

El café en Puebla, consumo y salud

Coffe in Puebla, Consumption and Health

Pamela Bernal Valderrama¹

RESUMEN

El presente artículo aborda la cafecultura con una mirada general y posteriormente se enfoca en la región de la Sierra Norte de Puebla, con el objetivo de analizar y evidenciar las dinámicas del sector, del consumo adecuado y el impacto en la salud de todos aquellos que tomamos café. El proceso de construcción del artículo se basó en información de archivo, documentos digitales y observación participante en la región de estudio, así como en el análisis de los procesos socioculturales que atraviesan los productores. Este análisis permitió describir y comprender histórica y contemporáneamente las dinámicas cafetaleras. **Palabras clave:** cafecultura, consumo, salud, pequeños productores de café.

ABSTRACT

This article addresses coffee growing from a general perspective and subsequently focuses on the Sierra Norte de Puebla region, with the aim of analyzing and demonstrating the dynamics of the sector, the adequate consumption and the impact on the health of all those that we drink coffee. The process of construction of the article was based on archive information, digital documents and participant observation in the study region, as well as on the analysis of the socio-cultural processes that producers go through, which give us coffee as a food product. This analysis made it possible to describe and understand the dynamics of coffee growing historically and at the same time. **Keywords:** Coffee Growing, Consumption, Health, Small Coffee Producers.

El café va más allá de una simple bebida. Para que llegue a nuestras tazas pasa por un proceso de transformación que involucra relaciones sociales, de trabajo, económicas, políticas, culturales, ambientales, religiosas, etcétera. Por esta razón, este artículo tiene el objetivo de evidenciar la crisis en la que se ubica el sector cafetero a nivel nacional, la posición en la que se encuentran los pequeños productores del aromático en la Sierra Norte de Puebla y la importancia de un adecuado consumo para la salud.

En México la producción de café tuvo sus años de auge (1980-1990). Sin embargo, debido a las múltiples problemáticas que comienzan al principio de los años posteriores a 1990, se identifica un declive en la producción y, por tanto, en la comercialización del aromático. Actualmente son 12 estados los que encabezan la producción nacional: Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla, Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Nayarit, Jalisco, Colima, Tabasco y Querétaro. En 2018 se produjeron 3.5 millones de sacos de café de 60 kilos, es decir, 717 mil 336 hectáreas productoras de café, siendo Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca,

¹ Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, ORCID iD 0000-0002-5016-4383, pamelabernal4@gmail.com

las principales entidades productoras (NOTIMEX, 2017). Dado lo anterior, se retomaron los principales cuatro estados productores de la República Mexicana, con el fin de destacar la baja experimentada en la producción con el paso de los años.

En el siguiente cuadro podemos observar que para 2005, Puebla producía 348,578 ton. en 70,658 ha. y para 2018 bajó a 135,682 ton. en 135,682 ha.; como se puede apreciar, las distintas dinámicas sociales, económicas, políticas, culturales y medio ambientales han impactado de manera directa al sector y su actividad productiva.

Cuadro 1. Superficie sembrada y producción obtenida de los principales estados productores en México, café cereza, 2005-2018.

Estado	Año ha./ton.	2005	2010	2013	2016	2018
Chiapas		253,442/ 630,317	253,601/ 544,635	253,764/ 499,339	232,449/ 361,850	231,798/ 346,856
Veracruz		151,058/ 357,317	148,584/ 363,585	139,032/ 357,977	127,256/ 191,017	129,206/ 210,176
Puebla		70,658/ 348,578	45,918/ 131,902	54,206/ 159,322	60,214/ 121,433	62,875/ 135,682
Oaxaca		160,400/ 204,302	150,163/ 154,019	138,236/ 129,756	115,045/ 66,053	109,863/ 70,377

Fuente: elaboración propia con datos de SIAP.

A partir de la base de datos del SIAP,² se sabe que durante las últimas tres décadas se han producido, en promedio, cerca de 1.5 millones de toneladas anuales de café cereza, en una extensión aproximada de 746 mil hectáreas, lo que representa casi 4% de la superficie sembrada a nivel nacional. Asimismo, 61% de la producción de este cultivo durante el periodo 1980-2013 se concentró en dos estados: Chiapas contribuyó con 37% y Veracruz con 24% (CEDRSSA, 2014).

