



Editorial

Colombia: el amanecer de una nueva era

Gabriel Silva Luján *

Estoy al tanto de la magnitud de mi tarea al tratar el futuro de la economía global del café delante de una audiencia tan bien informada. Una tarea aún más desafiante cuando se lleva a costas el legado de personas tan influyentes y respetadas en el mundo del café, como Don Arturo Gómez y el señor Jorge Cárdenas, mis predecesores.

De igual forma, deseo agradecer al Comité y al Director Ejecutivo por la invitación a estar hoy con ustedes. Es un gesto que señala un interés profundo en promover un diálogo franco entre los productores y los consumidores. De hecho, mi presentación pretende relatar el sufrimiento y el dolor que experimentan cientos de miles de familias pobres, pequeños caficultores, y trabajadores rurales en los países productores de café.

No obstante, esta perspectiva tampoco es el único punto de vista del que quiero hablar. También quiero hablarles como colega, no importa lo pequeño que sea, cada uno de ellos es un empresario, un factor crítico del negocio en el mundo del café. Mi esperanza, también es tratar estos temas, ante este auditorio, con la experiencia de una institución que tiene el privilegio de ser uno de los exportadores líderes de café verde y procesado en el mundo. Ustedes nos conocen bien. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ha sido y será un socio de confianza y credibilidad. En ese sentido, siento que hablo ante un grupo de amigos. Y eso me permite que sea sincero y vaya al punto.

La crisis actual es devastadora: Más de 600.000 trabajadores rurales en Centro América perdieron sus trabajos; la desnutrición infantil en la zona cafetera de Colombia se dobló durante los últimos cinco años; la migración rural-urbana así como la inmigración ilegal en los Estados Unidos ha crecido exponencialmente; los mercados africanos del café implosionaron; los ingresos reales de los caficultores han descendido un 60% comparado con los obtenidos la década pasada; el malestar social, la violencia, y las cosechas ilegales se han ampliado en la mayoría de las áreas productoras.

Los números, aun con lo dramáticos que son, no pueden acabar de describir la magnitud del sufrimiento humano en las regiones cafeteras del mundo.

He caminado los cafetales de muchos países y he visto de primera mano las cicatrices de la pobreza y la actual miseria sembrada por la crisis.

En tal sentido, déjenme asegurarles que éstas no son las lamentaciones de un liberal-socialista. Ciertamente, mis impresiones son de alguien, que no sólo está profundamente preocupado con el deterioro social, sino también de alguien con un interés económico fundamental en la sostenibilidad de largo plazo de la industria cafetera mundial. Esta industria es nuestro sustento, así como el de ustedes. Y tenemos la responsabilidad de diseñar soluciones conjuntas que le

* Presentación del Dr. Gabriel Silva Luján, Gerente General de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en la 92ª Reunión Anual de la National Coffee Association - NCA, Boca Ratón, Florida. Marzo 7 de 2003

permitan a la comunidad cafetera contar con un futuro.

En el centro de la crisis está el deterioro pronunciado de los precios internacionales del café. Recientemente, el café alcanzó el valor real más bajo en un siglo. Y en contraste con crisis anteriores, en esta ocasión los precios bajos están mostrando una tendencia sin precedentes de permanecer. Al mismo tiempo, con los precios bajos hemos visto acentuarse la concentración en la participación del mercado y en la distribución de las utilidades de la industria mundial cafetera.

Por tal motivo, la preocupación de la comunidad del café con la profundidad y duración de la crisis, está muy relacionada con el tema elegido para efectuar esta reunión. La caída ha sido severa y el fondo todavía parece lejano, tanto que incluso considero que debemos preguntarnos ¿estamos presenciando el principio del fin?, o más bien, ¿estamos ante un rápido y desastroso colapso de la estructura productiva del café tal y como la hemos conocido durante los últimos cincuenta años?.

La siguiente pregunta es obvia. ¿Debemos hacer algo? Y aún más relevante, ¿Hay algo que podamos hacer que marque la diferencia?

