



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LAS SECRETARÍAS DE RELACIONES EXTERIORES Y DE ECONOMÍA PARA QUE, EN COORDINACIÓN CON LOS GOBIERNOS DE LOS ESTADOS PRODUCTORES, AMPLÍEN LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL CONSUMO Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ MEXICANO A TRAVÉS DE LAS EMBAJADAS, CONSULADOS Y DELEGACIONES DIPLOMÁTICAS DEL GOBIERNO MEXICANO EN EL EXTERIOR, A CARGO DE LA SENADORA SASIL DE LEÓN VILLARD DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE ENCUENTRO SOCIAL.

HONORABLE ASAMBLEA:

La que suscribe **Sasil de León Villard**, Senadora de la República en la LXIV Legislatura del Honorable Congreso de la Unión y Coordinadora e integrante del Grupo Parlamentario de Encuentro Social, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 58 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, en el artículo 8 numeral 1, fracción II y el artículo 276 ambos, del Reglamento del Senado de la República, someto a consideración del Pleno, la presente **Proposición con Punto de Acuerdo por el que se exhorta respetuosamente a las Secretarías de Relaciones Exteriores y de Economía para que, en coordinación con los Gobiernos de los estados productores, amplíen las estrategias de promoción del café mexicano a través de las embajadas, consulados y delegaciones diplomáticas del gobierno mexicano en el exterior**, al tenor de las siguientes:

CONSIDERACIONES

En nuestro país, el café representa una industria estratégica ya que emplea a más de 500 mil productores, y su obtención se realiza de forma importante en alrededor de catorce entidades de la República y 480 municipios.¹

¹ Gobierno de México. Planeación Agrícola Nacional 2017-2030, Café Mexicano. Consultado en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/256426/B_sico-Caf_.pdf



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



Datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, (SADER) señalan que en 2019 México cosechó un total de 629,300.47 hectáreas de café por un valor de más de 4,725 millones de pesos.² Lo que posiciona a nuestro país como uno de los mayores productores y exportadores mundiales de café.³

En cuanto a la producción de café en México, la información disponible señala que el principal productor es el estado de Chiapas, entidad que aporta el 39 por ciento del volumen nacional, seguido de Veracruz con el 30 por ciento y Oaxaca con el 13 por ciento. Otros importantes estados productores de café son Puebla, Guerrero, Hidalgo, Nayarit y San Luis Potosí, entidades que participan en la generación nacional de este producto.⁴

En cuanto a las exportaciones nacionales de este producto, cerca del 54 por ciento de éstas se destina a los Estados Unidos, mientras que el resto se divide entre países miembros de la Unión Europea, Japón, Canadá y Cuba.

Cabe resaltar, que nuestro país en los últimos años ha experimentado un decrecimiento de la producción del café derivado del avance de plagas en las cosechas como la roya que ha azotado los cultivos mexicanos durante la última década, la depreciación internacional del precio del café y la falta de capacitación para los productores nacionales.

Además de las problemáticas que ha enfrentado la producción de café en nuestro país, debemos sumar que la pandemia por COVID-19 ha generado miedo e incertidumbre en las diversas regiones del país y sobre todo en brindar las condiciones necesarias

² Datos del Anuario Estadístico de Producción Agrícola de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. Consultado en: <https://www.gob.mx/siap/acciones-y-programas/produccion-agricola-33119>

³ Organización Internacional del Café. Producción de café por países exportadores. Consultado en: http://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics

⁴ Cámara de Diputados. Reporte: El Café en México, Diagnóstico y Perspectiva. Marzo 2018. Consultado en: <http://www.cedrssa.gob.mx/files/10/30EI%20caf%C3%A9%20en%20M%C3%A9xico:%20diagn%C3%B3stico%20y%20perspectiva.pdf>



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



para garantizar la salud de las personas involucradas en toda la cadena de producción de este y otros productos.

Si bien el virus se concentra en lugares de mayor aglutinación y movilidad de población, y presenta menor incidencia en las poblaciones rurales, una gran preocupación son los efectos colaterales que podría generar la pandemia, particularmente la profundización de la pobreza a través de un decrecimiento económico para el caso de México.

Ante esta situación no será posible salir de la crisis que enfrenta la producción del café en nuestro país, agravada por el COVID-19, sin fortalecer el campo mexicano. En ese contexto, el campo debe ser una de las bases del desarrollo socioeconómico del país, más aún cuando se trata de prácticas agrícolas, como las empleadas en el café nacional, que permiten la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Además, información del Padrón Nacional Cafetalero señalan que el 80 por ciento de la producción se encuentra en zona marginales y el 66 por ciento de los productores pertenecen a algún grupo o población indígena. Así, la producción de café es una opción que permite generar no sólo producción primaria, sino una cadena de valor agregado que permite mejores ingresos a quienes cultivan y procesan el café en nuestro país.

Si bien este entorno se presenta complejo, a nivel nacional e internacional parece que se están presentando señales positivas para la pronta recuperación de la economía en nuestro país, particularmente a la luz de nuestros distintos acuerdos comerciales, dentro de los cuales destaca la entrada en vigor del TMEC, que generará efectos positivos para México al incrementar el comercio entre nuestros principales socios comerciales.