Desde luego no podemos hablar de una cultura homogénea, ya que, al ubicarnos en las dinámicas locales de Puebla, se identifican distintas culturas cafetaleras. Cada productor incorpora el café a su vida social de una manera distinta identificando las relaciones económicas con otros productores, compradores, industrializadores, organizaciones sociales y el gobierno. De igual manera, su posicionamiento ante los acontecimientos por los cuales atraviesa en estos tiempos la cafecultura es diverso.

La relevancia de los municipios de estudio radica en la comprensión del fenómeno de la producción, transformación y comercialización cafetalera, dado que en ellos se encuentran fincas cafetaleras, beneficios y puntos de comercialización que abastecen gran parte de la demanda de café, nacional e internacional. La problemática actual está definida por distintos aspectos culturales y sociales que intervienen en el tejido de las cadenas de la mercancía, pues el café es un elemento que impacta directamente la economía de los productores. Por lo tanto, realicé acompañamiento en las fincas para poder conocer y analizar el proceso del café dentro de la región de estudio, asimismo, hice observación participante y entrevistas a profundidad.

2. Consúltense la página oficial de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural del Gobierno de México, <https://www.gob.mx/siap>

Posteriormente, el análisis me permitió abordar un proceso global como el de la cafecultura en el ámbito nacional, logrando identificar como coyuntura crítica el impacto que tuvo (y tiene todavía el día de hoy) el cierre del Instituto Mexicano del Café (Inmecafé) en 1993. El tiempo social de la cafecultura (incluso la memoria de los actores contemporáneos) se ordena desde la institución del Inmecafé: los actores se remiten a ella para entender lo que sucede en sus vidas cotidianas, antes y después de su creación y desaparición. Los pequeños productores de café identifican tres escenarios de la producción y comercialización del café: primero, antes de la llegada del Inmecafé como institución reguladora (1920-1957); segundo, durante la participación del Inmecafé en la ordenación del campo cafetalero (1958-1989); y, tercero, la nueva situación tras el cierre del instituto (1993 a la fecha). Llevé a cabo la triangulación de los datos de las diversas fuentes que utilicé, como archivo público, notas periodísticas, bases de datos públicas, etcétera. En consecuencia, se creó una cadena de evidencias.

La historia del café es peculiar, literalmente es un fruto que ha viajado por el mundo para que los seres humanos pudiéramos conocerlo y tomarlo. Este viaje tocó distintos países y en cada uno existe un mito diferente. Quizá este sea el motivo de su complejidad. “En Europa se encontraron los primeros registros de las primeras tiendas de café en Venecia, alrededor del 1645. Así pues, se dice que los franceses fueron quienes trajeron la semilla del fruto a América. En un primer momento a Brasil, desde donde se extendió al resto del continente. De esta manera, el café llega a México procedente de Cuba en el siglo XIX” (Martínez, 2004).

Como señala Rodríguez, durante el último tercio del siglo XIX la economía mexicana experimentó un momento de crecimiento. En este sentido, bajo el gobierno de Porfirio Díaz se impulsó la actividad económica “eliminando barreras comerciales internas y externas, impulsando el desarrollo de una política bancaria, la atracción de capitales foráneos junto a las mejoras en infraestructura y la desamortización, todas estas medidas propiciaron beneficios económicos a muchos ciudadanos y a inversionistas extranjeros” (Rodríguez, 2004, p. 100).

En 1870, Díaz se dio a la tarea de fundar una sociedad nacional de agricultores y desde allí impulsó la propagación del cultivo del café, mostrando las ventajas y beneficios de su exportación. En la década de los años 80 comenzaron los apoyos del gobierno federal y en 1883 la Secretaría de Fomento puso a disposición de los cosecheros de café instructivos que ayudaban a darles una guía sobre el cultivo (Rodríguez, 2004, p. 108). Por consiguiente, hacia 1885 el Secretario ya hablaba de la necesidad de ensanchar la zona productiva de café, apostando por el aumento de las exportaciones, lo cual apoyaría a una economía más estable en el país.