A la primera pregunta tenemos la obligación de responder sí, tanto por razones morales y económicas. Como miembros de la comunidad cafetera no podemos quedarnos sentados mirando cómo circunstancias más allá de nuestro control, destruyen completamente el sustento y la dignidad de más de 25 millones de familias en los países más pobres del planeta.

Como personas de negocios, deberíamos estar preocupados por el incremento en la concentración del negocio y la participación en el mercado, la extinción de los pequeños productores; la eliminación de la diversidad y la variedad en la oferta de grano; el deterioro de la calidad; la pérdida de fuentes de oferta confiables. Además de otras consideraciones estrictamente económicas que imploran por una acción urgente.

La respuesta a la siguiente pregunta es, ciertamente, más difícil. Pero antes de dedicarnos a

hablar acerca de lo que puede hacer la industria y los países consumidores para superar la crisis, miremos qué han hecho los países productores de café.

Al respecto, no es poco frecuente oír a los que se autodenominan expertos en el tema del café, predicar la teoría de la productividad y competitividad. Claman para que los productores tengan menores costos de producción y sean más eficientes, en lugar de exigir mejores precios. Afirman que los caficultores están pagando el precio por su autoindulgencia y por no responder en forma oportuna a las fuerzas del mercado.

Sin embargo, la evidencia señala precisamente en otra dirección. Tomen el caso de Colombia. Entre 1999 y 2002 la productividad –medida en número de sacos por hectárea- aumentó 45 %. El costo de producción bajó de un dólar en 1998 a sesenta y dos centavos el año pasado. El área cultivada disminuyó 35% en menos de una década, con una porción significativa perteneciente a áreas marginales que se han dedicado a actividades agropecuarias más provechosas.

Desde una perspectiva institucional, el ajuste ha sido igualmente dramático. La Federación Nacional de Cafeteros, que tradicionalmente había reemplazado al gobierno en los programas de servicio social en las zonas cafeteras, redujo su personal en 60% y el valor de la nómina en 70% en términos reales. De igual forma, durante la década pasada detuvo muchas de las iniciativas de investigación.

Y el ajuste no ha sido menos dramático en Centroamérica. El año pasado la región perdió cerca del 2 % de su producción y podría perder hasta el 10% este año. Buena parte del daño y reducción en el área son irreversibles. Pero en realidad, todo este ajuste, todo este sufrimiento que obligó a apretarse el cinturón, no ha retribuido en mejores condiciones de mercado, de precios o del ingreso. Y lo que es más crítico, es que no hay espacio para más sacrificios, los caficultores han alcanzado sus límites estructurales de sostenibilidad. El balón está ahora en el otro lado, les corresponde a ustedes el turno.

Por tal motivo, para establecer un plan de acción, necesitamos entender la naturaleza de la crisis que estamos enfrentando.

Algunos analistas han sostenido que es una crisis de oferta. Y en cierto sentido es verdad, pues la caída en precios se relaciona fuertemente con el exceso de oferta de ciertos países. Otros sostienen que es una crisis tecnológica. Pues en efecto, el mundo cafetero está cada vez más segmentado, y muestra significativas brechas de productividad entre regiones y tipos de café. Otros, argumentan que vivimos una crisis de demanda. Lo cual también es cierto pues la caída en los precios no estimuló un incremento en el consumo como anuncia la teoría económica clásica.

Mientras otros, sostienen que es una crisis de rentabilidad. Esta posición también es válida, pues la búsqueda por la maximización del margen llevó a la estrategia de producir mezclas que discriminaban en contra de los cafés arábigos de calidad y mayor costo.

Sin embargo, no existe una razón única que pueda explicar la naturaleza dominante del problema puesto que estamos viviendo una crisis de visión. Los problemas actuales se remontan a una época en que la comunidad internacional del café decidió no asumir la responsabilidad de construir un futuro colectivo. De hecho, renunciamos a nuestro deber de cooperar y construir un acuerdo aceptable para todas las partes.

