

La calidad del café colombiano y su nuevo reto *

26788

Jorge Cárdenas Gutiérrez

Hace ya cuarenta años que Colombia, con una gran visión del futuro, decidió que su café debería situarse en el más alto nivel de calidad del mundo. Desde entonces, la Federación Nacional de Cafeteros ha venido adelantando una campaña para educar al productor sobre los diferentes factores que influyen en la calidad del grano, y al consumidor, sobre las características del producto colombiano asociándolas con una calidad superior.

Gracias a la campaña de publicidad y promoción a través de la figura de Juan Valdez que representa al típico cafetero colombiano, a unas normas y mecanismos de exportación incluyendo un eficiente control de calidad, que responden bien a las necesidades de quienes participan en el negocio cafetero, y en general, a una sólida estrategia de comercialización, el Café de Colombia ha logrado un destacado y reconocido posicionamiento en los mercados internacionales que le ha generado un mejor precio y mayores ingresos a la industria cafetera del país.

Colombia fue el país pionero en el esfuerzo para diferenciar su café de otros orígenes, pero hoy, muchos países apuntan al mismo objetivo y quieren ser reconocidos por la calidad de su producto. Los niveles de producción exceden a un consumo que muestra poco dinamismo y esta circunstancia deprime los precios.

En este mercado, el sector que crece y que además tiene un importante potencial de crecimiento es el de los cafés de excepcional calidad. En gran parte esto se explica en la tendencia actual de los consumidores hacia estilos de vida más sanos,

mejores dietas y alimentos saludables de mayor calidad, naturales y amigables con el medio ambiente. En Estados Unidos, el mercado de los cafés especiales alcanza ya 3.5 millones de sacos, 19 por ciento del consumo total de ese país, y en el mundo, 7 millones de sacos, es decir, cerca del 10 por ciento del consumo total en los países importadores.

EL NUEVO RETO

Por eso, el café colombiano debe mantener los más altos estándares de calidad. Si se defienden esos niveles que lo hacen diferenciable de otros tipos de café y además, subimos un peldaño más en la pirámide de la calidad, y entramos de lleno en el nicho de los cafés de origen específico, los gourmets, los orgánicos y los cafés especiales, donde los consumidores están dispuestos a pagar más por el producto, la industria cafetera colombiana recibirá mayores ingresos.

El reto entonces, es lograr que por lo menos un 20 por ciento de la exportación cafetera colombiana, llegue a esos segmentos del consumo, aprovechando el reconocimiento que nos hacen los países consumidores como el país productor de el mejor café del mundo.

Para asumir este compromiso, el país cuenta con productores capacitados, se conocen las condiciones del cultivo y se tienen instituciones que han demostrado su capacidad para manejar las diversas coyunturas del mercado cafetero.

Debemos seguir trabajando en la Investigación y la Extensión Agrícola que le dan un apoyo estratégico

* Recoge las ideas expuestas por el Gerente de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en la teleconferencia del 10 de agosto de 2000.

a la caficultura e igualmente, en el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de las numerosas familias cafeteras.

A pesar de no contar con una sustentación en el mercado externo al romperse el Acuerdo Internacional del Café en 1989, la Federación ha mantenido la defensa del ingreso del productor, mediante la garantía de compra de la cosecha a un precio mínimo de sustentación y además, los programas de inversión social, infraestructura física, protección ambiental y las políticas relacionadas con el crédito, comercialización, investigación y asistencia técnica entre otras.

Se dio una solución efectiva a la deuda de los caficultores mediante los programas de alivio y refinanciación cafetera 2000, y ante la falta de capital de trabajo de muchos caficultores, se puso en operación un sistema para compra de parte de la cosecha de cada productor con calificación A y B ante el sistema bancario con pago inmediato y entrega futura del café máximo en un año.

Adicionalmente se está trabajando en el programa de compras para entrega futura a 3 años, exclusivamente para amortizar deudas cafeteras.

Para garantizar un ingreso adecuado al caficultor, se puso en marcha un programa de reestructuración de la caficultura colombiana que busca hacerla más eficiente en todos los procesos, desde el caficultor y la finca pasando por la logística de exportación hasta los aspectos organizacionales. Igualmente, se acordó una política que busca disminuir al máximo los costos institucionales, para liberar recursos que permitan trasladar al precio interno el máximo del ingreso externo.

Se ha hecho un gran esfuerzo para financiar la tarea de promoción social al cafetero, pero los recursos propios del sector no son suficientes para seguir atendiéndola con la misma flexibilidad de antes. Es necesario canalizar hacia las regiones cafeteras otros recursos entre ellos, los disponibles en los Programas del Plan Colombia, aprovechando el respeto y la credibilidad que acompaña las tareas de la Federación. Esta gestión permitirá seguir atendiendo a las comunidades cafeteras para que sigan produciendo café de calidad.

OTRAS CONDICIONES DEL CAFÉ EN EL FUTURO INMEDIATO

Pero si bien es cierto que la calidad es el factor determinante de los precios del café, también lo es que en el futuro inmediato, el mercado exigirá otras condiciones que también van a agregar valor al café.

En primer lugar, una caficultura compatible con el respeto al medio ambiente, que proteja los recursos naturales y que respete la riqueza de la biodiversidad.

En segundo lugar, el denominado "fair trade" que no es otra cosa que el mayor respeto por reglas de juego justas, el desestímulo al trabajo permanente de los niños y el acceso a condiciones de progreso social del trabajador, la familia y la comunidad.

En tercer lugar, una caficultura que practique reglas claras, estables y comunes para todos los que participan en el comercio del café.

Estas nuevas condiciones serán un activo en el mercado y Colombia, sin duda alguna, está en capacidad de acreditarlas. Ese es el mensaje que debemos llevar a todos los participantes en el negocio cafetero, consumidores, comerciantes, industriales, cadenas de supermercados y detallistas, como un paso más en el esfuerzo para lograr el mayor reconocimiento para nuestro café.

Si a la calidad se agregan estos otros valores, el café colombiano valdrá más en los mercados internacionales y al agregarle más valor al café, la industria cafetera colombiana será más rentable y viable.

Con el fin de ir avanzando en el posicionamiento en este nuevo ambiente del negocio cafetero, la Federación ha editado un libro que recoge 40 años de la *Campaña Juan Valdez* y que muestra la estabilidad y seriedad de las políticas de la Federación.

El libro será lanzado en una ceremonia el 13 de septiembre, en presencia del señor Presidente de la República. Ese mismo día para abrir este nuevo capítulo de la promoción del café colombiano, distinguiremos a 15 cafeteros líderes que tipifican al productor colombiano, escogidos en cada uno de los departamentos cafeteros. Serán el mejor testimonio de lo que la imagen de Juan Valdez significa en la caficultura colombiana.