Más adelante, la producción cafetalera se vio afectada por la Revolución Mexicana en 1910, de 50 millones de kilogramos en 1907, se pasó a producir solo 35 hacia 1910 (El café, 1933, pp. 45-46), lo que ocasionó un derrumbe importante en la producción por el abandono del campo. Durante años esta crisis permaneció. No obstante, por la necesidad de ganancia de los productores y el ingreso económico que este les daba, se buscaron estrategias para retomar la cafecultura. La reforma agraria, en el periodo post-revolucionario, repartió miles de pequeñas parcelas de tierra a los grupos de solicitantes campesinos y

a los trabajadores indígenas. “Las leyes laborales, como la Ley de Obreros de 1914, liberó a muchos ‘siervos’ y sirvientes de la comarca, muchos de ellos eran empleados en las plantaciones de café, que a su vez trajeron las habilidades y plantas para cultivar café a sus comunidades” (Barista Café, 2013).

A partir de 1920 el campo cafetalero experimentó un aumento significativo en la producción del grano. En este sentido, como lo señala el Instituto Nacional de Economía Social (INAES), “en la década de 1930 ya se notaba la mejoría productiva, reflejada en el número de beneficios censados que en ese entonces alcanzaba un total de 310 con una capacidad de 261,575 toneladas de café en cereza” (2017, p. 2). Este resurgimiento provocó que las autoridades pensarán en políticas de apoyo al campo para mejorar la producción.

En 1937 nació la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A. (CEIMSA) creada por el Estado para regular los precios de los productos básicos. Durante 1942 CEIMSA decidió la creación de una empresa filial a la cual daría el nombre de Cafés Tapachula, S.A. cuya finalidad fue adquirir y administrar beneficios de café. Tres años después, dicha empresa se convierte en Beneficios Mexicanos del Café, S. de R.L. y C.V. (bemex), teniendo como objetivo comprar, beneficiar y vender café representando al sector público (INAES, 2014, p. 2).

El presidente Miguel Alemán creó el 17 de octubre de 1949 la Comisión Nacional del Café, que apoyó la cafeticultura con nuevos recursos para la investigación agronómica. La Comisión tuvo éxito en la propagación del café en nuevas áreas productoras en Puebla, Oaxaca y Guerrero. Debido a que los rendimientos permanecieron constantes y se integraron más áreas al cultivo, se duplicaron las exportaciones, pasando de 31 mil en 1945 a 69 mil toneladas en 1949. Durante este periodo hubo una política más bien descentralizada de diferentes agencias gubernamentales y uniones de productores (Nolasco, 1985, p. 180).

En 1957 se experimentó una caída de los precios del café. Esta situación condujo a que siete países latinoamericanos (Brasil, Colombia, México, Guatemala, Nicaragua, El Salvador y Costa Rica) firmaran el Acuerdo de México, por medio del cual se comprometían a realizar retenciones de café para que los precios de compra pudieran elevarse. Empero, este acuerdo no consiguió atajar la caída de las cotizaciones mundiales, ya que la situación de la competencia mundial ya era diferente. Para ese entonces el cultivo del café en África había crecido con celeridad y los países de ese continente no solo competían con los de América Latina por los mercados de las metrópolis europeas, sino, que empezaron a penetrar en el mercado estadounidense, gracias a las excelentes cualidades de su café variedad ‘robusta’ para el proceso de solubilización (Portillo, 1993, p. 379).

En 1958 se dio un conflicto surgido entre los grandes exportadores nacionales y los grandes productores por el reparto de las ganancias de la exportación, el cual brindó al Estado la oportunidad de imponer su arbitraje, asumiendo el control de las exportaciones. Se fundó así el Instituto Mexicano del Café (INMECAFÉ), el cual debía, entre otras funciones, administrar la distribución de las cuotas asignadas a México en el marco de los acuerdos internacionales. Asimismo, el instituto se encargaría de distribuir los permisos de exportación, rompiendo con el oligopolio de los exportadores (Renard, 1999, p. 18).

En la actualidad, México ocupa el décimo primer lugar del mundo como productor y exportador del grano. En estos días “la actividad cafetalera nacional se concentra en cuatro estados que juntos aportan el 91% del total nacional:

Chiapas (39%), Veracruz (30%), Oaxaca (13%) y Puebla (4%) donde predominan los pequeños productores” (CEFP, 2001, p. 3).