El colapso de los instrumentos internacionales para la coordinación del mercado y el abandono de la estructura multilateral de la política representada por la Organización Internacional del Café, dejó a los consumidores y productores a la merced exclusiva de las fuerzas del mercado. Las expectativas eufóricas, con que la industria y algunos países consumidores esperaron la transición, no se materializaron. El equivalente a "nuestro muro de Berlín" cayó, pero las promesas de prosperidad, mejores precios y mayor calidad jamás se cumplieron.

Y aquí estamos, diez años más tarde en una crítica coyuntura, preguntándonos qué podemos hacer por la sostenibilidad de la comunidad cafetera mundial a pesar del daño ya causado. Y aquí estamos en la búsqueda de una visión que nos de una nueva carta de navegación para trabajar juntos. Y aquí estamos mirándonos los unos a

los otros, haciendo un esfuerzo para evitar la tentación, aunque inútil, de señalar con el dedo de la recriminación.

Y es que la dicotomía frente a ustedes es precisamente esa. Podemos encontrar un terreno común para la cooperación en la construcción de una nueva visión, o vamos a repetir los errores del pasado hasta dividir la comunidad global entre los que tienen y los que no. Aún hay tiempo para evitar el segundo escenario que no tiene otro propósito que el de crear resentimientos duraderos.

Creemos en las fuerzas del mercado, pero también estamos convencidos que estas no pueden sustituir la sabiduría y la voluntad política. Estas son como pura sangre; salvajes y rápidos, pero necesitan de un jinete experimentado si es que se quiere alcanzar la victoria.

Sin duda, existen tres aspectos claves en el proceso para construir una visión que nos permita movernos hacia un futuro sostenible: primero, definir de común acuerdo lo que es café, su producción y consumo; segundo, un código común de principios; y tercero, una agenda común. Déjenme ser presuntuoso y permítanme creer que puedo contribuir con algunas ideas a esta discusión.

Y es que el café es mucho más que una forma práctica de transportar cafeína. Si ese fuera el caso, este negocio estaría condenado a ser víctima de las bebidas gaseosas y las nuevas tendencias de las bebidas energéticas. El café es mucho más que un "commodity". Es un producto altamente complejo con una gama de atributos que lo diferencian. Hay tesoros ocultos en su diversidad que todos podemos encontrar.

Tomar café no es solamente un hábito. Es, y debe ser entendido, como un rito, una comunión entre la mente y el sabor. Lo que se encuentra en la taza debe ser sagrado. Y todos debemos ser los guardianes de esta orden secreta.

Así mismo, producir café no es solamente un negocio o una fuente de sustento, es una cultura. La capacidad de producir el grano adecuado y la taza adecuada al precio correcto, es un arte y una tradición que no puede improvisarse o transcribirse en manuales técnicos. Requiere de

un conocimiento y un compromiso por parte de todos los agentes implicados.

Ahora, si miramos los principios básicos, entre más simple mejor. Si Dios fue capaz de enviarnos su sabiduría en diez mandamientos, yo diría que con tres mandamientos sobre el café sería suficiente para orientar el proceso de toma de decisiones de la comunidad global del café:

El caficultor necesita ganar un sustento decente; la industria debe obtener utilidad; y el consumidor tiene el derecho a exigir información, transparencia y posibilidad de elegir. Si todos siguiéramos estos principios, sería una contribución enorme.

Sin duda entonces, construir una agenda de trabajo común y un plan de acción, es de por sí una meta compleja, pero factible si estamos comprometidos seriamente en garantizar la sostenibilidad. Esto permitiría asumir que la comunidad global del café está lista para admitir que ni los poderes del mercado, ni los buenos gestos de voluntad son suficientes para alcanzar el balance de largo plazo del negocio.

