		188	111	2.09%	2.06%
	Ixhuatlán del Café	66	18	1.35%	0.71%
	Ixtaczoquitlán	122	93	2.96%	3.29%
<i>Huatusco</i>		147	108	1.36%	1.64%
	Huatusco	99	78	2.35%	2.89%
	Sochiapa	3	3	0.60%	0.84%
	Tlaltetela	4	2	0.12%	0.11%
	Totutla	41	25	1.48%	1.43%
<i>Misantla</i>		2	2	0.07%	0.10%
	Juchique de Ferrer	2	2	0.07%	0.10%
<i>Tezonapa</i>		77	77	0.78%	1.16%
	Tezonapa	92	77	0.94%	1.16%
<i>Zongolica</i>		31	23	0.36%	0.38%
	Los Reyes	2	1	0.81%	0.64%
	Texhuacán	1	1	0.84%	0.65%
	Zongolica	28	21	0.34%	0.37%
	<i>Total estatal</i>	465	338	0.67%	0.80%

Fuente: Elaboración propia con datos del CRCV, 2010a, disponible en internet en www.cafeveracruz.com.mx, consulta efectuada el 19 de julio de 2010, así como del Padrón Cafetalero actualizado a 2010.