Chiapas ha sido históricamente el principal estado productor, comercializador y exportador del grano de la República Mexicana. Mas, al igual que el conjunto del país, la producción cafetalera de Chiapas también se ha visto afectada por ciertos acontecimientos históricos. Así, Arévalo (1991) remarca como coyuntura crítica de esa historia el rompimiento del convenio con la Organización Internacional del Café (OIC) en 1989, que repercutió en el mercado internacional afectando también a los cafeticultores de nuestro país por los precios internacionales definidos en la bolsa de valores de Nueva York, los cuales se utilizan como parámetro para definir los precios del mercado nacional.³

En Oaxaca el panorama no es diferente. Pioquinto (1991) apunta que el rompimiento con la OIC obligó a los productores a migrar y replantear su dinámica socioeconómica. El elemento que ayuda a la permanencia de la producción de café es el dinero de las remesas que envían los migrantes, financiamiento que les ha dado una mejor calidad de vida en las comunidades de origen, haciendo posible la conservación de las tierras en que cultivan café. De este modo, la producción y comercialización del café en Oaxaca continúa en buena medida por el envío de las remesas de los migrantes.

Chávez apunta que una solución a la crisis de la cafecultura que estalló desde el año 1990, es la comercialización del café orgánico, en vista de que la cadena de valor y las actividades primarias “repercuten de forma directa y significativa en el logro de la competitividad, siempre y cuando, la cadena de valor esté formada en torno a una estrategia genérica” (Chávez, 2012, p. 12). Es decir, que la cadena de valor de la producción del café orgánico a nivel local alcanza los niveles de competitividad adecuados, siempre que implemente en sus actividades tácticas para superar el desempeño de los competidores. En este sentido, Juárez (2015) aborda la organización social en el ámbito familiar y comunitario, lo cual garantiza la producción de café en la región de Oaxaca, puesto que las familias poseen el conocimiento tradicional para la producción y los integrantes aportan la mano de obra logrando una economía campesina redituable.

Por otro lado, desde el comienzo de la cafecultura como fuente económica principal, Veracruz ha enfrentado problemáticas. Kuhnne (1936) señala que el esfuerzo implementado por los productores no es retribuido de una manera justa ya que, desde que comenzaba la plantación de cafetos, los campesinos implementaban estrategias para la obtención de otros frutos como el plátano, lo cual ayudaba a tener una mejor economía. Posteriormente, Centeno (1993), con su análisis en Córdoba, aporta un panorama en el que las fincas comienzan a desaparecer, esto permite a los medianos y pequeños productores cobrar importancia en la producción de café, sin embargo, las dinámicas económicas no muestran una mejora para los productores. Luego, Isunza (2003) apunta que la crisis cafetalera se debe a que los asociados al Consejo Regulador en lugar de beneficiar a los productores de manera igualitaria, también implementa estándares en donde las relaciones no se rigen bajo el mismo esquema de calidad y eficiencia compartida. Ahora bien, Nava Tablada (2016) aborda los mercados alternativos que surgen tras la crisis cafetalera; en este sentido, se

3 Arévalo (1991) propone que el gobierno debe aplicar un programa que garantice el rescate económico en la zona productora de Chiapas y del país. Por otro lado, Escalona (2012), a partir de su estudio etnográfico, explica cómo funcionan las conexiones y los flujos transnacionales y su impacto en el desarrollo de la cafecultura chiapaneca.

apuesta por el comercio justo como una práctica comercial, que permite una eficiencia económica y sustentabilidad social, aportando que los costos se integran al precio final del café.

Este escenario de las principales zonas productoras del país confirma que las principales problemáticas de las últimas décadas continúan vigentes. Chiapas se caracteriza por su alto nivel de producción y exportación, Oaxaca ha podido continuar con su tradición cafetalera gracias al ingreso extra que ofrecen los migrantes y Veracruz ha sobrevivido gracias al trabajo de los productores y a su interés por continuar con esta tradición. Mas los estados productores, debido a los bajos costos de la venta del café, no han logrado tener una economía estable durante años. Este escenario servirá como referente para abordar la cafecultura en las zonas rurales de Puebla.

En la Sierra Norte de Puebla la producción y comercialización de café también ha sido base importante de la economía. En este sentido, Alvarado, Juárez y Ramírez (2006) analizan las principales problemáticas a las que se enfrentan los productores de café, señalando que las pequeñas superficies de tierra y las condiciones de pobreza y marginación obligan a los campesinos a vender su cosecha a precios inferiores a su valor real. De igual manera, la especulación en la que viven los productores por la oferta y demanda, de acuerdo con los precios establecidos internacionalmente, no permiten una mejora en la economía campesina de esta región. Por otro lado, Salgado (2006) apunta que en algunos casos la pertenencia a una organización local favorece el desarrollo económico; no obstante, responde a lógicas de poder en donde solo productores con características privilegiadas pueden pertenecer a la organización.