En tal sentido, el Representante Cass Ballenger sabe muy bien, que la forma como se construye un consenso es tan importante como el consenso en sí mismo. Se necesita un foro legítimo, que tenga un adecuado mandato institucional, con capacidad de seguimiento y presión. Y para la comunidad internacional del café solamente hay un escenario.

La Organización Internacional del Café porta las memorias, algunos inclusive pueden llamarlas pesadillas, de pactos de cuotas y promesas incumplidas. Esas memorias del pasado son suficientes para desalentar a algunos jugadores dominantes de darle a esta organización una nueva posibilidad de éxito, una segunda oportunidad. Sin embargo, esa actitud es un error. La OIC, bajo la dirección de su nuevo director ejecutivo Sr. Néstor Osorio, es el escenario institucional más eficaz para que los gobiernos, productores y consumidores puedan tener un centro que les permita encontrar un marco para una cooperación multilateral seria. La NCA y sus miembros necesitan poner todo su músculo detrás de esta iniciativa y animar a los Estados Unidos a que rein-

grese. Esto por sí solo, haría las cosas mucho más fáciles y a su vez enviaría un fuerte mensaje de esperanza a los cultivadores del café alrededor del mundo. Y es que el alcance de una agenda común de sostenibilidad es enorme, al respecto, podríamos pasar horas imaginando todos los temas interesantes que podrían entrar en ella. Pero por razones prácticas déjenme concentrar mis comentarios en un tema que ya está sobre la mesa: la calidad del café y los estándares de calidad. Ésta es un área en la cual podríamos generar un significativo impacto económico de corto plazo, así como positivos efectos estructurales de largo plazo en favor de la sostenibilidad.

El futuro del café no puede verse sin una revolución de la calidad. De hecho, mi país siempre ha creído vehementemente que la calidad hace la diferencia para el consumidor y el productor. Los estándares rigurosos que utilizamos para el cultivo, el procesamiento y la exportación han dado sus frutos. Después de décadas de inversión en el reconocimiento de calidad y origen, Colombia hoy es valorada por la industria y por los consumidores como fuente consistente de granos *Premium*.

Somos la prueba viviente del éxito potencial que se obtiene del trabajo en conjunto entre la industria y los caficultores, todo gracias al programa 100 % Café de Colombia. De la mano con algunos de los mayores participantes de la industria y de sus marcas locales, hemos ofrecido por décadas café de la más alta calidad a los consumidores americanos.

El mercado está demostrando un apetito creciente por la calidad. Se puede entender como una revolución que está surgiendo en los Estados Unidos. Los esfuerzos pioneros de Starbucks y Dunkin Donuts, por ejemplo, de ofrecer café de calidad al mercado y de proporcionar una experiencia memorable más allá del café que beben los ricos y famosos, es una fuerte tendencia hacia la cual nos debemos mover.

Además, el dinamismo del mercado de los cafés especiales es un indicador de las inmensas posibilidades que la calidad tiene como generador de ingreso y es un factor crítico para atraer nuevos adeptos al rito de consumir café. La cali-

dad es el catalizador más fuerte para el crecimiento del consumo. Y como todos sabemos, el incremento en la demanda es la mejor estrategia de mercado capaz de contribuir con seriedad a la sostenibilidad de largo plazo de la industria del café. El tema de la calidad, va mucho más allá de unos estándares mínimos. No obstante, consideramos que estos son una herramienta muy útil para generar los parámetros y límites de lo que es y no es aceptable para el consumo humano. Además se constituye en un tema altamente controversial al que debemos acercarnos con cautela pues es una materia sensitiva para todas las partes implicadas. Los estándares de calidad deben reunir ciertos criterios, si es que van a ser de utilidad. Tienen que ser universales, realistas, obligatorios, multilaterales. ¿Estamos listos?, ¡No!, pero vamos por buen camino. Nosotros hacemos un llamado para que se use la resolución 407 de la OIC como el punto de referencia a nivel mundial, pues de hecho, los estándares contenidos en dicha resolución recopilan la mayoría de los criterios relevantes sobre el tema. El problema es que, con la ausencia de los Estados Unidos en la OIC, así como de otros mercados potenciales como China y Rusia, y la excepción para los cafés solubles incluida por Brasil, el alcance de la resolución 407 es limitado.

