



**COLEGIO DE POSTGRADUADOS**

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS MONTECILLO  
**POSTGRADO DE SOCIOECONOMÍA, ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA**  
**AREA DE ECONOMÍA**

MERCADO POTENCIAL DEL CAFÉ, UN ESQUEMA DE CADENA DE VALOR

PRESENTA:

ING. JESÚS PERALTA JIMÉNEZ

CONSEJERO:

DR. JOSÉ JAIME ARANA CORONADO



# INTRODUCCIÓN

El pequeño agricultor cafetalero, con poca tenencia de tierra y escasa capacidad de producción, individualmente no posee ningún tipo de poder ante un complejo sistema de distribución y comercialización que lo margina (García C. et al. 2014).

Debido a su vulnerabilidad individual, la mejor estrategia que han hallado los productores para mejorar su posición en el eslabón de la cadena del café, es organizarse en cooperativas, asociaciones, y/o comités de productores, para así tener una mejor posición para negociar su café en el mercado (García C. et al. 2014).

Las cooperativas en el sector cafetalero juegan un rol importante debido a que es una forma de que los productores pequeños puedan comercializar sus productos vía cooperativa, son puerta de recursos del estado y de la capitalización vía aportaciones, manejo de crédito, certificaciones y gestión de proyectos (Mendoza, et al. 2015).

En el caso del café en México existen alternativas para dar mayor valor agregado al producto. Como una forma de sobrevivencia los productores han buscado nuevas oportunidades en nichos de mercado alternativos, que les permiten comercializar su café a un precio razonable y así conservar la producción y comercialización del café como un medio de subsistencia (Bara y Pérez-Akaki, 2015).

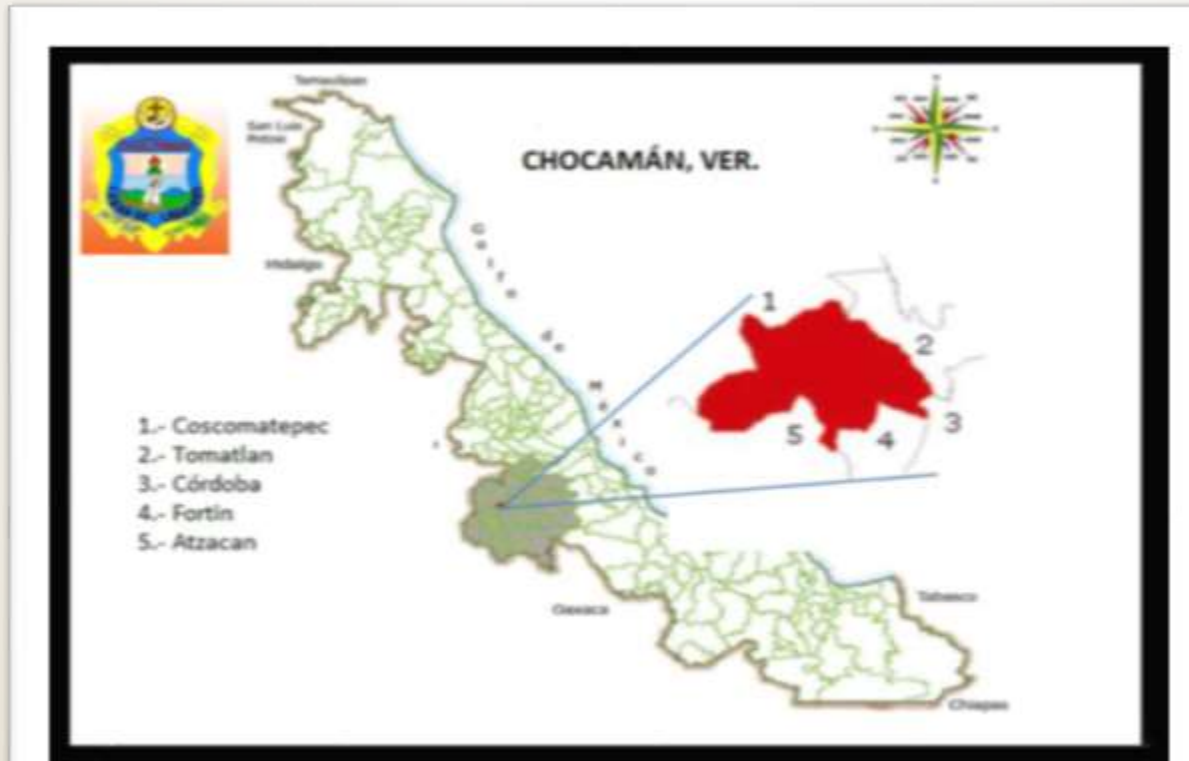
# CADENAS DE VALOR DEL CAFÉ DE UGANDA



Figura 1. Ejemplo de cadena de valor simple del café

# REGION DE ESTUDIO

- El presente estudio se desarrollara en el Municipio de Chocamán, Veracruz, donde se encuentran ubicadas las sedes de las tres asociaciones de productores de café; Cooperativa Catuai Amarillo S. de S.S, Cafetaleros de la Noria S.C., y Cafetos de Neria S.C de R.L.





# POBLEMÁTICA

- ▶ Los productores de café a finales de la década de 1980, optaron por organizarse para hacer frente a la crisis mundial que en esa época afectaba al aromático, esta situación se combinó con una serie de problemáticas que desde antaño han vivido como son marginaciones, condiciones sociales deplorables, aprovechamiento por parte de acaparadores, analfabetismo, etc. Una de las estrategias para poder hacer frente a las realidades a las que se enfrentaban dichos productores, fue la conformación de una red de agricultores, los cuales apoyados en su mayoría por asociaciones civiles, buscaron la certificación de su producto para poder exportarlo (Susano, 2013).
- ▶ Tomando en cuenta lo anterior es importante identificar el potencial de comercialización con el que cuentan los productores a través de las cooperativas. En que medida las cooperativas cumplen con lo que está demandando el mercado y cómo agregación de valor representa un beneficio para los productores.



# OBJETIVOS

- ▶ Usar el enfoque de cadena de valor para Identificar en qué medida las cooperativas cumplen con las exigencias del mercado en el que participan y que estrategias han implementado para lograr su éxito.

## **Objetivos particulares**

- ▶ Investigar como la agregación de valor bajo diversos esquemas de certificación ha influido en el éxito de la comercialización de las cooperativas y cuáles son los requerimientos que exige el comprador.
- ▶ Identificar las limitantes y cuál es el potencial de mercado de las cooperativas a través del enfoque de cadena de valor.

# HIPÓTESIS

- ▶ El éxito de los productores de café integrantes de las cooperativas se debe al cumplimiento de las exigencias del mercado a través de la agregación de valor bajo diversos esquemas de certificación.



# METODOLOGÍA

1. Se consultarán las fuentes de información a cerca de cadenas de valor y cual es el papel de las cooperativas en el sector cafetalero.
2. Se llevara a cabo un estudio de caso en el que se aplicará un cuestionario general para conocer la situación de las cooperativas y de su entorno (identificación de la cadena de valor y los actores).
3. Posteriormente se realizará un estudio cuantitativo para medir las variables que explican beneficios que obtiene el productor por adoptar mayores estándares de calidad.
4. Se hará la comparación entre las tres cooperativas para identificar las estrategias que han adoptado y cómo la agregación de valor ha influido en su éxito de manera significativa.



Gracias por su  
atención