También, se resalta la oportunidad que nos presenta la modernización del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) para diversificar y ampliar nuestro mercado, si bien dicha renovación aún no culmina su curso legal, representa un acierto más para nuestra economía ya que permite a miles de empresarios y



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



productores mexicanos poner sus productos en 27 naciones de Europa, particularmente aquellos que provienen del campo y la agroindustria.

No podemos dejar de lado que así como a través de diversos tratados comerciales, nuestro país por medio de sus distintas dependencias cuenta con una gran experiencia al instrumentar acciones enfocadas a fomentar el consumo de los bienes y servicios que se producen en México, ejemplos de esto son la marca “hecho en México”, la campaña “Visit Mexico”, entre otras, y gran parte del éxito de dichas acciones se debe a la acción coordinada entre Gobierno Federal, los Gobiernos locales, las cámaras empresariales y las distintas organizaciones de la sociedad civil que han logrado sumar esfuerzos.

A la luz de la pandemia que enfrentamos, medidas como estas no sólo son necesarias ante el nuevo contexto internacional, sino que además resultan urgentes para impulsar la economía de las familias mexicanas. Por ello, la labor de promoción desde las distintas embajadas, consulados y delegaciones diplomáticas de nuestro país cobran mayor relevancia para lograr que más países y personas consuman productos originarios de México.

Para el caso en concreto del café, datos de la Organización Internacional del Café señalan que los principales consumidores en el mundo son los países europeos y Estados Unidos⁵, por ello se propone fortalecer y ampliar las estrategias de promoción del café mexicano a través de las representaciones diplomáticas del gobierno mexicano en el exterior en conjunto con los gobiernos locales de nuestro país, con el objetivo de facilitar la entrada de nuestros productos principalmente utilizando las ventajas arancelarias derivadas de los Tratados para fomentar la exportación y la divulgación de los mismos en el exterior.

Lo anterior, tomando como eje rector las estrategias de exportación plasmadas en la Planeación Agrícola Nacional 2017-2030 de la SADER que señala:

⁵ Organización Internacional del Café. Consumo de café mundial. Consultado en: <http://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>

ESTRATEGIAS DE MERCADO

EXPORTACIÓN

TABLA 5.2 ESTRATEGIAS DE MERCADO DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ

ESTRATEGIA	PAÍS(ES)	¿CÓMO?
CONSOLIDAR	Estados Unidos y Canadá	Se sugiere fortalecer la relación comercial dadas las ventajas arancelarias que otorga el TLCAN, el mercado potencial y la cercanía geográfica.
	Alemania, España, Bélgica	Se propone fortalecer el uso de los tratados establecidos que actualmente ofrecen una ventaja arancelaria para las exportaciones mexicanas de café con una tasa preferencial de 0 por ciento.
EXPANDIR	Italia, Francia, Países Bajos, Suiza	Se recomienda aplicar los tratados existentes que otorgan un trato arancelario benéfico al café mexicano.
	Colombia	Existe la posibilidad de realizar exportaciones mexicanas de café a Colombia, ya que pese a ser superavitario, Perú es el principal proveedor de sus importaciones, por lo que se recomienda aprovechar los tratados (bilateral y multilateral) y hacer uso de la tasa preferencial.
	Reino Unido	Se sugiere la negociación de una menor tasa arancelaria para el café sin tostar ni descafeinar.
	Japón	Se propone incrementar la diversificación de exportaciones con base en el arancel 0% que se aplica por el tratado.
	Turquía, Corea del Sur	Se propone el aumento de las exportaciones mexicanas de café, por medio de la negociación de un tratado o acuerdo vinculante que le asegurara una tasa preferencial menor a la aplicada, lo cual promovería la competitividad con el café de Brasil en los mercados destino.
DESARROLLAR	Cuba	Se propone expandir la relación por medio de un tratado o acuerdo vinculante que asegure una tasa preferencial en el futuro.
	Malasia, Australia.	Se recomienda la exportación de diferentes variedades de café mexicano, ya que la tasa aplicada es de 0% aún sin un tratado o acuerdo vinculante. Se propone una reunión entre el SENASICA y las autoridades competentes de los países destino para homologar las disposiciones fitosanitarias.

Fuente: Gobierno de México. Planeación Agrícola Nacional 2017-2030, Café Mexicano.

Sin embargo, aún existen más socios dentro de los distintos Tratados comerciales que hemos celebrado, en donde se pueden abrir nuevas oportunidades para diversificar



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



nuestro comercio y garantizar que nuestros productos lleguen a más personas, cuestión que resulta esencial explorar a la luz de los retos económicos que enfrentamos.

Por lo anteriormente descrito, y con fundamento en lo dispuesto en las disposiciones señaladas, someto a consideración de esta Soberanía, la siguiente proposición con punto de acuerdo:

PUNTO DE ACUERDO

ÚNICO. – La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, exhorta respetuosamente a las Secretarías de Relaciones Exteriores y, de Economía para que, en coordinación con los Gobiernos de los estados productores, amplíen las estrategias de promoción del consumo y comercialización del café mexicano a través de las embajadas, consulados y delegaciones diplomáticas del gobierno mexicano en el exterior.

Dado en el Salón de Sesiones de La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión a los veintidós días del mes de junio de dos mil veinte.

Suscribe.

Senadora Sasil de León Villard
Coordinadora del Grupo Parlamentario de Encuentro Social