En conclusión, necesitamos una acogida universal de los estándares de la resolución 407 de la OIC, y si es necesario, buscar rutas alternativas que permitan que se establezca una legislación para que los no miembros de la OIC, tengan la obligación de implementar la norma.

No hay duda que los países productores necesitan de mecanismos que los obliguen a cumplir con el monitoreo. Adicionalmente, debe diseñarse un instrumento de soporte financiero, idealmente con la participación de la industria de los países consumidores, con el fin de permitir que los países más pobres puedan destruir los cafés rechazados.

De acuerdo con nuestros cálculos, una reducción de la oferta del 5%, que es una apreciación realista del volumen total de granos de mala calidad según la resolución 407, costaría entre US\$ 100 y 150 millones, un monto que se compensa-

ría con los mayores precios y premios a la calidad.

En Estados Unidos un grupo de países productores de arábicas lavados ha realizado una intensa labor de cabildeo con miras a generar una mayor conciencia sobre la necesidad de defender y promover la calidad del café en dicho país. Parte de estos esfuerzos se han traducido en la redacción de un proyecto de ley sobre la calidad en el que se establecen unos estándares mínimos de pureza y calidad en el café que se vende en Estados Unidos (*Coffee Purity Act*). Como se observa, es una vía semejante para alcanzar básicamente lo mismo que se pretende obtener con la resolución 407 de la OIC.

Adicionalmente, existen otras áreas que son críticas para una relación transparente con el consumidor americano, tales como la marca de origen y el conocimiento de los orígenes del café involucrados en la mezcla. Estamos convencidos que un consumidor informado tendrá la habilidad de discernir la calidad, y por lo tanto aumentar su experiencia al tomar café. De tal forma, que sea el comienzo de un cambio, del simple consumo de cafeína a una experiencia memorable.

En lo referente a este asunto, no compartimos las opiniones que señalan que la discusión acerca de los estándares trae mala reputación a nuestro producto, a la vez que denigra sobre la integridad de nuestra industria. Al respecto, todos estamos bajo el escrutinio, sin excepción, y no por asuntos de calidad. Tiene que ver, más bien con la magnitud y el impacto de la crisis social en los países productores de café, y que ahora es la preocupación y el foco de atención del mundo. Tal pobreza y tal miseria no pueden pasar inadvertidas.

Señoras y Señores, antes de terminar déjeme usar mi investidura de gerente general de una de las ONG rurales más grandes del mundo, que ha venido entregando café por más de setenta años. Ustedes probablemente se preguntarán hacia donde se dirige la nueva gerencia de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. La respuesta es simple y muy compleja al mismo tiempo. Nos estamos moviendo hacia adelante y a toda velocidad, hacia una caficultura sosteni-

ble y rentable para todos los caficultores de Colombia.

Seremos capaces de hacerlo porque estamos parados sobre el firme legado de confiabilidad, confianza y seriedad que construyeron mis predecesores, agudos e íntegros hombres de negocios. En este sentido, estamos completamente comprometidos con preservar la marca registrada con la que hemos hecho negocios. Pero también estamos listos para innovar, para servir mejor cada día a nuestros clientes, aprovechando nuestras ventajas competitivas: el conocimien-

to y el trabajo duro de nuestros caficultores, la calidad y diversidad de nuestros granos, la capacidad organizacional y la estructura institucional. La federación tiene mucho más futuro que pasado y estamos aquí para quedarnos. Nadie va a sacarnos del mercado y no permitiremos que los problemas actuales erosionen nuestras fuertes bases. Más importante, la Federación y Colombia permanecerán como un sólido socio que se esfuerza siempre por la coordinación y el diálogo, y que actúa como fuerza de convergencia para la comunidad internacional del café.