Figura 1. Finca de café.



Fuente propia: Noviembre, 2019.

Los productores de café, debido a sus condiciones de pobreza y marginación, se ven obligados a vender su cosecha a acopiadores, quienes ofrecen precios inferiores a su valor real. En la Sierra Norte de Puebla, se presenta esta situación, de acuerdo con Alvarado, Juárez y Ramírez (2006), donde la comercialización del café está dominada por intermediarios locales y regionales que acaparan la producción, pagando precios muy bajos por el producto.

La actividad comercial agrícola más importante, a la que se dedica la mayor parte de la población, es el café. Los productores de café en Huehuetla y en la región, son minifundistas que trabajan la tierra generalmente bajo el régimen de propiedad privada, con una superficie que va de un cuarto hasta una hectárea.

Figura 2. Cortadores de café.



Fuente propia: Fotografía, Diciembre, 2019.

El café es una bebida que ha sido consumida durante años por los distintos grupos sociales del país. En México, existe una fuerte cultura de consumo del café y se enfatiza en sus principales ciudades productoras. Entonces, la demanda de los consumidores constituye el origen de la producción, mas lo fundamental es que a través del mecanismo de mercado se regula toda la economía (Narotzky, 2004, p. 146).

El papel del Estado y sus políticas impositivas y de bienestar social constituyen factores importantes que rigen las transferencias entre patrones de consumo mercantilizados y no mecanizados (2004, p. 149). Si pensamos en términos de una economía tendiente a la maximización de las ganancias a través del intercambio y que produce para el intercambio, resulta evidente que el consumo de una mercancía la retira de la circulación y constituye el fin de la realización de valor de cambio de esa mercancía. En consecuencia, no se trata ya de una *mercancía* sino de un bien, un valor de uso y, cuando este también se realiza en el acto final del consumo personal, no queda nada. Debe iniciarse de nuevo el proceso (2004, p. 151). Si pensamos en el recorrido del café desde la producción hasta la taza, entonces cuando el café es tomado por los consumidores ya no existe una mercancía y entonces todo el proceso se puede repetir: plantación, producción, beneficiado, comercialización y consumo. Por lo tanto, la cadena mercantil del café responde al ciclo que tiene una mercancía en función de su consumo.

Si el consumo se relaciona con el uso de bienes y servicios, cuando estos se utilizan en el proceso de producir otros bienes y servicios, hablamos de consumo productivo. Cuando su uso se destina a mantener y reproducir la vida humana, se denomina consumo personal. El consumo personal puede considerarse también como consumo productivo, cuando la vida humana se concibe como fuerza de trabajo (2004, p. 152). Tal es el caso de los productores que pertenecen al sistema campesino: ellos mismos son quienes se encargan del mantenimiento de su finca empleando su fuerza de trabajo con el único fin de la subsistencia, pero también de los productores pertenecientes a los demás sistemas, porque el consumo personal constituye un concepto ambivalente que puede definirse, a grandes rasgos, como el uso de recursos en el proceso de ganarse la vida (2004, p. 152).

La concepción del mundo del café es la suma de las actividades económicas y sociales. Hemos realizado un recorrido que parte del entendimiento de la actividad cafetalera con una visión económica y social entrelazada. A lo largo del análisis me pregunté ¿de qué manera impacta el consumo de café en la vida de los productores? En el análisis realizado se concluye que el consumo es la actividad que fomenta la producción, dado que, esta quedaría anulada si no existiera el consumo, la demanda y los consumidores. Entonces los que consumimos la bebida somos parte de un mundo, el del café.

Ahora bien, el consumo del café está directamente ligado a la salud. En este sentido, mucho se ha hablado si ingerir café es bueno o malo, existen muchas investigaciones que se han realizado a lo largo de los años, sin embargo, aún no se tiene un resultado conciso. Ciertamente, los resultados en conjunto de estas investigaciones indican que ingerir tres tazas de café al día es más beneficioso que perjudicial para la salud. Claramente también depende directamente del tipo de café que tomemos, pues no es nada nuevo saber que el café soluble contiene muchos químicos que afectan a nuestra salud y aún más aquellos cafés solubles producidos por transnacionales en grandes cantidades.

De igual manera, es sumamente importante tener conocimiento de cuál es el cuidado que se le da a la finca que produce el café que consumimos, puesto que muchas fincas cuidan el café con fertilizantes químicos y evidentemente esto afectará nuestra salud con el paso del tiempo. De modo que la mejor opción para continuar degustando el tan delicioso café de una manera saludable y beneficiosa es comprarlo con distribuidoras de confianza y que hagan de nuestro conocimiento la calidad de su café.

En el mágico mundo del café, todo se encuentra conectado. Es decir, consumir un café de calidad y con los cuidados adecuados, nos vincula directamente con los productores de café, y si el sector se encuentra en crisis nosotros ayudaremos a la perduración de tan maravillosa tradición de nuestro país. El café es una de las bebidas más importantes de consumo nacional y mundial, por ende, debe ser considerado como un producto altamente comercial y que necesita una amplia difusión de su consumo y sus beneficios. Es necesario tomar muy en serio el aprovechamiento de espacios para la correcta difusión del consumo nacional.

La verdadera ganancia se encuentra en la transformación del grano, es ahí donde se le da el valor agregado (tostado-molido) y en la comercialización. El mercado interno demuestra un incremento, convirtiéndose en una zona más segura de venta y crecimiento, sin depender exclusivamente en el mercado de exportación. Ahora, si los productores continúan en la misma dinámica (vender café en cereza) difícilmente podrán colocarse en una buena posición. No estamos diciendo que todo recae sobre ellos, pero si por años se han vistos solos, es momento de potenciar la cafecultura no solo de la región de Puebla sino también del país. Ante esto es necesario gestionar que los precios para el café mexicano sean impuestos internamente.

El gobierno impulsa la exportación del grano, no obstante, el que se queda para consumo nacional no ofrece la misma calidad propia de las exigencias de un consumidor cada vez más educado. Por esto, otra reflexión gira en torno al consumo interno. Visto en la escala de la cadena total de la cafecultura, todos somos parte de ella en nuestro rol de consumidores. Desde el comienzo tenía muy claro que existían estas relaciones, empero, nunca pensé que llegaran a ser tan claras. Cuando descubrí la importancia del mercado mayorista y el

papel del gobierno en el sector del café, entendí que las grandes empresas acaparadoras como Bola de Oro, Starbucks y Nestlé no están preocupadas por las problemáticas de los productores, puesto que solo les interesa que les vendan su café a un precio bajo para lograr generar mayores ganancias. Por desgracia, el gobierno conoce la situación y hasta el momento no hace nada por mejorar la condición del sector cafetalero.

No podemos perder de vista el impacto que han tenido las transnacionales en el consumo de café en México. Un ejemplo claro es la Nestlé que se ha apoderado del mercado de café soluble y muchas de nuestras familias no conciben su día sin una taza de café soluble, que además es de mala calidad. Si la planta anunciada de la Nestlé comienza a funcionar, la producción de café robusta crecerá y entonces corre peligro de desaparecer el café mexicano arábigo.

Queda claro que Nestlé es una empresa que no está dispuesta a perder. Si el apoyo fuera equilibrado, no buscaría producir en el país café robusta. Apoyaría que se mantuvieran los cafetales como hasta el momento y su planta la utilizaría únicamente para que importen el café robusto, lo maquilan y lo reexporten, tal como menciona la revista *Cafés de México*. No obstante, me parece que eso no sucederá.

Figura 3. Marcha en contra de la apertura de la Nestlé.



Fuente propia: Fotografía, Xalapa, 2019.

REFERENCIAS

- Alvarado, C.; Juárez, H. y Ramírez B. (2006). La comercialización de café en una comunidad indígena: estudio en Huehutla, Puebla. *Ra Ximhai*, 2(002), pp. 293-318. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rxm/article/view/6876>
- Arévalo, J. (1991). La baja de los precios internacionales del café y su impacto sobre los créditos en la zona norte de Chiapas. *Investigación Económica*, 50(196), pp. 287-302. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/42777356>
- Cursos Barista Café. (2013). El café en México [Blog] Recuperado de <https://cursosbaristacafe.com.mx/blog/noticias/cafe-en-mexico/>
- Centeno Rodríguez, M. (1993). La producción cafetalera mexicana. El caso de Córdoba, Veracruz. *Historia Mexicana*, 43(1), pp. 81-115. Recuperado de <https://historiamexicana.colmex.mx/index.php/RHM/article/view/2273/1891>
- Centro de Estudio de las Finanzas Públicas (2001). El mercado del café en México. Recuperado de <https://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf>

- Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (2014). *Reporte del CEDRSSA. Producción de café en el mundo y en México*. Recuperado de http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/39Reporte_Producci%C3%B3n_y_mercado_de_caf%C3%A9_-_Cedrssa_2014.pdf
- Chávez Martínez, J. C. (2012). *Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: el caso de los productores de café del municipio de Tanetze de Zaragoza. Oaxaca*. (Tesis de maestría inédita). Instituto Tecnológico de Oaxaca, División de Estudios de Posgrado e Investigación, Oaxaca de Juárez.
- Escalona, J. L. (2012). Perspectivas etnográficas en Chiapas. México, desde una antropología del poder. *Revista mexicana de sociología*, 74(4), pp. 533-560. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032012000400001
- Instituto Nacional de Economía Social (2017). Sembramos y cosechamos bienestar. Recuperado de <https://www.gob.mx/inaes/es/articulos/sembramos-cafe-y-cosechamos-bienestar?idiom=es>
- Isunza Vera, E. (2003). El consejo regulador del Café-Veracruz. Una experiencia de participación ciudadana en el control de calidad de una cadena agroindustrial. (Relatório de pesquisa).
- Juárez, B. N. M. (2015). *Cafetales Mixes de San José el Paraíso, Oaxaca, relaciones sociales y diversidad arbórea* (Tesis de maestría inédita). Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz.
- Kuhnne, R. (1936). Cuánto le queda al pequeño productor de café del Estado de Veracruz. *El Trimestre Económico*, 3(12), pp. 413-454. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/23393881>
- Martínez, A. Cristina. (2004). Transformación de la actividad cafetalera en los años noventa. En B. Rubio (Coord.), *En el sector agropecuarios mexicano frente al nuevo milenio*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México / Plaza y Valdés.
- México. Departamento de Estudios Económicos. (1933). *El café. Aspectos económicos de su producción y distribución en el extranjero*. Ciudad de México: Editorial "Cvltvra".
- Narotzky, S. (2004). *Antropología económica. Nuevas tendencias*. Barcelona: Melusina.
- Nava Tablada, M. E. (2016). *Mercados alternativos de café en el centro de Veracruz*. Ciudad de México: El Colegio de Veracruz / Juan Pablos Editor.
- Nolasco, M. (1985). *Café y sociedad en México*. Ciudad de México: Centro de Ecodesarrollo.
- NOTIMEX. (29 de agosto de 2017). México, onceavo productor de café en el mundo. *El economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/-Mexico-onceavo-productor-de-cafe-en-el-mundo--20170829-0056.html>
- Pioquinto, D. (1991). Migración y cambios socioeconómicos en la comunidad de Zoogocho, Oaxaca. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 6(2), pp. 313-345. Recuperado de <https://estudiosdemograficosyurbanos.colmex.mx/index.php/edu/article/view/812>
- Portillo, L. (1993). El convenio internacional del café y la crisis del mercado. *Banco Nacional de Comercio Exterior*, 43(4), pp. 378-391. Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/245/8/RCE8.pdf>
- Renard, M. C. (1999). *Los intersticios de la globalización: un label "Max Havelaar" para los pequeños productores de café*. Ciudad de México: Centro de estudios mexicanos y centroamericanos. doi: <https://doi.org/10.4000/books.cemca.510>
- Rodríguez, C. M. (2004). Fiscalidad y café mexicano. El porfiriato y sus estrategias de fomento económico para la producción y comercialización del grano (1870-1910). *Historia Mexicana*, LIV(l), pp. 93-128. Recuperado de <https://historiamexicana.colmex.mx/index.php/RHM/article/view/1414/2773>
- Salgado Locela, L. H. (2006). *La organización de productores y el entorno institucional de la actividad cafetalera en Cuetzalan del progreso, Puebla* (Tesis de maestría inédita). El colegio de la frontera norte, Tijuana, B.C.